

USER EXPERIENCE, USABILITY & FEATURES

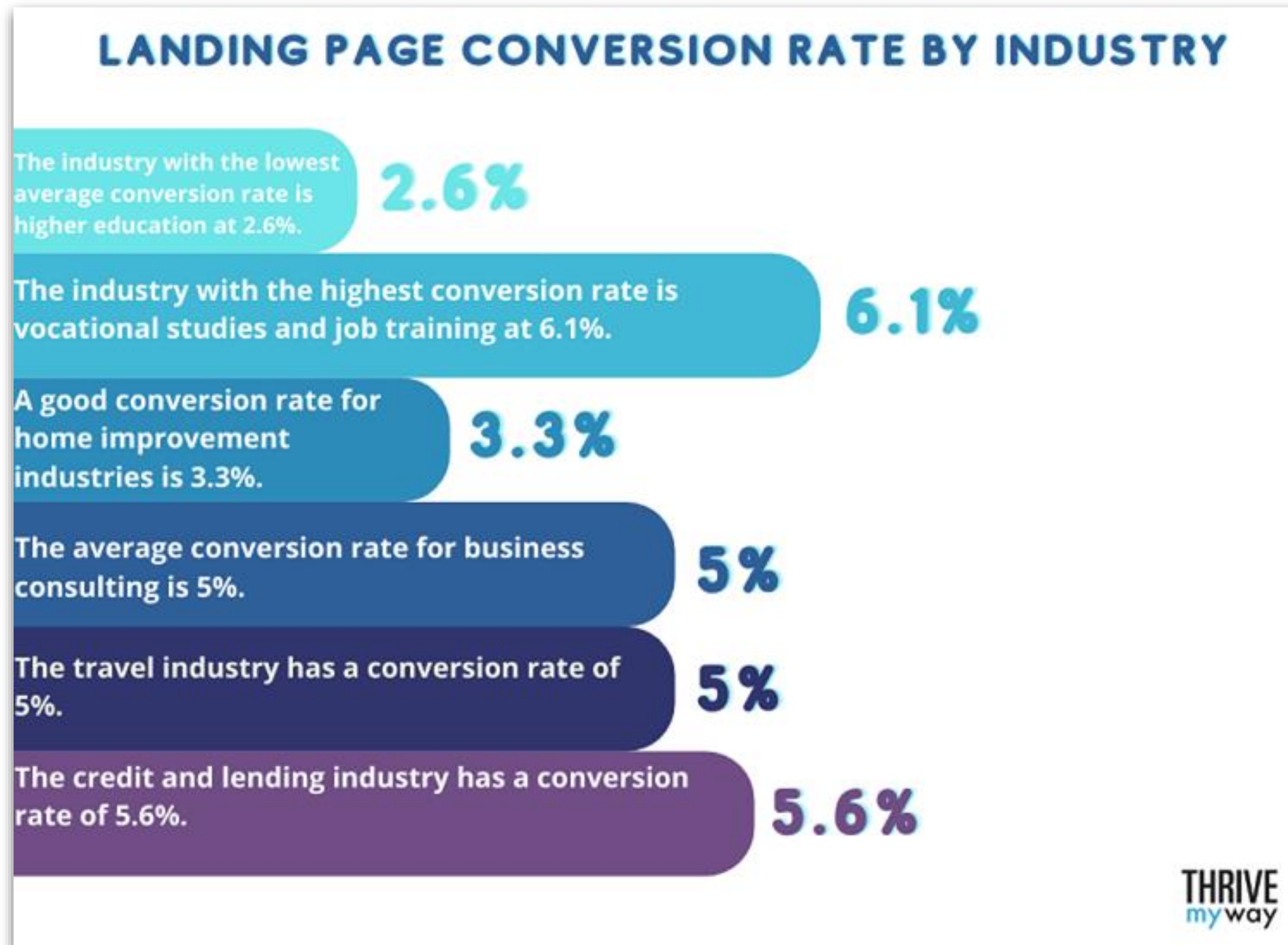
Landingpages

0

Landingpages Einführung

Landingpages

Einführung



Quelle: <https://thrivemyway.com/wp-content/uploads/2021/12/Landing-Page-Conversion-Rate-by-Industry.png>

