

Basic Course

DEINE LANDINGPAGE

DARAUF KOMMT ES BEI EINER GUTEN LANDINGPAGE AN

Eine gute Landingpage wird sich auszahlen, das versprechen wir dir. Das ist der Ort, an dem du all das bisher Gelernte nun umsetzt. Du gestaltest sie in deiner CI, sprichst deine Persona an und setzt dein Angebot perfekt in Szene, um es zu verkaufen.

Jetzt geht es also ans Eingemachte. Und wenn du dich ein bisschen mit diesem Thema auseinandersetzt, versprechen wir dir, wird es dir unglaublichen Spaß machen. Und wenn nicht, dann such dir Hilfe. Zum Beispiel bei uns. 😊



A HAND FULL OF SUNLIGHT

ALLE RECHTE VORBEHALTEN

Basic Course

DEINE LANDINGPAGE

Wir behaupten nicht, dass es das Wichtigste ist, eine Landingpage zu haben. Du kannst sicher auch eine gewisse Zeit lang ohne auskommen. Aber aus vielen verschiedenen Gründen empfehlen wir dir, dieses Thema so schnell wie möglich anzugehen und dir eine gute Landingpage zu erstellen bzw. erstellen zu lassen.

Eine Landingpage ist eine Website, auf die ein User auf eine vordefinierte Art und Weise gelangt - durch eine Suchmaschine, E-Mail-Marketing oder Klick auf eine Werbeanzeigen in Social Media.

Im Gegensatz zu einer „üblichen“ Website, die den User informieren und begeistern soll, dient eine Landingpage gezielt dem Zweck der Konvertierung. Du möchtest also nicht, dass User sich auf deiner Landingpage nur informieren und unverbindlich bleiben.

Zweck deiner Landingpage ist es, den User auf eine einzige Aktion zu fokussieren. Es ist also immer dann sinnvoll eine Landingpage zu haben, wenn du dein Produkt oder deine Leistung verkaufen möchtest. Sie ist der perfekte Ort, um sich genau über dieses Produkt, oder diese Leistung zu informieren, sich eventuell für einen Newsletter hierzu anzumelden und selbstverständlich, um dein Produkt/deine Leistung direkt kaufen zu können.

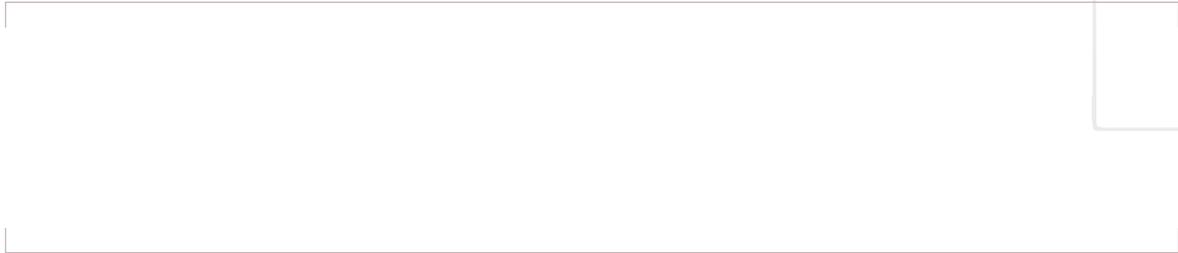


Basic Course

DEINE LANDINGPAGE

Bevor du deine Landingpage erstellst, definierst du daher genau das Ziel, dass du damit verfolgst und führst deine Persona dorthin.

WAS GENAU MÖCHTEST DU MIT DEINER LANDINGPAGE ERREICHEN?



Im besten Fall lautet deine Antwort jetzt, dass du dein Angebot verkaufen oder Leads generieren möchtest. Beides sind übliche Ziele einer Landingpage.

Stell dir vor, deine Persona hat deine Werbeanzeige (darauf werden wir noch genauer eingehen) bei Instagram gesehen und möchte sich jetzt noch etwas genauer über dein Angebot informieren oder es vielleicht direkt kaufen. Genau dieses Bedürfnis möchtest du mit deiner Landingpage stillen.

