



BUSINESS REFLECTION

Landing Page Erstellung

Workbook



Landing Page Grundlagen

Was ist eine Landing Page?

Eine Landing Page ist eine speziell gestaltete Webseite, die darauf abzielt, Besucher zu einer bestimmten Handlung zu bewegen. Sie ist häufig der erste Berührungspunkt zwischen dem Nutzer und deinem Produkt oder deiner Dienstleistung. Im Gegensatz zu einer klassischen Webseite ist eine Landing Page darauf ausgerichtet, den Fokus auf ein einziges Ziel zu lenken, sei es der Kauf eines Produkts, das Abonnieren eines Newsletters oder das Herunterladen eines Dokuments.

Warum ist eine Landing Page so wichtig?

Die Landing Page ist entscheidend, weil sie eine gezielte und fokussierte Kommunikation mit dem Besucher ermöglicht. Sie hilft, die Conversion-Rate zu erhöhen, da sie speziell für eine bestimmte Zielaktion optimiert ist. Durch gut durchdachte Elemente und eine klare Struktur können Landing Pages dafür sorgen, dass mehr Besucher in Kunden oder Abonnenten umgewandelt werden.

Was ist eine Conversion-Rate?

Die Conversion-Rate ist der Prozentsatz der Besucher einer Webseite, die eine gewünschte Handlung durchführen. Diese Handlung kann zum Beispiel der Kauf eines Produkts, das Abonnieren eines Newsletters oder das Ausfüllen eines Formulars sein.

Ein einfaches Beispiel:

Wenn 100 Personen auf deine Webseite kommen und 5 von ihnen kaufen ein Produkt, beträgt die Conversion-Rate 5% (5 Käufer geteilt durch 100 Besucher).

Die Conversion-Rate hilft dabei zu messen, wie gut deine Webseite oder Landing Page darin ist, Besucher zu einer gewünschten Aktion zu bewegen. Je höher die Conversion-Rate, desto erfolgreicher ist die Seite bei der Umwandlung der Besucher in Kunden oder Leads.

Unterschied LandingPage & normale Webseite

Der wesentliche Unterschied zwischen einer Landing Page und einer normalen Webseite liegt in ihrem Ziel und ihrer Struktur.

1. Ziel:

- Eine normale Webseite dient in der Regel mehreren Zwecken: Sie stellt Informationen über ein Unternehmen zur Verfügung, bietet Navigation zu verschiedenen Bereichen und enthält mehrere Call-to-Actions (CTAs). Sie soll den Besuchern ermöglichen, sich einen Überblick über das Unternehmen, seine Dienstleistungen oder Produkte zu verschaffen.
- Eine Landing Page hingegen hat ein einziges Ziel: den Besucher zu einer bestimmten Aktion zu bewegen, sei es der Kauf eines Produkts, die Anmeldung für einen Newsletter oder die Registrierung für ein Webinar.
- Du kannst natürlich auf deiner Homepage für ein Produkt eine Landing Page platzieren. Üblich ist es aber, einzelne Seiten (ohne Kopf- und Fußzeile) für ein Produkt wie bspw. "Bestelle unser kostenloses E-Book" zu implementieren.

1. Struktur und Inhalt:

- Auf einer normalen Webseite finden sich in der Regel viele Menüs und Links zu anderen Seiten (z. B. zu „Über uns“, „Dienstleistungen“, „Blog“). Der Besucher kann auf verschiedene Seiten zugreifen und zwischen verschiedenen Inhalten navigieren.
- Eine Landing Page ist minimalistisch aufgebaut und enthält nur die nötigsten Informationen, die der Besucher braucht, um die gewünschte Aktion zu tätigen. Sie ist in der Regel ablenkungsfrei, ohne zusätzliche Links oder Navigationsmenüs. So wird der Besucher gezielt geführt.

1. Call-to-Action (CTA):

- Während auf einer normalen Webseite der CTA möglicherweise über mehrere Seiten verteilt ist (z. B. auf der Startseite, in der Produktbeschreibung, in der Kontaktsektion), ist der CTA auf einer Landing Page immer deutlich hervorgehoben und führt den Besucher zu einer konkreten Handlung.

Die Landing Page fokussiert sich auf das Wesentliche, ohne den Besucher mit weiteren Optionen oder Informationen zu überfordern. Dies führt zu einer höheren Conversion-Rate, da der Benutzer nicht vom Ziel abgelenkt wird.

Warum Landing Pages wichtig sind

Landing Pages sind ein unverzichtbares Tool, um Marketing-Ziele zu erreichen. Sie sind der zentrale Punkt, an dem die Interaktion mit deinen Besuchern stattfindet und die Conversion erzielt werden soll. Hier sind einige Gründe, warum Landing Pages so wichtig sind:

Steigerung der Conversion-Rate: Der Hauptvorteil einer Landing Page ist, dass sie die Conversion-Rate verbessert, da sie sich ausschließlich auf eine bestimmte Aktion konzentriert. Da Besucher keine anderen Optionen oder Ablenkungen haben, sind sie eher geneigt, die gewünschte Handlung vorzunehmen. Studien haben gezeigt, dass Landing Pages die Conversion-Rate um bis zu 300% steigern können, wenn sie gut gestaltet sind.

Zielgerichtetes Marketing: Eine Landing Page ermöglicht es, Marketing-Kampagnen sehr gezielt zu gestalten. Zum Beispiel kann eine Facebook-Werbung oder eine Google-Anzeige auf eine spezifische Landing Page führen, die genau das Angebot präsentiert, das der Besucher in der Anzeige gesehen hat. Dies stellt sicher, dass der Besucher den direkten Zusammenhang zwischen der Werbung und dem Angebot auf der Landing Page erkennt, was das Vertrauen erhöht und die Wahrscheinlichkeit einer Conversion steigert.

Einfache Erfolgsmessung: Eine Landing Page ist einfach zu messen. Du kannst die Conversion-Rate direkt verfolgen und die Leistung der Seite im Hinblick auf das Ziel (z. B. Käufe, Anmeldungen) genau messen. Dies hilft dabei, die Effektivität von Marketing-Kampagnen zu bewerten und zu optimieren. Mit A/B-Testing kannst du verschiedene Versionen der Landing Page testen und die Variante wählen, die am besten funktioniert.

Zielgerichtete Kommunikation: Da Landing Pages auf ein bestimmtes Ziel ausgerichtet sind, kannst du die Kommunikation und das Design perfekt auf die Zielgruppe abstimmen. Du kannst eine Botschaft entwickeln, die genau den Bedürfnissen und Wünschen des Besuchers entspricht und ihn so gezielt zu einer Aktion führen.

Kosten- und Zeitersparnis: Landing Pages sind relativ einfach zu erstellen und kostengünstig. Mit Tools wie Unbounce, Leadpages oder Instapage kann jeder eine Landing Page erstellen, ohne tiefgehende technische Kenntnisse zu benötigen. Sie bieten eine schnelle Möglichkeit, Marketing-Kampagnen umzusetzen und sofort Ergebnisse zu sehen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Landing Pages für den Erfolg jeder Marketing-Kampagne unverzichtbar sind. Sie helfen dabei, den Fokus auf das Wesentliche zu lenken, steigern die Conversion-Rate und ermöglichen eine präzise Erfolgskontrolle. In der heutigen digitalen Welt, in der jeder Besucher nur wenige Sekunden Zeit hat, ist eine gut gestaltete Landing Page der Schlüssel zu effektiven und erfolgreichen Kampagnen.



BLACK SHEEP
— BUSINESS —