- Statistik aus 2023
- Landingpage Statistiken aus verschiedenen Industrien
- Statistisch betrachtet erweisen sich Landingpages stets als effektiver im Vergleich zu herkömmlichen Seiten

1

Landingpages

Was sind Landingpages

Landingpages

Was sind Landingpages



Landingpages sind speziell gestaltete Webseiten, die darauf abzielen, Besucher gezielt zu einer bestimmten Aktion zu bewegen, wie beispielsweise dem Kauf eines Produkts, der Anmeldung zu einem Newsletter oder dem Herunterladen einer Datei. Sie sind oft auf ein einzelnes Ziel ausgerichtet und enthalten klare Handlungsaufforderungen.

Landingpages

Was sind Landingpages

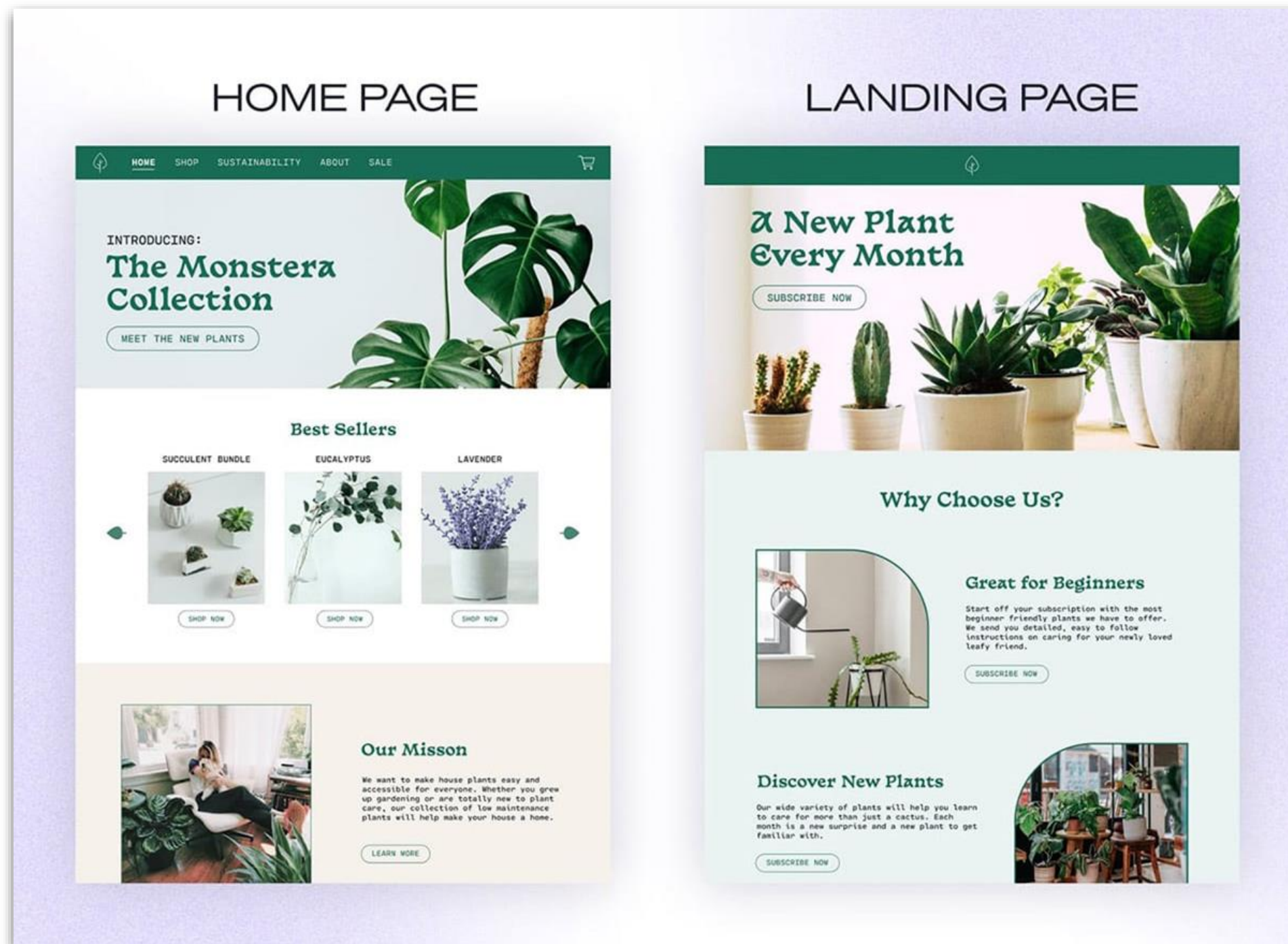
WEBSITES	LANDING PAGES
General	Specific with clear goal
Designed for exploration	Designed for conversions
Multiple options	Only one option (CTA)
Traffic comes from multiple sources	Traffic comes from ads
Many potential distractions	Minimal distractions

