

PRESSEKONTAKT

Caroliene Götz
Director Marketing & PR
Tel. +49 781 84 6212
caroliene.goetz@burda.com
www.burdadirect.com

Mobile First bei dialogplus: Erfolg mit konsequentem Re-Design der Abo-Shops

Offenburg, 14. Februar 2018.

Der Abo-Dienstleister von BurdaDirect, die dialogplus, hat 17 bereits mobil optimierte Abo-Shops von Hubert Burda Media einem grundlegenden Mobile-Relaunch unterzogen. Dabei flossen die Nutzeranalysen umfangreicher Video-Sessions von rund 10.000 Shop-Besuchern ein. Die Durchführung und Auswertung der Video-Session-Analysen übernahm einer der Marktführer für Interaktionsanalysen, die [m-pathy GmbH](#). Internetbasierte Abo-Shops sind für die meisten Verlage inzwischen der wichtigste Kanal zur Gewinnung neuer Abonnenten. Aktuelle Zahlen belegen, dass der Anteil mobiler Nutzer von Webshops kontinuierlich zunimmt. Mindestens jede fünfte Abo-Bestellung erfolgt bereits mobil.

dialogplus setzt auf eigene mobile Templates

Für die Datenerhebung zeichnete m-pathy im Auftrag von dialogplus sämtliche Aktionen der Nutzer während ihres Shop-Besuchs auf. Es zeigte sich, dass sich das Verhalten mobiler Nutzer deutlich von dem der Desktop-User unterscheidet. „Die Auswertungen haben uns bestätigt, dass es einen „mobilen Use-Case“ gibt“, sagte Christian Schaller, Leiter E-Commerce & Digital von dialogplus. „Im Gegensatz zu anderen Shop-Anbietern folgen wir deshalb nicht dem Weg von responsivem Design, sondern setzen konsequent auf ein spezifisches mobiles Frontend und entwickeln dieses kontinuierlich weiter“, so Thomas Mäling, Bereichsleiter dialogplus bei BurdaDirect. Responsive Frontends passen Webseiten lediglich an die unterschiedliche Darstellung von Endgeräten an, ohne den grundsätzlich anderen mobilen Bestellprozess zu berücksichtigen. Christian Schaller: „Mit unserem mobilen Template stimmen wir das Angebot gezielt auf das geänderte Nutzerverhalten von Mobilanwendern ab“. „Das sorgt für eine deutlich bessere mobile Conversion-Rate“, unterstreicht Thomas Mäling.

Mobile Nutzer mit kürzeren Entscheidungszeiten

Mobile Nutzer haben kürzere Entscheidungszeiten und geringere Fehlertoleranzen. „Die Erkenntnisse sind eindeutig: Die Vermutung, dass die Shops zunehmend durch eine Vielzahl neuer digitaler Angebote, Aboarten und Prämienangebote überladen sind, hat sich in Bezug auf mobile Nutzer bestätigt“,

PRESSEKONTAKT

Caroliene Götz
Director Marketing & PR
Tel. +49 781 84 6212
caroliene.goetz@burda.com
www.burdadirect.com

betont Schaller. „Mobile Nutzer steigen tendenziell schneller aus, wenn bei der Eingabe ein Fehler auftritt“.

17 Markenhops bereits für mobile Nutzung optimiert

17 Markenhops von Hubert Burda Media hat dialogplus bereits für die Nutzung mobiler Endgeräte optimiert, darunter:

www.focus-abo.de

www.playboy-abo.de

www.instyle-abo.de

www.meinschoenergarten-abo.de

Mit Hilfe der verlagseigenen Webshop-Plattform „Verlagsedition“ setzt dialogplus jetzt die gewonnenen Erkenntnisse für sämtliche von ihr betreuten 56 Abo-Shops kunden- und markenspezifisch um.

BurdaDirect

BurdaDirect bündelt als Dachmarke zehn Unternehmen sowie Marken und gehört zu den führenden Unternehmen für crossmediale Performance in den Bereichen Abo-Service, Kundenmanagement und E-Commerce. Das Tochterunternehmen des Medienkonzerns Hubert Burda Media mit Hauptsitz in Offenburg und München ist europaweit an elf Standorten vertreten. Als langjähriger Experte mit rund 600 Mitarbeitern und einem Geschäftsvolumen von über 160 Mio. Euro vereint BurdaDirect Vertrieb und Marketing zu einer Full-Service-Dienstleistung für die Online- und Offline-Geschäftsmodelle seiner Kunden.

www.burdadirect.com

dialogplus ist Abo-Dienstleister von BurdaDirect und Full-Service Dienstleister für Neukunden-Acquire, Kundenwertsteigerung und Customer Happiness. Dabei setzt dialogplus auf eine optimale Verzahnung und Integration aller Leistungsstufen im Kundenprozess. Das Angebot reicht vom Dialogmarketing über E-Shop-Lösungen, Customer Care, Logistik bis zum Zahlungsverkehr und Inkasso.

www.burdadirect.com/dialogplus