

Testen Sie Ihre Internetseite:
sitecockpit[®] OnSite-Bus 2008 für
Banken und Sparkassen

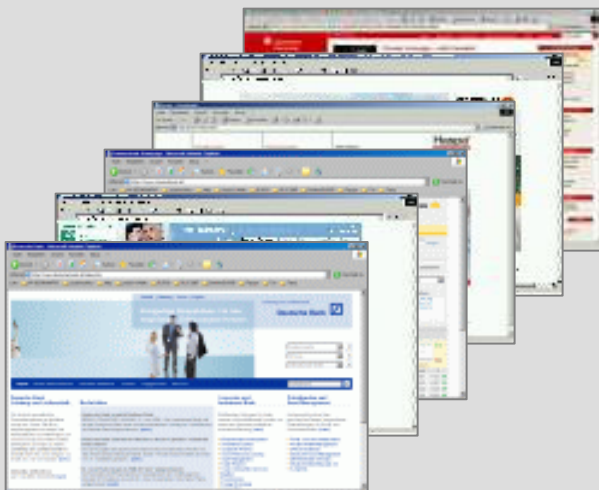


Konzept und Durchführung:  **psychonomics AG**
A Member of the YouGov Group

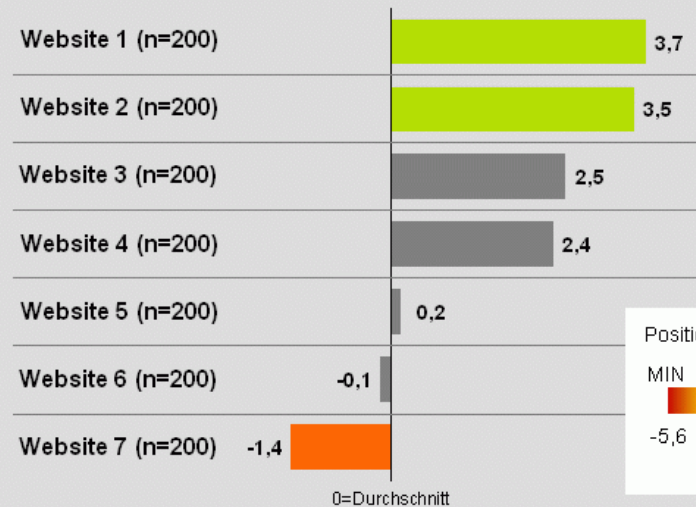


OnSite-Bus - Kundenmeinungen kostengünstig messen und vergleichen

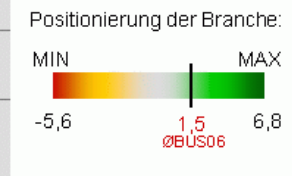
- Die sitecockpit® Website-Gemeinschaftsstudie für Banken und Sparkassen wird seit 2004 von der psychonomics AG angeboten. Seitdem finden mindestens einmal jährlich erfolgreich OnSite-Bus Studien statt und erfreuen sich großer Beliebtheit.
- **Das zeichnet die Studie aus:** Der OnSite-Bus bietet Ihnen die kostengünstige Gelegenheit, die Qualität des Internetauftritts Ihres Unternehmens aus Sicht Ihrer Kunden und Besucher bewerten zu lassen. Wir laden Sie herzlich ein, Ihre Ergebnisse mit anderen Unternehmen aus Ihrer Branche zu vergleichen und gemeinsam mit den Website-Verantwortlichen aus anderen Instituten konkrete Ergebnisse zur Weiterentwicklung oder Optimierung zu erörtern. Unsere Devise: „Gemeinsam lernen von den Besten!“



Ranking: Benutzerführung aus Kundensicht



sitecockpit®



fiktive Ergebnisse

Standard-Instrument sitecockpit® - Praxiserprobte Qualitätsmessung von Internetseiten

○ **Startschuss sitecockpit®:**

Das sitecockpit® wurde 2000/2001 im Auftrag mit der Allianz und den Öffentlich-Rechtlichen Versicherern entwickelt und wissenschaftlich validiert

○ **Wiederholter Einsatz:**

- ...mit 250 Website-Tests und über 25.000 befragten Nutzern
- Einsatzschwerpunkt in der Banken- und Versicherungsbranche
- Erprobter Einsatz als Benchmark-Tool im Rahmen von Bus-Studien

