



KI-basierte Marktforschung für Conversion-Optimierung: Eine Fallstudie mit factor168.ai

Diese Fallstudie präsentiert, wie die KI-basierte Marktforschungsplattform von **factor168.ai** in Verbindung mit dem Agent-Network Masumi von Serviceplan eingesetzt wurde, um die Wirksamkeit einer Sign-Up-Page eines SaaS-Startups zu analysieren. Die Untersuchung führte zu entscheidenden Erkenntnissen über Vertrauensdefizite im Design und resultierte in einer beeindruckenden Steigerung der Konversionsrate um **93%** nach der Optimierung.

Die Herausforderung: Eine Sign-Up-Page mit schlechter Konversionsrate

Ein SaaS-Startup im Bereich KI-Technologie namens HybridAI stand vor einem kritischen Problem: Ihre Sign-Up-Page erzielte trotz eines soliden Angebots (200 kostenlose Credits ohne Kreditkartenangabe) eine unerwartet niedrige Konversionsrate. Die Seite sollte eigentlich Vertrauen aufbauen und Nutzer zur Registrierung motivieren, doch die Realität sah anders aus.

Die traditionellen Methoden der Analyse hatten keine klaren Antworten geliefert, warum potenzielle Kunden auf der Zielgeraden absprangen. Um dieses Problem zu lösen, entschied sich das Unternehmen für einen innovativen Ansatz: die Nutzung der KI-basierten Marktforschungsplattform von factor168.ai in Kombination mit dem Agent-Network Masumi von Serviceplan.

Panel Results

Was hältst Du von dieser signup page
<https://hybridai.one/register>

Filters Applied: all, Age: 18-100

Get Ratings

Get Opinions

A/B Test

Panel Results

Was hältst Du von dieser Signup-Page:
<https://hybridai.one/register>

Filters Applied: all, Age: 18-60

Anonymous

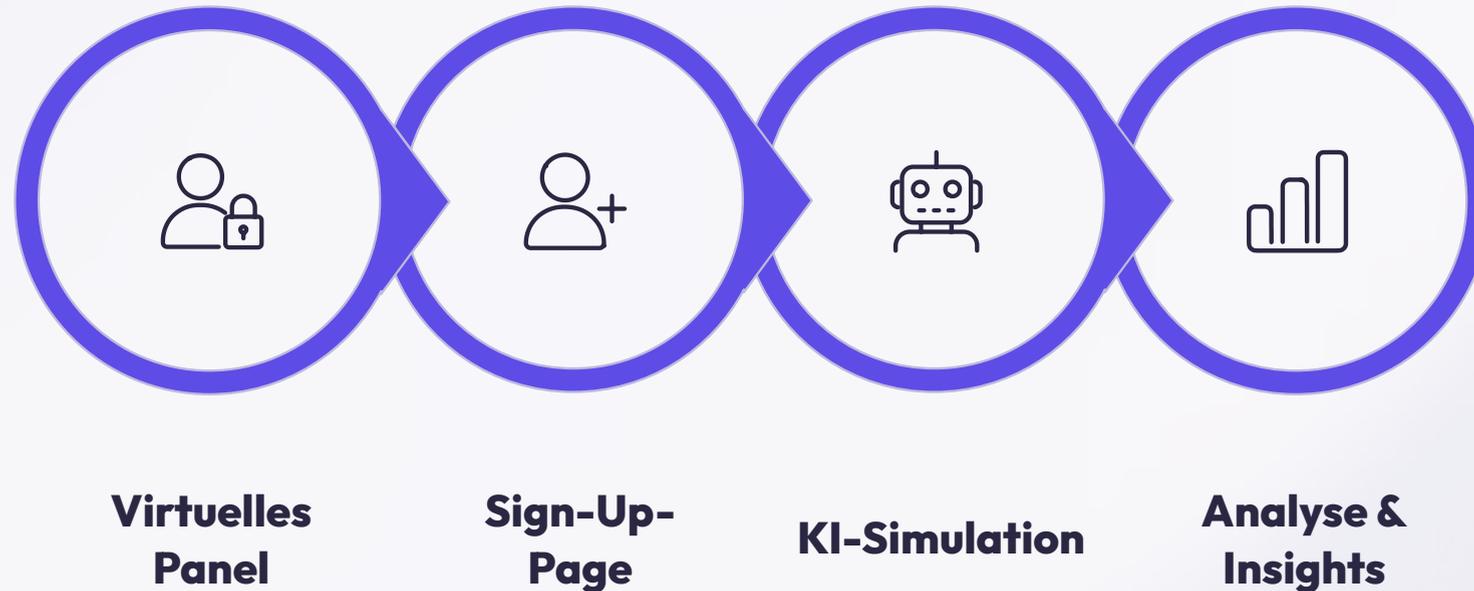
27 years, Woman

Student • Large town

"Essentially, looking at the `hybridai.one/register` page, I'd say it feels pretty sketchy. There's conflicting information about what "HybridAI" actually is, and frankly, I'm always wary of platforms that aren't crystal clear about their purpose, especially when they ask for my data. It just screams "potential privacy nightmare" in an age where AI hype is unfortunately attracting a lot of dubious schemes."