Gute Landingpages zeichnen sich dadurch aus, dass deine transportierte Produktbotschaft oder der gebotene Mehrwert perfekt auf die Informationsbedürfnisse des Besuchers zugeschnitten ist.



Basic Course

DEINE LANDINGPAGE



Beim Besuchen keiner anderen Website ist die Kaufabsicht des Users oder die Bereitschaft seine Kontaktdaten zu hinterlassen so hoch, wie hier. Du hast ihn durch Touchpoints auf deine Landingpage geführt.

Jetzt solltest du dieses Instrument auch richtig nutzen. Zum Beispiel durch ein Call to Action Element (einen Button), über das er direkt bestellen kann, dich kontaktieren kann oder sich zu einem Newsletter anmeldet.

Die Seite muss den User also inhaltlich sofort ansprechen und seine spontane Bereitschaft wecken, sich mit deinem Angebot auseinanderzusetzen und schließlich dazu animieren, aktiv zu werden.

Ersteres erreichst du durch ein strukturiertes und ansprechendes Design - entsprechend deiner CI, das das Wesentliche in den Fokus setzt. Letzteres durch ein gelungenes Call to Action Element.



A HAND FULL OF SUNLIGHT

ALLE RECHTE VORBEHALTEN

Basic Course

DEINE LANDINGPAGE

Es gibt kein allgemein gültiges Rezept für eine gute Landingpage, aber wir können dir einige hilfreich Tipps geben, mit Hilfe derer du in der Lage sein solltest, zu verstehen, worum es bei einer Landingpage geht.

Erfahrungsgemäß entscheidet ein User in wenigen Sekunden, ob ihn ein Angebot interessiert und er sich weiter damit befassen möchte. Damit ist die Headline zentraler Eye-Catcher einer Landingpage. Sie soll dem User kurz und knapp mitteilen, was ihn hier erwartet. Er muss das Gefühl bekommen:

HIER BIN ICH RICHTIG UND FINDE GENAU DAS, WONACH ICH GESUCHT HABE.

1. WENIGER IST MEHR

Der User ist auf deiner Landingpage, weil er sich über dein konkretes Angebot informieren möchte, oder es vielleicht sogar direkt kaufen möchte. Er möchte in diesem Fall keine Informationen erhalten, die nichts mit dem Angebot zu tun haben, also lass sie einfach weg. Er möchte nicht ewig suchen oder von unnötigen Informationen abgelenkt werden. Er möchte auf deiner Landingpage den beworbenen Inhalt sofort finden, ohne scrollen oder suchen zu müssen.



Basic Course

DEINE LANDINGPAGE

2. DEINE INHALTE MÜSSEN DEN USER INSPIRIEREN

Das Wichtigste zuerst! Die zentrale Botschaft gehört in die Überschrift. Ein Teaser hilft das Wesentliche deines Informationsangebots schnell zu erfassen und genau darauf kommt es an. Du solltest den User schnell catchen und mit deiner Wort- und Bildsprache genau den richtigen Ton treffen. Liefere ihm das, was er haben will und am besten noch weitere Anreize, damit er Lust auf Mehr bekommt.

3. KURZE TEXTE UND TOLLE BILDER/VIDEOS

Deine Landingpage muss übersichtlich und mit möglichst wenig Text den Vorteil und die Besonderheit deines Angebots wiedergeben. Die Informationen verteilst du am Besten auf der ganzen Seite, mit jeweils eigenen Überschriften und beeindruckenden Bildern oder Videos. Denn das lockert die Seite optisch auf und kann zudem dein Angebot visualisieren. Nichts hassen User mehr als ewig lange Texte. Sie werden erfahrungsgemäß nie bis zum Ende gelesen. Die Gefahr, dass der User die Seite vorzeitig verlässt, ist groß.