○ **Einsatz des sitecockpit® im Rahmen der Onsite-Gemeinschaftsstudie:**

- **Rekrutierung** der Teilnehmer direkt auf Ihrer Internetseite und anschließende Online-Befragung: So kommen die tatsächlichen Nutzer zu Wort.
- Einstufung der **Qualität Ihrer Internetpräsenz** auf den wichtigsten Dimensionen: Usability & Navigation, Gestaltung & Design, Markenpassung, Inhalte, Datenschutz, Interaktivität
- Erhebung zentraler **Nutzungsmotive**: Aktueller Anlass für den Besuch der Internetseite, Auffinden gesuchter Inhalte, Bewertung besuchter Bereiche der Seite
- Fragen zur **Besucherstruktur**: Soziodemographie, Kundenbeziehung, Internetnutzungsverhalten
- Auf Wunsch: **Individuelle Fragestellungen** zu Ihrer Internetseite



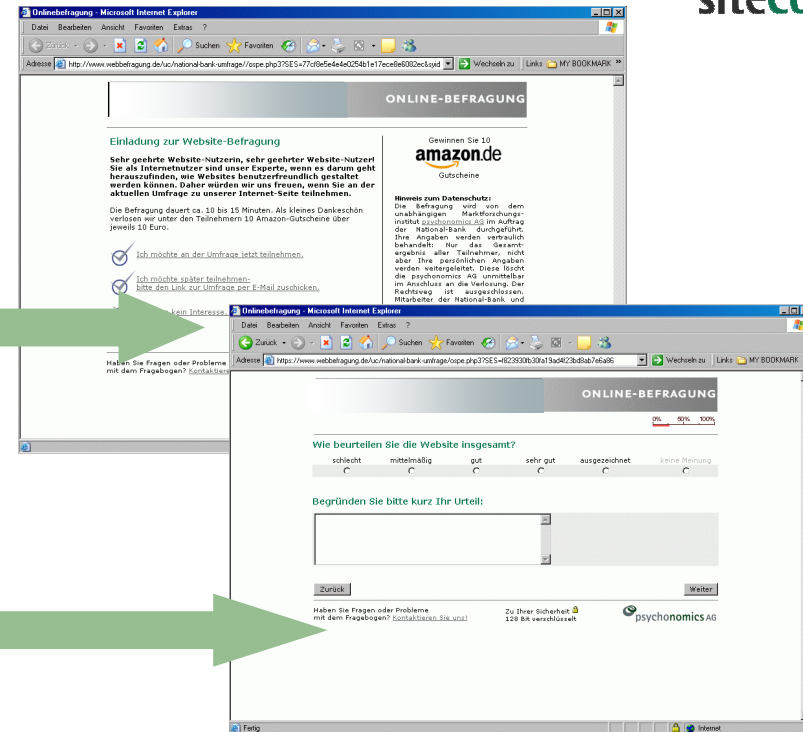
OnSite-Methode: Rekrutierung der Teilnehmer direkt auf Ihrer Internetseite



Nutzer surft auf Ihre Internetseite

Bei Verlassen oder während der Nutzung der Internetseite öffnet sich die Einladung zur Befragung mit bestimmter Wahrscheinlichkeit (Methode des n-ten Besuchs)

Befragung zur Qualität Ihrer Internetseite



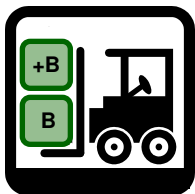
- Zeitlich parallel stattfindende OnSite-Befragungen auf den Internetseiten der teilnehmenden Institute
- Zufallsauswahl der Befragten nach der Methode des n-ten Besuchs: Dabei werden die Befragungsteilnehmer direkt auf der Internetseite Ihres Unternehmens rekrutiert.
- Mehrfachteilnahmen an der Umfrage können weitestgehend technisch verhindert werden.
- Spezielles Skript umgeht Probleme mit Pop-Up-Blockern und erhöht so die Ausschöpfungsquote.