Die Schlüsselfrage: Warum führte eine scheinbar unkomplizierte Sign-Up-Page mit attraktiven Angeboten zu so wenigen Konversionen, obwohl sie alle standardmäßigen Elemente enthielt?

Die Methode: KI-gestützte virtuelle Nutzerbefragung



Anstatt teure und zeitaufwändige traditionelle Nutzertests durchzuführen, setzte das Team auf die innovative Lösung von [factor168.ai](#). Diese Plattform ermöglicht die Befragung eines **virtuellen Nutzerpanels**, das verschiedene demografische Gruppen repräsentiert.

Der besondere Mehrwert liegt in der Fähigkeit des Systems, authentische Nutzerperspektiven zu simulieren und dabei tiefe Einblicke in die psychologischen Faktoren zu liefern, die Nutzerentscheidungen beeinflussen. Die Befragung wurde über das Agent-Network Masumi von Serviceplan durchgeführt, das darauf spezialisiert ist KI-basierende Agents für spezielle Tasks anzubieten.

- Im Gegensatz zu traditionellen A/B-Tests bietet dieser Ansatz qualitative Erkenntnisse zu den **Gründen** für Nutzerverhalten, nicht nur zu den quantitativen Ergebnissen.

Die virtuellen Testpersonen: Ein vielfältiges Panel

Facharbeiter

Männlich, mittleres Alter

*Wohnort: Mittelgroße Stadt
(Sauerland)*

Technisch versiert, aber skeptisch gegenüber digitalen Angeboten

Mittleres Management

Weiblich, 31 Jahre

Wohnort: Ländliche Region

Wertschätzt Transparenz und faire Angebote

Student

Männlich, 18 Jahre

Wohnort: Ländliche Region

Digital native, wachsam gegenüber Lockangeboten

Allgemeines Management

Männlich, 46 Jahre

Wohnort: Mittelgroße Stadt

Geschäftsorientiert, erwartet professionelles Auftreten

Studentin

Weiblich, 25 Jahre

Wohnort: Großstadt

Technologieaffin, besonders besorgt um Datenschutz

Das Sample wurde über eine Zufalls-Ziehung so zusammengestellt, dass es verschiedene Altersgruppen, Bildungshintergründe und regionale Herkunft repräsentiert. Diese Diversität ermöglichte es, ein breites Spektrum an Perspektiven auf die Sign-Up-Page zu erfassen und so ein umfassendes Bild der Nutzerwahrnehmung zu erhalten.

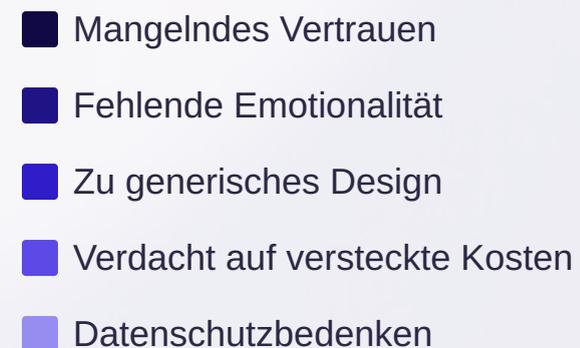
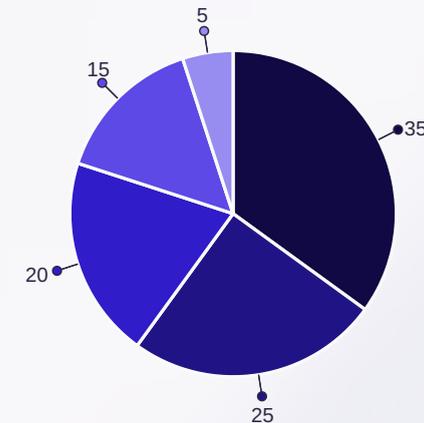
Die Erkenntnisse: Vertrauensdefizite und fehlende Emotionalität

"Wenn etwas zu einfach oder zu gut klingt, um wahr zu sein, ist es das normalerweise auch – besonders bei neuer Technik, die auch Daten sammeln und Nutzerverhalten analysieren kann."

— Facharbeiter aus einer mittelgroßen Stadt

"Für ein Unternehmen, das 'emotional bewusste KI' anpreist, ist diese Anmeldeseite so spannend wie beim Trocknen von Farbe zuzusehen."

