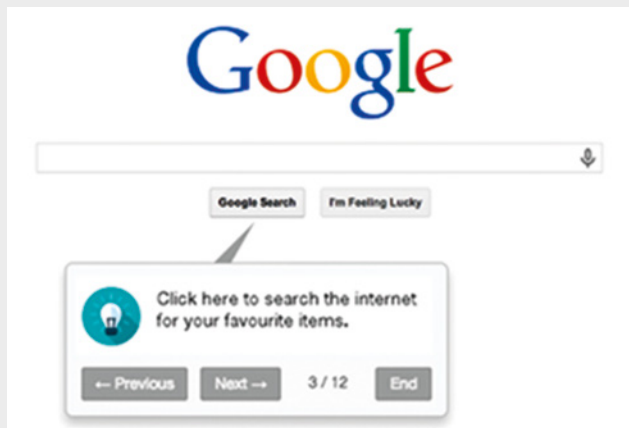


Vorige maand waren we op de Conversion Conference in Las Vegas. Altijd interessant om te zien van welke conversietools andere experts blij worden. Wie zijn de marktuitedagers buiten de standaard analytics en A/B-test softwareoplossingen?

Conversiepareltjes uit Las Vegas



Als een bezoeker besluit om jouw online dienst te gaan gebruiken, stroomt hij in in een 'onboarding proces'. De conversie naar actieve gebruiker kun je aanzienlijk verbeteren door het aanbieden van *walkthroughs*. Er bestaan veel open source oplossingen, maar Walkme.com en InlineManual.com zijn goede fullserviceaanbieders, inclusief gedetailleerde analytics.

theuserisdrunk.com

Your website should be so simple, a drunk person could use it.

theuserismymom.com

HOW MUCH: \$75 per site.

User Testing®

Let's do it!

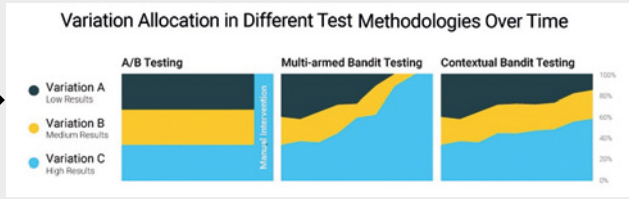
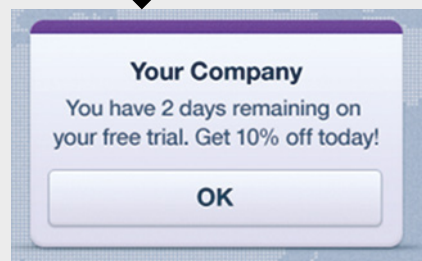
A/B-testtools zijn er in vele soorten en maten. Tools die kunnen omgaan met *bandit* algoritmes ook. Nog een stap verder: software die ook rekening houdt met de context. Dynamic Yield en Conductrics doen dat al.

De markt voor *heatmaps*, *session recordings* en *form analytics* is helemaal opengebroken. Tegenover enterprise-aanbieders staan ineens uitdagers als Hotjar, Inspectlet en LuckyOrange. De visuele inzichten die zij bieden, zijn regelmatig aanleiding voor flinke conversieverbeteringen.



User testing is natuurlijk bekend, maar alle freelance aangeboden niche-reviewers maken het wel erg leuk. Een dronken bezoeker of een oudere moeder je site laten beoordelen? Het kan, vooral humor.

Marketing automation is het automatisch in contact blijven met je bezoekers. De omzet per bezoeker kan daardoor aanzienlijk stijgen. Met Mixpanel.com (analytics) en Sendwithus en MailChimp (e-mail) zet je eenvoudig de eerste stappen.



Deze maandelijkse rubriek wordt samengesteld door Ton Wesseling, internationaal spreker en consultant op het gebied van online optimalisatie. Hij is oprichter van Online Dialogue, experts in online rendement en CEO van Testing.Agency.