Leistungen und Kosten im sitecockpit®-Onsite-Bus für Banken und Sparkassen 2008



○ Basispaket

- Gemeinsamer Kickoff-Workshop
- Umsetzung der Befragung auf Ihrer Internetseite
 - Online-Programmierung und Anpassung unseres Standarddesigns an Ihre CD-Farben und Logoeinbindung
 - Technische Abstimmung der Umfrage-Schaltung mit Ihrem Webmaster
 - Durchführung der Feldphase für n=200 Befragungsteilnehmer inklusive Incentivierung (Verlosung von 10 Amazon-Gutscheinen á 15 Euro)
- Integriertes Reporting
 - Gemeinsamer Bus-Bericht mit Ergebnisrankings aller Teilnehmer
- Gemeinsamer Ergebnisworkshop mit Diskussion der Ergebnisse der Teilnehmer
- **Preis pro Internetseite: 4.500 Euro**



○ Basispaket plus Beratungsleistung

- **Umfang des Basispakets plus**
- 10-15seitiger Individualbericht mit Stärken-Schwächen-Analyse Ihrer Ergebnisse durch unsere Experten und konkreten Empfehlungen zur Optimierung Ihrer Internetseite
- Weiterführende Betreuung bei der Interpretation der Ergebnisse
- inkl. Präsentation in Ihrem Hause
- **Preis pro Internetseite: 3.500 Euro**

Alle Preise verstehen sich zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.



Erweiterungsmöglichkeit durch Zusatzmodule



Die beiden Pakete lassen sich durch **Zusatzmodule** individuell und nach Ihren Wünschen und Anforderungen erweitern.



(1) Erhöhung der Fallzahlen (Nettostichprobe)

- Hosting-Aufpreis für je zusätzliche n=100 Teilnehmer
- **Preis je 100 Teilnehmer: 100 Euro**



(2) Individuelles Fragenmodul

- Abstimmung und Beratung zu Ihren individuellen Fragen, Online-Programmierung, Auswertung und Darstellung im Chartformat
- bis zu 10 Zusatzfragen mit maximal 3 offene Fragen bei n=200 Teilnehmern
- **Preis: 1.500 €**



(3) Eye-Tracking im Usability-Labor ergänzend zur Online-Befragung

- Blickverläufe von 15 potenziellen Nutzern werden registriert
- Lieferung Heat Map und Gazeplots
- **Preis: 3.500 €**

Alle Preise verstehen sich zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.



Erweiterungsmöglichkeit durch Zusatzmodule



Die beiden Pakete lassen sich durch **Zusatzmodule** individuell und nach Ihren Wünschen und Anforderungen erweitern.



(4) Präsentation in Ihrem Unternehmen

- **Preis: 1.900 €**



(5) Experten-Workshop in Ihrem Hause

- Durch uns moderierte Diskussion der Ergebnisse in Ihrem Hause mit Teilnehmern der Internetbeauftragten, VKF-Abteilungen, Marktforschung etc.
- **Preis nach Vereinbarung und Aufwand**



Jetzt Frühbucher-Rabatt sichern!

Die **ersten 5 Teilnehmer**, die sich bis zum **23. Juni 2008** für den sitecockpit-OnSite-Bus für Banken und Sparkassen anmelden,



erhalten einen **Rabatt von mehr als 6% ~ 300 Euro** auf das Basispaket

(Kosten für Teilnahme: 4.200€ statt 4.500€).

Alle genannten Preise (s. Chart 5, 6 und 8) verstehen sich zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer und Reisekosten (pauschale Berechnung Kfz-km zu 0,48 €, Bahnfahrt Standardpreis 2. Klasse, Flugkosten Economy-Class, Hotelkosten, Verpflegungsmehraufwendungen). Weitergehende Leistungen, Präsentationen, Workshops etc. berechnen wir in Absprache nach Aufwand. Die angegebene Fallpreise enthalten keine Kosten für Überrekrutierungen. 60% des voraussichtlichen Auftragsvolumens stellen wir mit der Auftragsbestätigung in Rechnung, den Rest mit der Abgabe des Berichts.



Durchführungsschritte und Timing

○ Versand Anmeldeunterlagen	ab Juni 2008	
○ Anmeldezeitraum	bis zum 15. Juli 2008	Frühbucher-Deadline 30. Juni 2008
○ Kick-Off Workshop	Anfang August in Köln	
○ Programmierung Fragebogen	nachfolgend	
○ Start Feldzeit	Anfang September 2008	Feldzeitraum von <u>bis</u> <u>zu</u> 2 Monaten*, die
○ Ende Feldzeit	Anfang November 2008	Befragung kann aber auch z.B. 2 Wochen
○ Analyse und Auswertung	nachfolgend	im Juli laufen.
○ Ergebnisworkshop in Köln	Mitte Dezember 2008	



* Bitte beachten Sie, dass die Teilnehmerzahl bzw. die Felddauer abhängig ist vom Traffic und der Anzahl an qualifizierten Visits auf der jeweiligen Internetseite. Gern erstellen wir Ihnen im Vorfeld des Projekts für Ihren Internetauftritt eine individuelle Rücklauf-Prognose auf Basis Ihrer Besucherzahlen.