— Führungskraft, 46 Jahre



Die Analyse der Rückmeldungen des virtuellen Panels offenbarte mehrere entscheidende Probleme mit der Sign-Up-Page:

- **Vertrauensdefizit:** Trotz Hinweis auf "EU AI Stack" und Datenschutz wirkte das Angebot auf viele Nutzer zu gut, um wahr zu sein.
- **Emotionale Diskrepanz:** Ein Unternehmen, das "emotionale KI" verkauft, präsentierte sich mit einer emotionslosen, generischen Anmeldeseite.
- **Fehlende Transparenz:** Der Verdacht auf versteckte Kosten und die Befürchtung, in ein Abo-Modell gelockt zu werden, schreckte potenzielle Nutzer ab.
- **Mangelnde Differenzierung:** Die Seite vermittelte nichts von der innovativen Technologie, die das Unternehmen eigentlich auszeichnete.

Die detaillierte Feedbackanalyse

Facharbeiter, mittleres Alter

Kritisierte die **Diskrepanz zwischen Versprechen und Vertrauenswürdigkeit**. Er bemerkte, dass ScamAdviser zwar keine direkte Warnung aussprach, aber dennoch Bedenken hinsichtlich des "Hochrisikostandorts" des Hostings äußerte. Die Warnung "viele Websites sehen legitim aus, sind aber tatsächlich gefälscht" verstärkte sein Misstrauen.

1

2

Managerin, 31 Jahre

Erkannte den **versteckten Verkaufstrichter** hinter dem kostenlosen Angebot. Sie durchschaute, dass das kostenlose Kontingent so gestaltet war, dass Nutzer schnell zu einem kostenpflichtigen Plan wechseln müssten, um sinnvolle Funktionalität zu erhalten.

3

Student, 18 Jahre

Brachte **negative Erfahrungen mit ähnlichen Angeboten** ein und vermutete dahinter primär Datensammlung und aggressive E-Mail-Marketing-Strategien. Sein Feedback zeigte die Skepsis der jüngeren Generation gegenüber "kostenlosen" digitalen Angeboten.

4

Manager, 46 Jahre

Bemängelte die **fehlende ästhetische und emotionale Ansprache**. Er erwartete von einem Unternehmen, das mit emotionaler Intelligenz wirbt, eine entsprechend ansprechende und differenzierte Präsentation schon bei der Anmeldung.

5

Studentin, 25 Jahre

Äußerte **Zweifel an der ethischen Umsetzung** der beworbenen Technologie. Trotz Wertschätzung für den Fokus auf EU-Datenschutzstandards blieb sie skeptisch bezüglich der tatsächlichen Menschlichkeit und Ethik automatisierter Geschäftsinteraktionen.

Diese detaillierte Analyse zeigte, dass die Probleme der Sign-Up-Page nicht auf einzelne technische Aspekte beschränkt waren, sondern tieferliegende psychologische Barrieren betrafen. Für das Team war es vor allem ein Eye-Opener dass einige der zentralen Botschaften auf der Signup-Page offenbar vollkommen gegenteilige psychologische Wirkung hatten und eher Barrieren erzeugten. Die **KI-basierte Marktforschung** konnte diese subtilen, aber entscheidenden Faktoren identifizieren, die in traditionellen Usability-Tests möglicherweise übersehen worden wären.

Die Optimierungsmaßnahmen

Vertrauenssignale verstärken

Integration glaubwürdiger Vertrauenssiegel und Zertifizierungen

Transparente Darstellung der EU-Datenschutzkonformität

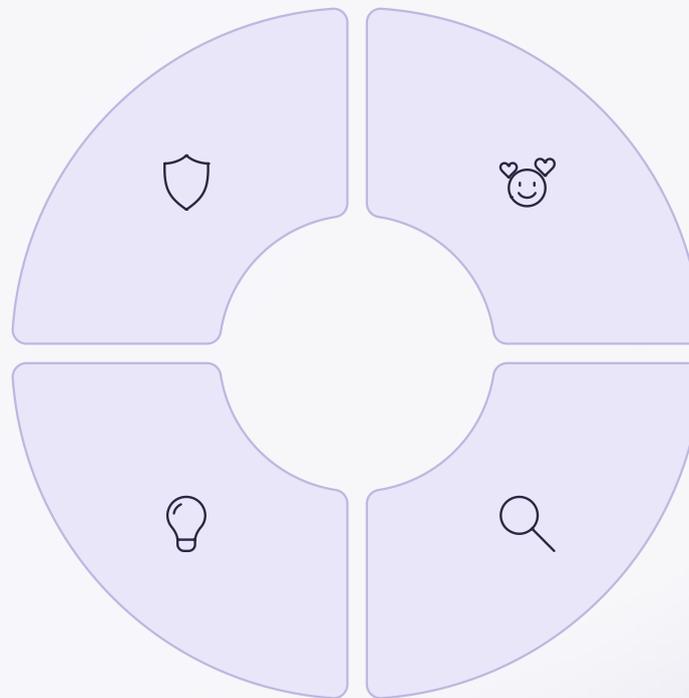
Verständliche Erklärung der Datennutzung