 **moosend**
a Sitecore® company

- Unterschiede zwischen Webseiten und Landingpages
- Webseiten werden für “allgemeinere” Zwecke genutzt
- Landingpages haben ein bestimmtes Ziel, oftmals mit dem Conversion-Ziel “Kauf”

Landingpages

Was sind Landingpages



- Veranschaulichung der Unterschiede zwischen Homepage und Landingpage
- Homepage z.B. viele verschiedene Buttons, Kategorien, etc.
- Landingpage dagegen keine Kategorien und immer derselbe Button mit der gleichen Funktion

Quelle: https://getshogun.com/wp-content/uploads/2022/08/62b254bde4da58f1bbf0c1a7_o-ESDfkwvbiI72sR_PQVY1YN2mM0dmDIOXcgPWIAZ2lhQfXU5iVd5e7yREsYtjKtql6n7-w2Lg4mnjkquOBv_k4EpBy6JmOw2qHPSufiFyCZJqPUZi4s04VCPAlYUMd_JW4mL1yxeJHPrDoA.jpg

2

Landingpages

Arten von Landingpages

Landingpages

Arten von Landingpages

01

Landingpages zur Lead-Generierung oder -Erfassung sind darauf ausgerichtet, Informationen von potenziellen Kunden zu sammeln. Also Lead-Daten zu sammeln.

Landingpage zur Lead-Generierung

02

Im Unterschied zu herkömmlichen Seiten mit Formularen legen Click-Through-Landingpages den Fokus auf Call-to-Action-Schaltflächen.

Click-Through
Landingpage

Landingpages

Arten von Landingpages - Landingpage zur Lead-Generierung

- Ein charakteristisches Merkmal einer Lead-Erfassungsseite ist ein Formular, das als Handlungsaufforderung (CTA) fungiert.
- Kunden erhalten beim Ausfüllen des Formulars ein Produkt (z.B. oftmals Whitepaper, usw.)
- Als Gegenleistung erhalten wir die Informationen des Kunden
- Wie z.B.: Name, Adresse, E-Mail, Telefonnummer, usw.

Landingpages

Arten von Landingpages - Landingpage zur Lead-Generierung

- Zweck davon ist, dass man hinterher die Kunden mit den erhaltenen Daten kontaktieren kann oder mit ihnen Marketing-Kampagnen durchführt
- Das erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass die potenziellen Kunden konvertieren
- Die gesammelten Daten helfen dir also deine Marketingstrategien zu verbessern und effizienter zu gestalten

Landingpages

Arten von Landingpages - Landingpage zur Lead-Generierung

77 TIPPS FÜR MEHR ERFOLG

im Onlinehandel & E-Commerce

[Startseite](#) / [Wissen](#) / [Whitepaper](#) / 77 Tipps für mehr Erfolg im Onlinehandel

Fehler vermeiden, effizient loslegen

In diesem Whitepaper erhalten Sie eine fast schon magische Anzahl wichtigster Tipps für den Start in den E-Commerce. Know-how aus 15 Jahren Projektalltag, handlich zusammengefasst.