-> Wir behalten uns vor, die Studie bei zu geringer Teilnehmerzahl nicht durchzuführen.



Kontakt und FAX-Anmeldung

Ihre Ansprechpartner bei der psychonomics AG sind:



Henner Förstel

Senior Projektmanager
Telefon: 0221-42061-443
henner.foerstel@psychonomics.de



Daniela Gosewisch

Junior Projektmanagerin
Telefon: 0221-42061-366
daniela.gosewisch@psychonomics.de

Wir freuen uns auf Sie!

Weitere Informationen finden Sie unter:
www.psychonomics.de

FAX-Anmeldung zum Onsite-BUS 2008

Hiermit möchte ich mich verbindlich für die Gemeinschaftsstudie „sitecockpit® OnSite-Bus für Banken und Sparkassen 2008“ anmelden:

Anmeldung Basispaket (normaler Tarif: 4.500 Euro; Frühbuchertarif für die ersten 5 Anmeldungen bis zum 23.06.: 4.200 Euro; alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.)



Interesse an Zusatzmodulen (individuelle Anpassungen werden zu Projektbeginn mit Ihnen abgesprochen)

NAME:

UNTERNEHMEN:

ABTEILUNG:

ANSCHRIFT:

TELEFON,
E-MAIL:

DATUM,
UNTERSCHRIFT:

Fax-Nummer: 0221-42061-100; an Herrn Förstel

Das sagen unsere Kunden zum sitecockpit®:

SEB:

- „Psychonomics hat uns mit dem sitecockpit® weitergeholfen und wichtige Hinweise nach dem Relaunch unserer Website gegeben sowie gezeigt, welche Bereiche wir umgestalten bzw. welche Module wir verändern müssen.“



Sparkasse Münsterland Ost:

- „Wir wissen nun die Qualität des Instruments sitecockpit® zu schätzen. [...] Mit anderen Worten: Der OnSite-Bus für Banken und Sparkassen ist eine Dienstleistung der Firma psychonomics AG, die sehr professionell erbracht wird. Sie können gerne auf unsere Referenz verweisen.“



VR Networkd:

- „sitecockpit® gab uns die Möglichkeit, verschiedene von uns betreute Websites von Banken zu vergleichen und dem Auftreten anderer Banken gegenüber zu stellen. Diese detaillierte Analyse hat uns wertvolle Informationen über die Wünsche und Erwartungen der Nutzer gegeben. Dank der kompetenten Beratung von psychonomics und dem interessanten Austausch mit anderen Teilnehmern ist sitecockpit® für uns eine rundum erfolgreiche Studie.“



ANHANG

Ergebnisbeispiele im sitecockpit – Aktuelle Trends in der Banken-Branche

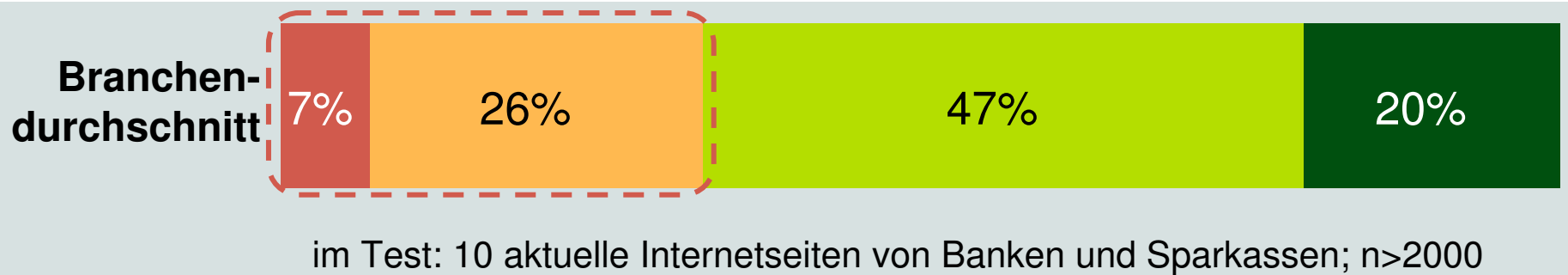
Um die verschiedenen Analyseebenen des sitecockpit® zu verdeutlichen, finden Sie in diesem Abschnitt ausgewählte Beispiel-Charts aus dem umfangreichen OnSite-Bus Ergebnisbericht.