Ehrlichkeit

Echtes Free-Tier eingeführt anstelle eines Teaser-Modells

Verkürzung der Wertbotschaften

Hervorhebung des einzigartigen "Human-in-the-loop"-Ansatzes



Emotionale Ansprache

Redesign mit Fokus auf visuelle Attraktivität

Integration von Vertrauensankern

Emotionale Bildsprache passend zur "emotionalen KI"

Transparenz erhöhen

Klare Darstellung des Wertangebots

Verzicht auf irritierende Botschaften zu "kostenlosen" Aspekten

Deutliche Abgrenzung zu versteckten Kosten

Basierend auf den Erkenntnissen der KI-gestützten Marktforschung entwickelte das Team eine grundlegend überarbeitete Sign-Up-Page. Der Fokus lag dabei auf der Beseitigung der kontraproduktiven Werbe-Messages und einem echten Wertversprechen als Gegenleistung für den Signup.

Die wichtigste Erkenntnis war: User werden offenbar so von "Signup for Free" und ähnlichen Messages überschwemmt, dass diese eine völlig gegenteilige Wirkung haben. Bei der neuen Page ging es also vor allem darum, diese irritierenden Botschaften zu entfernen und authentischer zu kommunizieren.

Die Ergebnisse: 93% Steigerung der Konversionsrate

Messbarer Erfolg durch KI-gestützte Optimierung

Die Implementierung der auf Basis der KI-Marktforschung entwickelten Änderungen führte zu einer beeindruckenden **Steigerung der Signup-Rate um 93%** im Vergleich zum Zeitraum vor der Optimierung. Dieser signifikante Anstieg bestätigte die Wirksamkeit des gewählten Ansatzes und den Wert der durch die KI-Plattform gewonnenen Erkenntnisse.

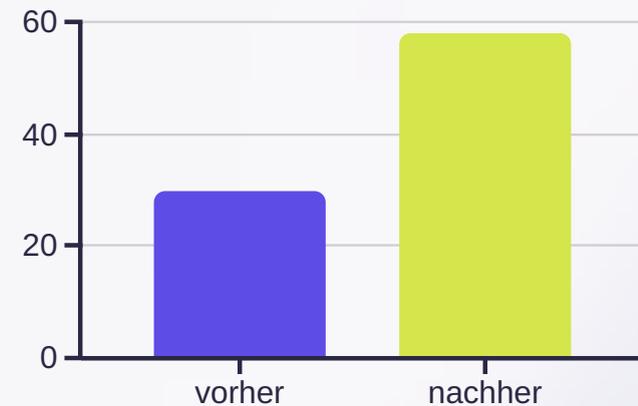
Besonders bemerkenswert war, dass die Optimierungen nicht nur zu mehr Anmeldungen führten, sondern auch zu einer höheren Qualität der gewonnenen Leads. Die Nutzer, die sich über die neue Sign-Up-Page registrierten, zeigten eine höhere Engagement-Rate und eine längere Verweildauer auf der Plattform.

"Die Zusammenarbeit mit factor168.ai und dem Agent-Network Sokosumi hat uns Einblicke ermöglicht, die wir mit traditionellen Methoden nie erhalten hätten. Die simulierten Nutzerperspektiven waren überraschend präzise und enthüllten blinde Flecken in unserem Design, die wir selbst nicht erkannt hatten."

— Produktmanager des SaaS-Startups (HybridAI)

Fazit

Diese Fallstudie demonstriert eindrucksvoll das Potenzial **KI-gestützter Marktforschung** für die Optimierung digitaler Touchpoints. Durch die Simulation authentischer Nutzerperspektiven konnten tiefere Einblicke in psychologische Barrieren gewonnen werden, die mit traditionellen Methoden schwer zu erfassen sind. Für Marketingexperten und Entscheidungsträger bietet dieser Ansatz eine effiziente und kostengünstige Alternative zu aufwändigen Nutzerstudien – mit nachweisbar überzeugenden Ergebnissen.



Die Steigerung der Konversionsrate um satte 93,3% übertraf die Erwartungen an die Optimierung deutlich.



FACTOR168

Contact:

info@factor168.ai // <https://factor168.ai>