



Lassen Sie das VeriSign®-Siegel optimal für sich arbeiten

Zusammen mit einem SSL-Zertifikat von VeriSign erwerben Sie das Recht, mit der weltweit führenden Internet-Vertrauensmarke zu werben. Bei den Besuchern Ihrer Website schafft das VeriSign-Siegel Vertrauen und sie sind eher bereit, ihren Online-Einkauf bei Ihnen abzuschließen. Für Sie zahlt sich das durch deutlich weniger Einkaufsabbrüche und mehr Transaktionen aus.

Die geschickte Platzierung des VeriSign-Siegels auf Ihrer Website sorgt für durchschlagende Wirkung

Die Suche nach Zeichen des Vertrauens darf Ihre Kunden weder Zeit noch Mühe kosten.

Wenn ein Neukunde Ihre Website besucht und sich vergewissern möchte, dass diese Website vertrauenswürdig und sicher ist, sucht er auf der Startseite unter anderem als erstes nach dem VeriSign-Siegel. Daher empfehlen wir, das Siegel unbedingt im oberen Bereich der Startseite Ihrer Website zu platzieren, so dass man es ohne Blättern direkt sieht.

Zeigen Sie Ihren Kunden das Siegel dort, wo sie am meisten Vertrauen benötigen.

Kunden möchten sich insbesondere dann der Vertrauenswürdigkeit einer Website vergewissern, wenn sie aufgefordert werden, persönliche Daten anzugeben, beispielsweise auf der Seite für die Kundenanmeldung oder bei der Eingabe der Kreditkartendaten. Wir empfehlen daher, das VeriSign-Siegel auf allen Seiten zu zeigen, auf denen solche Daten abgefragt werden. Dabei sollte das Siegel in der Nähe der Felder zu sehen sein, wo die betreffenden Daten eingegeben werden müssen.

Lassen Sie das VeriSign-Siegel nicht wie nebensächlich wirken.

Ihre Kunden sind von Ihrer Marke überzeugt, und deswegen schützen Sie diese ja auch mit der führenden Marke für Internetsicherheit. Dies sollte in der Platzierung des VeriSign-Siegels deutlich werden. Verbannen Sie es daher nicht in die Fußzeile der Seiten, wo es möglicherweise gar nicht bemerkt wird oder der Kunde erst danach suchen muss. Machen Sie aus dem VeriSign-Siegel ein auffälliges Element Ihrer Website und bringen Sie es an sichtbarer Stelle an.

Gewinnen Sie die Aufmerksamkeit Ihrer Kunden schon zu Beginn des Kaufprozesses.

Sorgen Sie dafür, dass potenzielle Kunden in der Flut aller Angebote im Internet so früh wie möglich auf Ihr Angebot aufmerksam werden. Wenn in den Suchergebnissen neben Ihrem Link eine Vertrauensmarke angezeigt wird, ist das sofort eine Auszeichnung. Interessenten werden beim Suchen und Vergleichen von Angeboten von Links mit Vertrauensmarke stärker angezogen.

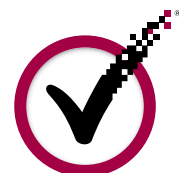
Mit der Funktion VeriSign® Seal-in-Search™ wird das VeriSign-Siegel für Websites, die ein SSL-Zertifikat von VeriSign® nutzen, bei Suchmaschinen in

Das VeriSign-Siegel wird täglich bis zu 250 Millionen Mal gesehen.



VERIFY ▶

Sie haben in die beste Zertifizierung Ihrer Website-Sicherheit investiert – sorgen Sie jetzt dafür, dass Ihre Kunden davon erfahren! Zeigen Sie das VeriSign-Siegel dort an, wo es optimal für Sie arbeiten kann.





Datenblatt

den Suchergebnissen neben dem Link auf die betreffende Website angezeigt. Mit Seal-in-Search™ steigt nicht nur die Auffälligkeit von Links, sondern auch das Kundenvertrauen – und damit potenziell die Anzahl der Klicks und der Besucher auf vertrauenswürdigen Websites. Mit einem Besuch in Ihrem Bereich des VeriSign Trust™ Centers können Sie feststellen, ob Seal-in-Search für Ihre Website aktiviert ist.

Das VeriSign-Siegel ist die bekannteste Vertrauensmarke in der Welt und wird auf über 90.000 Websites in 160 Ländern angezeigt.

Achten Sie darauf, ein gültiges VeriSign-Siegel zu verwenden.

Es ist wichtig, dass Sie auf Ihrer Website nur ein VeriSign-Siegel verwenden, hinter dem ein gültiges VeriSign SSL-Zertifikat steht. Unterstützung und weitere Informationen erhalten Sie hier: www.verisign.com/ssl/seal/index.html

Die richtige Platzierung des VeriSign®-Siegels wirkt Wunder

Fallstudien von VeriSign-Kunden haben auf Websites mit VeriSign-Siegel einen Anstieg der Online-Umsätze und -Transaktionen von 10–34 Prozent nachgewiesen. In einer kürzlich durchgeführten Studie gaben 11 Prozent der Befragten an, dass sie sich gegen eine Transaktion auf Websites entscheiden, auf denen sie *kein* VeriSign-Siegel sehen.¹

Einige Stimmen unserer Kunden:

- **Omodo:** „Nachdem wir das VeriSign-Siegel in unsere Zahlungsseiten eingefügt hatten, stieg die Anzahl der abgeschlossenen Einkäufe gegenüber der Vorwoche um rund 10 Prozent². Wir erkannten sofort, welchen Einfluss das Vertrauen auf den Anteil der abgebrochenen Kaufvorgänge haben kann, und veröffentlichten das Siegel auf allen Zahlungsseiten aller europäischen Websites.“ Warren Jonas, Leiter des Service-Managements
- **Proof-Reading.com:** Proof-Reading.com stellte einen Anstieg der Anmeldungen um 36 Prozent² fest, nachdem man sich wegen des branchenführenden Rufs für ein Siegel von VeriSign entschieden hatte.
- **Virtual Sheet Music:** Das VeriSign-Siegel trug so stark zur Wiederherstellung des Kundenvertrauens bei, dass die Umsätze bei Virtual Sheet Music sofort um 31 Prozent² anstiegen, wie A/B-Tests des Unternehmens ergaben.
- **Picture Store:** Auf welchen Seiten das Siegel zu sehen war, hatte zwar auch einen gewissen Einfluss, aber der entscheidende Unterschied lag darin, ob das VeriSign-Siegel überhaupt vorhanden war. Dieser Unterschied bestand in einem deutlichen Anstieg der abgeschlossenen Transaktionen bei Picture Store: durchgängig zwischen 19 und 24 Prozent².

Weitere Fallstudien finden Sie hier:

<http://www.verisign.de/ssl/ssl-information-center/ssl-case-studies/index.html>

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.Verisign.de.

1. VeriSign-Markenstudie, 2009. Ihr Ergebnis kann davon abweichen.

2. Alle Untersuchungen wurden von den vorgestellten Firmen selbst durchgeführt. Einzelheiten zu den einzelnen Studien erhalten Sie unter www.verisign.com/sslcasestudies und www.verisign.de/ssl/ssl-information-center/ssl-case-studies/index.html.