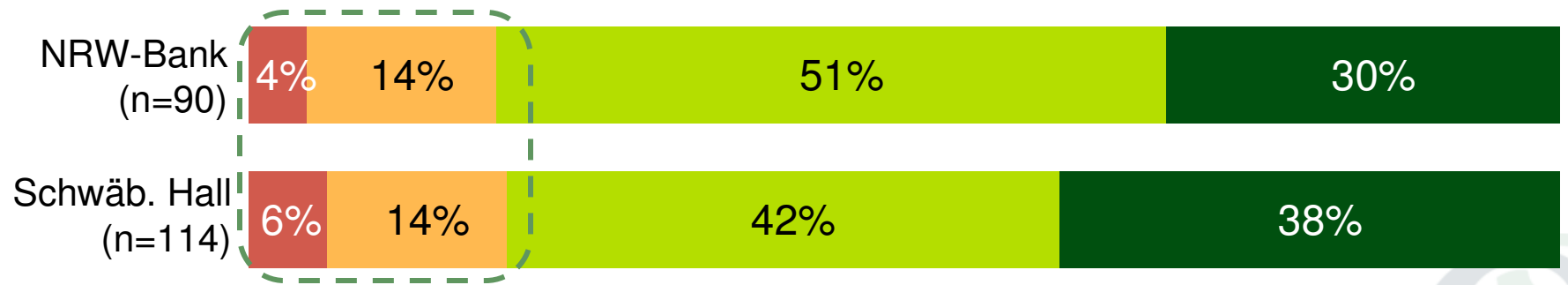
Bekanntes Problemfeld in der Finanzdienstleistungsbranche: Anmutung der Bildsprache

? Die Bilder und Fotos auf der Website sprechen mich an.

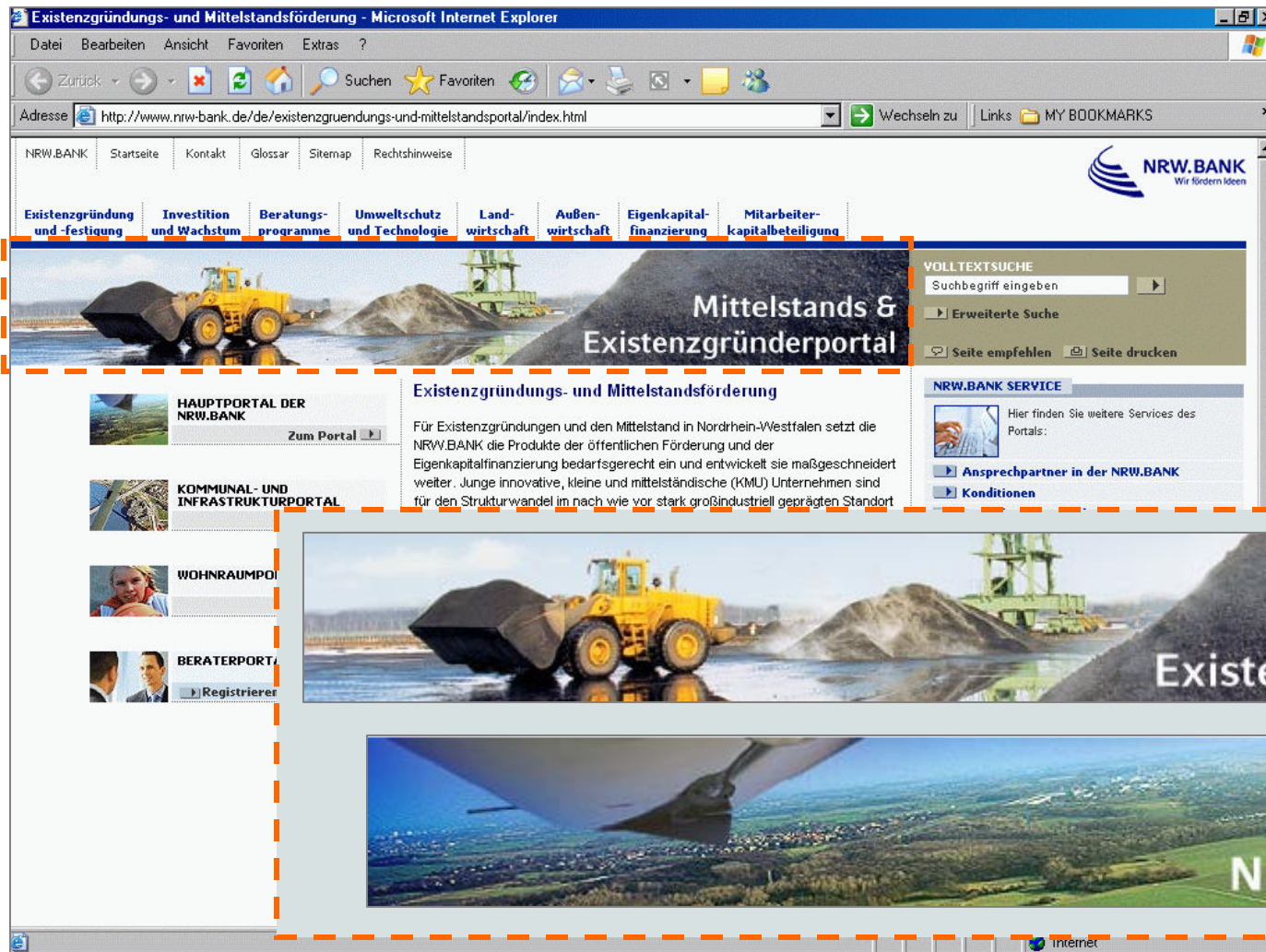
■ trifft nicht zu ■ trifft eher nicht zu ■ trifft eher zu ■ trifft zu



