

Checkliste für Landing-Pages: Weiche Landung garantiert

☒ Eine Landing Page ist eine speziell eingerichtete Webseite, die nach einem Klick auf ein Werbemittel erscheint. Dies kann beispielsweise eine Adword-Anzeige sein. Auf der Landing Page steht dann das gesuchte Angebot im Mittelpunkt, welches ohne Ablenkung vorgestellt wird. Für Shopbetreiber sind Landing Pages also ein wichtiges Mittel, bestimmte Produkte oder Warengruppen zu promoten.

Aber was ist bei der Gestaltung einer optimalen Landing Page zu beachten?

In einem lesenswerten Fachartikel im EMail-Marketing-Blog wird dies genauer erläutert. Zunächst nochmal zum Sinn und Zweck der Landing Pages, die ja immerhin eine Art Parallelwelt zum Shop darstellen und somit Pflegeaufwand bedeuten:

Hierbei handelt es sich um eine Seite, die einzig und allein das Ziel verfolgt, eine Konversion zu erzielen, also ein Produkt zu verkaufen oder Anfragen zu generieren. Klickt ein Interessent auf ein Banner oder eine Textanzeige, wird er anstatt zur Homepage direkt auf die Landing Page geleitet. Auf dieser Seite wird gezielt das beworbene Produkt präsentiert und die Möglichkeit zur direkten Bestellung gegeben.

Das Layout einer Landing Page orientiert sich in der Regel an dem Design der eigentlichen Homepage, allerdings wird auf alle „überflüssigen“ Elemente verzichtet. „Überflüssig“ sind in diesem Fall alle Elemente, die von dem Ziel der Landing Page ablenken könnten – wozu unter Umständen auch Navigationselemente der Website zählen können. Nachfolgend finden Sie wichtige Aspekte, die bei der Konzeption einer Landing Page berücksichtigt werden sollten.

Folgende Aspekte sind zu berücksichtigen, um das genannte Ziel zu erreichen:

Aussagekräftiges URL-Design
Stimmiger Bezug zwischen Anzeige und Landing Page
Deutliche Handlungsaufforderung
Nutzen klar kommunizieren
Vertrauen schaffen und belegen
Umfassend Informieren
Geeignete Seitenlänge
Wirksame Erfolgsmessung für Lerneffekt
Weiterlesen im EMail-Marketing-Blog.