So vermeiden Sie die Fehler, die andere bereits gemacht haben und können Ihre Energie auf das Wesentliche richten!

Vorname *

Nachname *

Telefonnummer

Email *

Alexander Steireif GmbH benötigt die Kontaktinformationen, die Sie uns zur Verfügung stellen, um Sie bezüglich unserer Produkte und Dienstleistungen zu kontaktieren. Sie können sich jederzeit von diesen Benachrichtigungen abmelden. Informationen zum Abbestellen sowie unsere Datenschutzpraktiken und unsere Verpflichtung zum Schutz Ihrer Privatsphäre finden Sie in unseren Datenschutzbestimmungen.

KOSTENFREI HERUNTERLADEN

- Beispiel Steireif-Whitepaper
- Kostenfrei downloadbar
- Daten werden beim Download abgefragt und übernommen

Landingpages

Arten von Landingpages - Click-Through Landingpage

- Bei Click-Through Landingpages liegt der Fokus auf CTA-Schaltflächen
- Klickt der Kunde auf die CTA-Schaltfläche wird er auf eine andere Seite weitergeleitet, auf der er dann die gewünschte Aktion durchführen kann
- z.B. Landingpage mit CTA-Button "Termin ausmachen"
 - Weiterleitung auf neue Seite
 - Auf der neuen Seite macht dann der Kunde einen Termin aus

Landingpages

Arten von Landingpages - Click-Through Landingpage

- Click-Through Landingpages sind also hauptsächlich dazu da sofortige Verkäufe, statt Informationen einzusammeln
- Auf solchen Landingpages findet man dann Informationen über das Produkt (oder die Dienstleistung), um es für potenzielle Kunden attraktiver zu gestalten
- Informationen wie z.B.:
 - Produktdetails, Vorteile & Nutzen des Produktes
 - Bewertungen, Referenzen & Erfahrungsberichte
 - Fragen und Antworten zum Produkt (FAQs)

Landingpages

Arten von Landingpages - Click-Through Landingpage

The screenshot shows a landing page for an online training course. The header features the logo 'Alexander STEIREIF' and a navigation menu with links: PRODUKTE, KUNDEN, THEMEN, ANALYSE, WISSEN, BLOG, UNTERNEHMEN, and a prominent orange button 'BERATUNGSGESPRÄCH BUCHEN'. The main visual is a 3D rendering of a black box set for 'DER PERFEKTE E-COMMERCE' which includes a shopping cart icon and the text 'ENTHÄLT ÜBER 1000 VIDEOS'. To the right of the box, the text reads 'Online-Training "Der perfekte E-Commerce"' and 'Das Paket im Überblick'. Below this, a link 'Die wichtigsten Punkte auf einen Blick' leads to a list of features: 'Alle Module nach 180 Tagen komplett freigeschaltet', 'Zugriff auf insgesamt über 1.000 Videos', 'Unbegrenzter Zugang für Mitarbeiter', 'Unzählige Checklisten, Vorlagen und Downloads', 'Best-Practices und praxisnaher Bezug', 'Abbildung über unsere E-Commerce Academy', 'Auf Wunsch als Whitelabel Lösung realisierbar', and 'Für E-Commerce Manager, Geschäftsführer Online-Marketing Manager, Kaufmann/-frau im E-Commerce'. An orange button at the bottom right says 'JETZT STARTEN UND DAS ONLINE-TRAINING KAUFEN'. The footer contains logos for 'INTERNET WORLD Business', 'ECC CLUB MEMBER', 'Der Mittelstand. BYMW', and 'Creditreform'.