Aktuelle Best-Practice-Beispiele:



Bildsprache bei der NRW.BANK



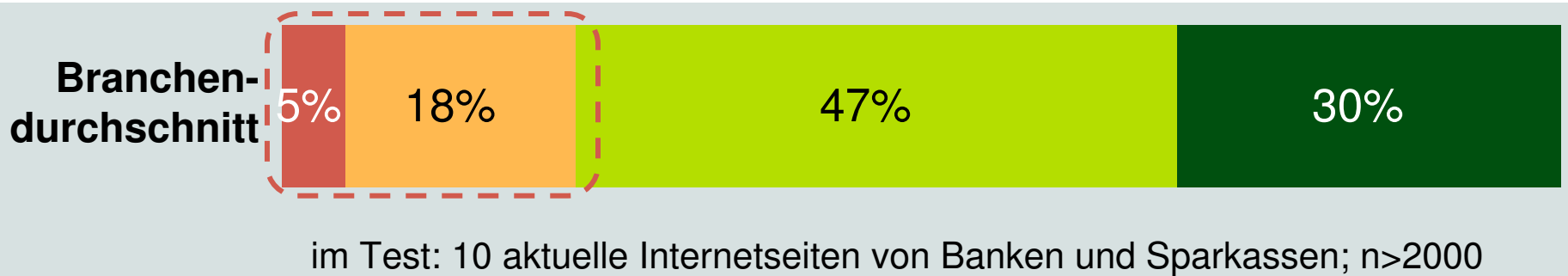
- Überschaubares Set an bebilderten Überschriften-Bannern für jede Rubrik



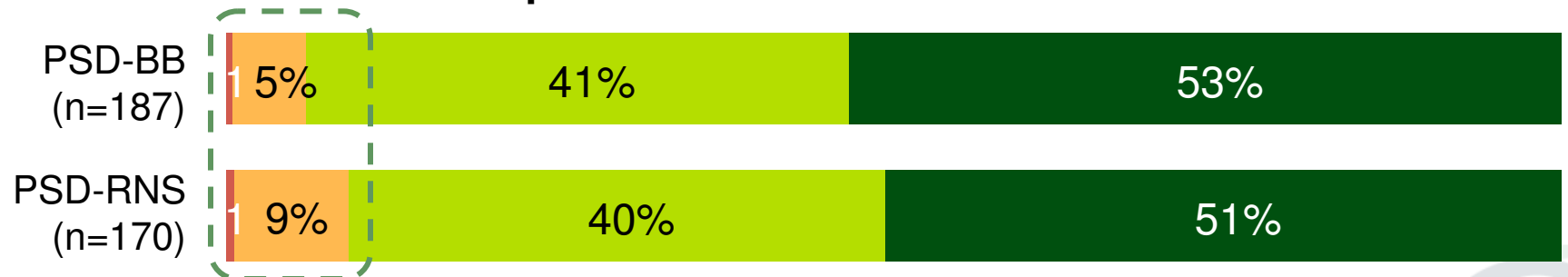
Klare Kommunikation von Tarifinformationen (Ein Hauptmotiv für den Besuch der Internetseite.)

