

**„Wie Sie durch geschicktes Split-Testen Ihre Verkäufe multiplizieren, ohne mehr für Werbung auszugeben“**

**Split-Testing ist eine der wenigen Möglichkeiten, ohne zusätzliche Investitionen und ohne großes Risiko mehr Umsatz mit ein und dem gleichen Besucherstrom zu erzeugen. Machen Sie Split-Testing zu Ihrer täglichen Routine und schöpfen Sie das enorme Potenzial des Testens bis zum Maximum aus. Dieser Arbeitsbogen hilft Ihnen dabei, auf die richtige Art und Weise zu testen, damit Sie schnellstmöglich Ihren Umsatz steigern können.**

**1) Ihre Testaktivitäten beginnen immer dort, wo Ihr Marketing beginnt, also auf Ihrer Optin-Seite. Wenn Sie für Ihr Internetgeschäft mit dem Testen beginnen, testen Sie drei komplett verschiedene Optin-Seiten, bevor Sie mehr ins Detail gehen.**

**2) Testen Sie die Schlagzeile Ihres Verkaufstextes.**

**3) Testen Sie das Angebot Ihres Verkaufstextes (Boni / Garantie / Medien / Preis).**

**4) Wenn Sie Schlagzeile und Angebot Ihres Verkaufstextes durch Testen verbessert haben, stellen Sie die Tests auf der Verkaufsseite ab und testen Sie zwei verschiedene Autoresponderserien. Testen Sie Hardsell- oder Softsell-Strategien.**

**5) Nachdem Sie durch Tests die wirkungsvollste Autoresponderserie identifiziert haben, stellen Sie diesen Test ab und testen Sie Ihre Up- und Downsell mit verschiedenen Produkten.**

**6) Testen Sie die Verkaufstexte und die Autoresponderserie für Ihre Backendprodukte.**

**7) Testen Sie Ratenzahlung und Zahlungspausen (gratis testen, bevor man bezahlt).**

**Wichtige Regeln, die Sie beim Testen beachten müssen:**

- 1. Sie brauchen mindestens 30 Käufe oder Anmeldungen, um eine Entscheidung darüber zu treffen, welche Testversion der Gewinner ist. Bei größeren Tests schlage ich mindestens 50 Käufe oder Anmeldungen zur Sicherheit vor.**
- 2. Achten Sie darauf, dass Sie immer mit einem gleichbleibenden Besucherstrom testen. Mixen Sie niemals Besucherströme durcheinander, während Sie einen Test durchführen.**
- 3. Wenn Sie einen normalen Split-Test aufsetzen achten Sie darauf, nur ein Element pro Test zu verändern. Beginnen Sie Ihre Tests mit total verschiedenen Versionen, zum Beispiel zwei komplett verschiedene Verkaufstexte oder zwei komplett verschiedene Optin-Seiten.**
- 4. Erst wenn Sie in Ihren groben Tests einen Gewinner identifiziert haben, nehmen Sie sich diesen vor und testen Sie die einzelnen Elemente wie Schlagzeile und das Angebot.**
- 5. Machen Sie Testen zu Ihrer täglichen Routine oder beauftragen Sie Ihre rechte Hand, die Tests aufzusetzen, damit Sie sich nur um den Inhalt kümmern müssen und nicht um die technische Seite eines Tests.**