- Beispiel Steireif-Produkt
- Kunde befindet sich schon im Funnel und wird mit Informationen bespielt
- Schaltfläche ist dominant und klar sichtbar

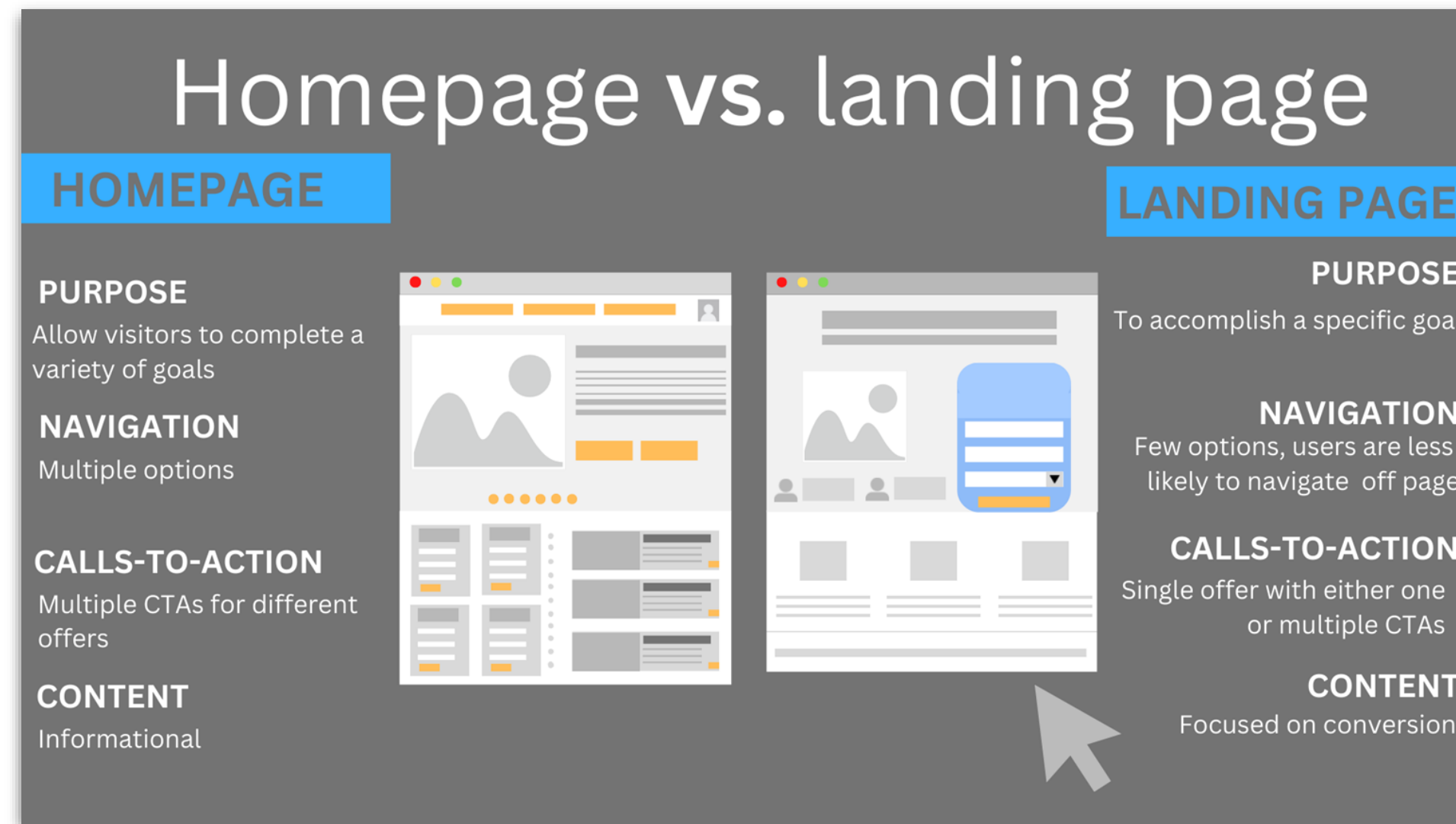
3

Landingpages

Homepage vs Landingpage

Landingpages

Homepage vs Landingpage



Quelle: <https://www.replo.app/blogs/homepage-vs-landing-page/homepage-vs-landing-page.png>