? Bei Services und Produkten wird klar, welche Konditionen gelten.

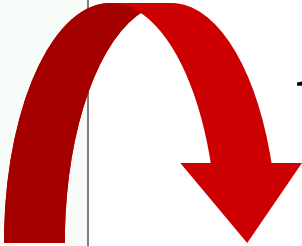
■ trifft nicht zu ■ trifft eher nicht zu ■ trifft eher zu ■ trifft zu



Aktuelles Best-Practice-Beispiel:



PSD-Bank: Tarifinformationen auf direktem Wege



1 Klick

BLZ 60090900

Suche >> [FAQ](#) [SiteMap](#) [NewsAbo](#) [Kontakt](#)

Home > Giro & Karten > PSD GiroDirekt

Giro & Karten

WISSEN WAS SINN MACHT

PSD GiroDirekt
Das Giro, das mitverdient

Guthaben	Zinssatz
bis 4.999,- EUR	1,00 %
ab 5.000,- EUR	1,00 %
ab 12.500,- EUR	1,00 %
ab 25.000,- EUR	1,00 %
ab 50.000,- EUR	2,00 %

Dispo-Zinssätze	nominal	effektiv
vereinbarter Dispokredit	7,95%	8,19%
geduldeter Überziehungskredit	11,95%	12,50%

Zinsen freibleibend, gültig ab 08.08.2005
Letzte Aktualisierung am: 05.08.2005

In einem Girokonten-Vergleich von Stiftung Warentest (Heft 7/2005 und Konten-Direkt führt zu Stiftung Warentest) vom 11.06.2005 ging PSD

Ja, ich will PSD GiroDirekt eröffnen und folgende Vorteile nutzen:

- Guthabenzinsen ab dem ersten Cent
- Kontoführung mit PSD OnlineBanking und PSD ServiceDirekt
- kostenlose Auszugszustellung in die PSD PostBox
- keine Kontoführungsgebühr, keinerlei Zusatzkosten
- zwei BankCards gratis
- gebührenfrei Geld abheben an über 17.300 Geldautomaten im BankCard ServiceNetz
- zinsgünstiger PSD Dispokredit

OnlineBanking

Zahlungsverkehr | PSD PostBox | Sicherheit | Anträge anfordern

Mehr zu diesem Thema

Keine Chance dem Datenklau!

STOP Schützen Sie sich vor Datendiebstahl! Geben Sie niemals PIN und TAN preis! [Mehr dazu >](#)