Basic Course

DEINE LANDINGPAGE

4. GUT SICHTBARE PLATZIERUNG DES CALL TO ACTIONS

Ein starker Call-To-Action ist einer der wichtigsten Bestandteile deiner Landingpage. Er ist im Wesentlichen dafür verantwortlich, ob eine Conversion gelingt oder nicht. Hierfür kannst du zum Beispiel einen Button nutzen, den du farblich abhebst. ABER: Auch hier gilt „weniger ist mehr“. Der Button soll zwar gut erkennbar sein, aber er sollte den User nicht abschrecken. Grelle Farben wirken oft unseriös. Auch eine zu häufige Anwendung eines Buttons wirkt eher nervend.

4. ALLE WICHTIGEN ELEMENTE SOLLTEN AUF EINEN BLICK SICHTBAR SEIN

Designe deine Landingpage so, dass sich alle wichtigen Elemente im sichtbaren Bereich befinden. Der User soll, ohne scrollen zu müssen, direkt darauf zugreifen können, insbesondere der Call-To-Action muss direkt sichtbar sein. Andernfalls verfehlen diese ihren Zweck. Gleiches gilt für Headline, Bild oder Video und einen kurzen Informationstext.

5. MOBILE FIRST

Deine Landingpage sollte auf jedem Gerät optimal angezeigt werden. Aber insbesondere bei einer Landingpage ist die Optimierung für Smartphones essentiell. Der User hat über eine Werbung auf Social Media oder eine Mail von dir erfahren. Diese Medien nutzt er zumeist mit dem Smartphone, klickt also von dort auf den Link, wird er auch über das Smartphone auf deiner Seite landen. Das solltest du unbedingt berücksichtigen.



Basic Course

DEINE LANDINGPAGE

CHECKLISTE

- CORPORATE IDENTITY (deine Landingpage sollte natürlich deiner CI entsprechen)
- MACH'S SIMPEL (der User sollte auf den ersten Blick erkennen können, was du ihm anbietest)
- QUALITÄT (achte auf gute Bilder und Texte)
- STRUKTUR (eine klare Struktur führt deinen User logisch durch die Seite)
- HEADLINES (wähle gute Über- und Zwischenüberschriften)
- NICHT ZU VIELE OPTIONEN
- KURZ UND PRÄGNANT (eine Landingpage ist dann gut, wenn du nichts mehr weglassen kannst)
- EMOTIONEN ERREGEN (mit deinen Bildern und Texten, solltest du im besten Fall Emotionen bei deinen Usern hervorrufen)
- CTA (nutze gute CTA's, aber übertreibe es nicht)
- SETZE AUF TRUST (um Vertrauen zu gewinnen, kannst du Testimonials nutzen, unser TIPP: es macht nur Sinn, wenn es echte User Stories sind)



A HAND FULL OF SUNLIGHT

ALLE RECHTE VORBEHALTEN

Basic Course

DEINE LANDINGPAGE

CHECKLISTE

- PREISE (wenn du kein individualisierbares Produkt anbietest, kannst du Preise auf der Seite angeben, TIPP: mach es eindeutig, du hast nichts zu verbergen)
- CONTENT IS KING (halte es zwar kurz und knapp, aber mach es gut! Liefere Content mit Mehrwert)
- KEIN GROSSES MENÜ (eine Landingpage benötigt kein umfangreiches Menü)

- KONTAKTMÖGLICHKEIT
- BEACHTE DAS GELTENDE RECHT

- MOBILE (berücksichtige, dass die meisten User mit ihrem Smartphone deine Landingpage besuchen werden, darauf sollte sie auf jeden Fall optimiert sein)

Kein Social Media Account der Welt kann eine gute Landingpage ersetzen und dafür gibt es gute Gründe. Eine gute Landingpage wird dir dabei helfen dein Produkt bzw. deine Leistung ganz nach deinem Belieben zu präsentieren und vor allem zu verkaufen, wenn du das berücksichtigst, was wir dir gesagt haben.



Jule und Matthias



A HAND FULL OF SUNLIGHT

ALLE RECHTE VORBEHALTEN