- Vergleich Homepage und Landingpage
- Verschiedene Zwecke
- Sollten unterschiedlich eingesetzt werden

Landingpages

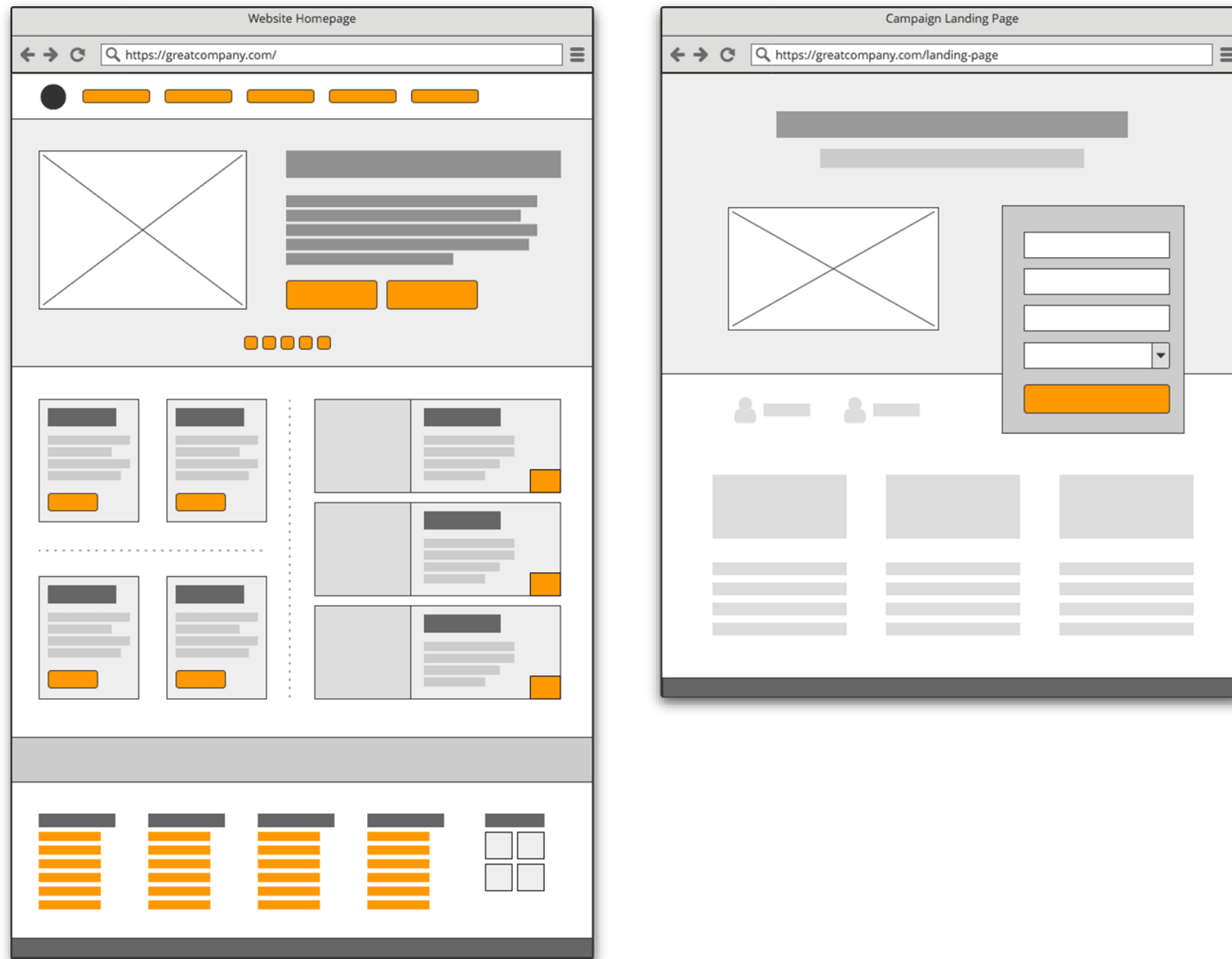
Homepage vs Landingpage

Landing Page vs Home Page		
Navigation bar	No	Yes
Traffic source	Paid + ad campaigns	Any other source
Location	Separate from website	Front page of website
Goal / Purpose	Prompt single conversion	Promote website browsing

- Vergleich Homepage und Landingpage
- Unterschiedliche Trafficquellen
- Und auch verschiedene Ziele

Landingpages

Homepage vs Landingpage



- Visueller Vergleich Homepage und Landingpage
- Landingpage kürzer und kompakter aufgebaut
- Oftmals mit Datenabfrage (zur Lead-Generierung)

4

Landingpages Vor- und Nachteile

Landingpages

Vor- und Nachteile

	Pros	Cons
Besseres Verständnis der Kunden und Ihrer Kundenreise	✓	✗ In der Regel ein eigenes Projekt
Optimierung der Customer Experience	✓	✗ Erfordert zusätzliche Software
Gezielte Kommunikation an Touchpoints	✓	✗ Muss gewartet werden
Identifikation von Optimierungspotenzial	✓	✗ Funktioniert nur mit Paid Ads
Steigerung der Conversion-Rate	✓	

5

Landingpages Best Practices

Aussagekräftige Überschrift

70% der Besucher einer Landingpage springen innerhalb der ersten Sekunden auf einer Landingpage ab. Daher sollte deine Überschrift dem potenziellen Kunden sofort klar machen worum es geht.

01

“Fühlende” Bilder

Nutze nicht einfach irgendwelche Bilder, sondern Bilder bei denen du dem Kunden ein Gefühl vermittelst. Er muss sich vorstellen können was ihm für ein Gefühl vermittelt wird wenn er das Produkt kauft.