Die neuen iTANs - Sicherer ist sicher

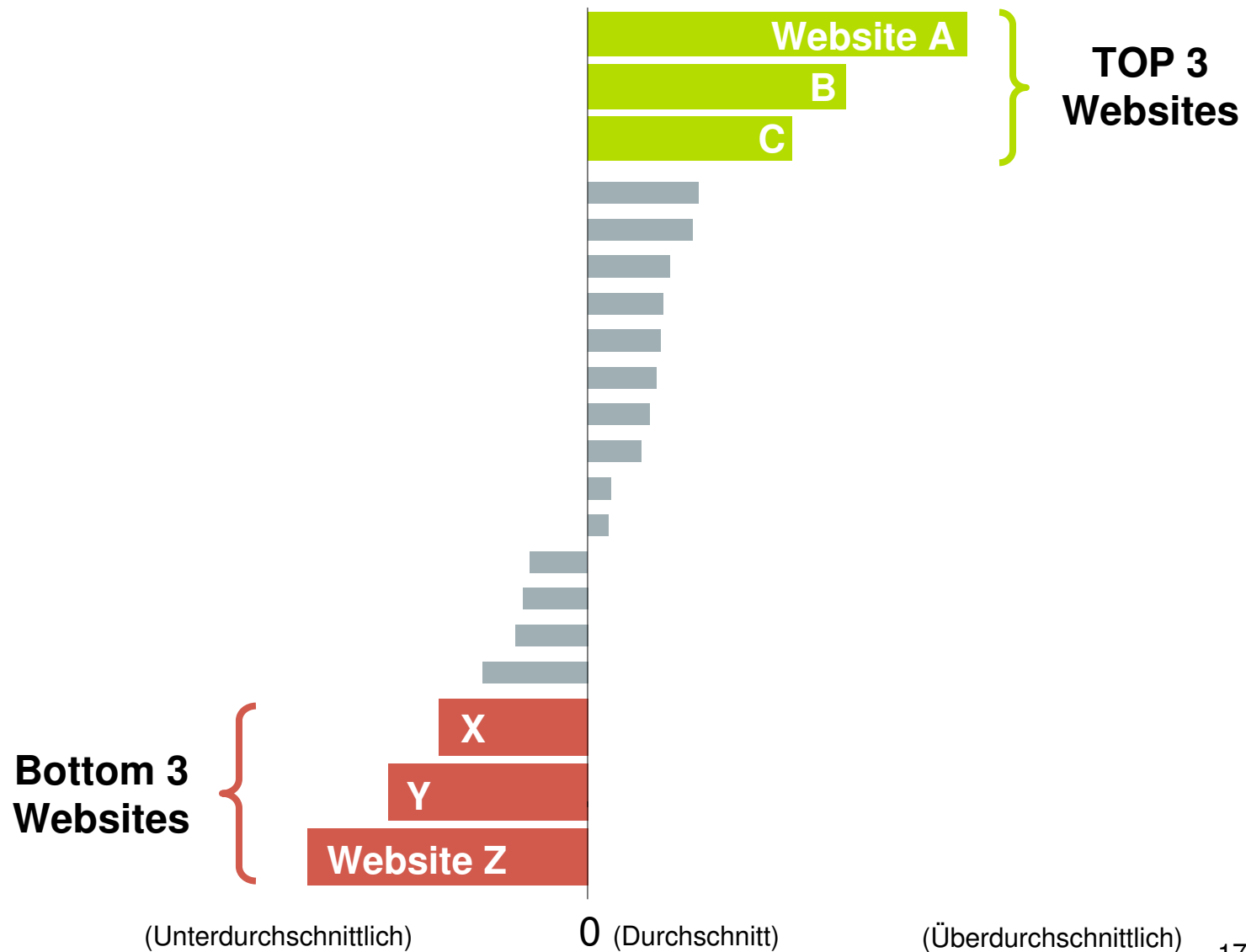
Die neuen iTANs bieten Ihnen noch besseren Schutz im OnlineBanking. [Mehr dazu >](#)

Kostenloser Rückruf

Wir rufen Sie von montags bis freitags zwischen 8 und 16 Uhr gerne zurück. [Mehr dazu >](#)

- Preise und Konditionen nach einem Klick im direkten Blickfeld!

Rankings auf Ebene aller sitecockpit[®]-Indizes sorgen für den Überblick



Offene Kommentare der Nutzer füllen die Ergebnisse auf und liefern zusätzliche Optimierungsideen

Zitate zur GESTALTUNG

- „Schrift könnte größer sein, es wird nicht die volle Größe der Seite ausgenutzt“
- „Zu bunt und schon auf der Startseite muss gescrollt werden“
- „Nicht seriös genug für eine Bank“
- „Zu viele Bildelemente auf der Website“
- „LIKES: Die Farbgestaltung rote und graue Felder, um etwas hervorzuheben“

Zitate zum INHALT

- „Einfache Wortwahl, bei auszufüllenden Feldern ist oft eine Erklärung dabei“
- „Mir gefällt bei dem Produkt Giro die tabellarische Gegenüberstellung Preis und Leistung“
- „Klar und sachlich, zwar muss man auch hier ab u. zu das Kleingedruckte lesen, aber man findet es“
- „Zu viel Werbung und Nebensächliches“
- „Zu viel Sparkassensprache“

Zitate zur NAVIGATION

- „Alles ist mit wenigen Klicks erreichbar“
- „Die Hauptseite ist im Allgemeinen zu lang - sprich es sind zu viele Themen für eine übersichtliche HP“
- „Der Link zur Privatkreditberechnung war im Text recht weit unten verborgen“
- „Beim Anwählen vom Bereich INVESTOR RELATIONS verschwindet links die Navigationsleiste“

