

# Conversie (e-commerce)

Uit Wikipedia, de vrije encyclopedie

**Conversie** binnen de e-commerce is de omzetting van bezoek aan een website naar een bepaald conversiedoel, doorgaans uitgedrukt als een percentage van de sitebezoekers die overgaan tot het conversiedoel. Het gaat meestal om een bestelling of betaling, maar kan ook een aanmelding voor een nieuwsbrief of registratie als gebruiker betreffen.

Optimalisatie van conversie wordt steeds belangrijker, nu er niet alleen meer concurrentie tussen de websites is, maar ook websites steeds meer betalen en ondernemen moeten (bijvoorbeeld SEO) om nog überhaupt in de zoekmachines naar boven te komen. Het aantal bezoekers die uiteindelijk op de website terechtkomen, is niet alleen nog belangrijk, maar ook het totaal aantal bezoekers die daadwerkelijk het conversiedoel bereiken. De kwaliteit van websites wordt daarmee verhoogd.

Er zijn verschillende strategieën om de conversie op de website zelf te controleren:

1. websitebezoekers zo snel mogelijk (ver)leiden (tot) naar het doen van een aankoop
2. psychologische stappen in een website inbouwen (verkoopstrategieën)
3. aanpassen van de opmaak van een website
4. aanpassen van het gebruiksgemak van een website

Behalve de website is ook de service van de organisatie bepalend voor de conversie:

1. de klantenservice
2. de logistiek (verzendsnelheid, verpakking, extra services)
3. de prijs/kwaliteitverhouding
4. de duidelijkheid van bijvoorbeeld de totale prijs (verzendkosten op het laatst toevoegen of juist meteen?)

In de praktijk wordt echter met conversie vooral op de website zelf gedoeld. Aanpassingen vinden plaats als een continu proces, waarbij regelmatig wordt gecontroleerd of de website nog te verbeteren is. Dit wordt door nauwkeurige analyses en aan de hand van verschillende theorieën gedaan, of er wordt gebruikgemaakt van de 'best practise'-aanpak.

Een voorbeeld van 'best practice'-testen is de A/B-aanpak. Hierbij krijgt de ene helft van de bezoekers de ene website te zien, en de andere helft de andere. Deze versies verschillen op een of meer punten van elkaar, waardoor de analist kan controleren of een bepaalde wijziging invloed heeft op de conversie.

## Bronnen

- 'Conversies - overzicht van conversies', Google Analytics Help, Geraadpleegd op 22 augustus 2014 via <https://support.google.com/analytics/answer/1006230?hl=nl>

Overgenomen van "[http://nl.wikipedia.org/w/index.php?title=Conversie\\_\(e-commerce\)&oldid=41938996](http://nl.wikipedia.org/w/index.php?title=Conversie_(e-commerce)&oldid=41938996)"

Categorieën: World wide web | Marketing en verkoop

- Deze pagina is het laatst bewerkt op 25 aug 2014 om 02:37.
- De tekst is beschikbaar onder de licentie Creative Commons Naamsvermelding/Gelijk delen, er kunnen aanvullende voorwaarden van toepassing zijn. Zie de gebruiksvoorwaarden voor meer informatie.

Wikipedia® is een geregistreerd handelsmerk van de Wikimedia Foundation, Inc., een organisatie zonder winstoogmerk.