03

Das Lead-Formular sollte möglichst sofort sichtbar sein und einfach auszufüllen sein, da ein langes Lead-Formular dazu führen kann, dass Nutzer mitten im Formular abbrechen.

Einfaches Lead-Formular

Der CTA auf der Landingpage sollte klar und verständlich sein. Zum Beispiel nicht “Hier Klicken” sondern “Jetzt Kaufen”

Klarer CTA

Relevantes Angebot

Stelle sicher, dass dein Angebot für die Kunden auch interessant ist, z.B. (bei Landingpages für Lead-Generierung) ein Whitepaper mit "10 Tipps zur Umsatzsteigerung durch KI".

Nicht zu viele Informationen fordern

Wenn du Informationen sammeln willst, sammle nicht allzu viele Informationen, da dies Nutzer abschrecken könnte.

07

Versuche Ablenkungen auf der Landingpage zu vermeiden, sodass Nutzer währenddessen nicht abspringen. (z.B. keine oder eine sehr kompakte Navigation)

**Ablenkungen
vermeiden**

Nutze auf jeden Fall eine Dankes-Seite. Mit dieser befriedigst du nicht nur deinen Kunden und lieferst das versprochene Geschenk aus, sondern du kannst diese auch für weitere Mehrwerte nutzen.

Thank-You Page

Social Proof

Bewertungen und Referenzen sorgen dafür, dass du potenzielle Kunden von deiner Seriosität und deinem Angebot überzeugst.

Das richtige Design für das richtige Gerät

Achte darauf, dass deine Landingpage Designs auf das jeweilige Gerät angepasst sind.

A large, solid orange shape in the bottom-left corner of the slide, resembling a quarter-circle or a stylized '10' background.

10

6

Landingpages Aufgaben