

## Pressemitteilung

Zielgruppengerecht, übersichtlich, konsistent: Merkmale erfolgreicher Landing Pages

# 5 Tipps für bessere Landing Pages

**Starnberg, 15. April 2015 +++ Die Rabattaktion für ein neues Produkt, eine Veranstaltungseinladung oder eine Download-Seite für besonderen Content: Es gibt viele Anlässe für die Erstellung einer Landing Page. Neben einer fokussierten Besucher-Ansprache und der Möglichkeit, per Formular Kontaktdaten abzufragen, bieten Landing Pages auch den Vorteil, dass sich hier ganz gezielt wichtige Kennzahlen messen lassen: Wie viele Newsletter-Empfänger haben die Landing Page aufgerufen und das dort vorgestellte Produkt gekauft? Wie viele Leser eines Blogs sind dem Link zur Landing Page gefolgt, haben dort ihre E-Mail-Adresse angegeben und das angebotene E-Book heruntergeladen? Damit Landing Pages eine möglichst hohe Konversion erzielen – sei es im Hinblick auf Umsatz oder auf Lead Generierung – gilt es, einige wichtige Aspekte zu beachten. Die folgenden Tipps der SC-Networks GmbH, Hersteller der E-Mail-Marketing-Automation-Lösung Evalanche ([www.sc-networks.com](http://www.sc-networks.com)), zeigen, was eine erfolgreiche Landing Page ausmacht.**

**Erfolgreiche Landing Pages erstellen – darauf sollten Sie achten:**

1. **Definieren Sie Ziel und Zweck der Landing Page:** Sollen Besucher etwas kaufen, Inhalte herunterladen, sich für einen Newsletter oder zu einer Veranstaltung anmelden? Verfolgen Sie nie mehr als ein Ziel auf einer Landing Page!
2. **Definieren Sie Ihre Zielgruppe/Persona:** Wenn Sie festgelegt haben, welchen Zweck Sie mit der Landing Page verfolgen, definieren Sie anschließend, wen Sie ansprechen wollen. Idealerweise haben Sie Ihren Adressdatenbestand schon segmentiert und verteilen Ihre Inhalte zielgruppengerecht. Aber auch, wenn dies nicht der Fall ist: Überlegen Sie, wen Sie ansprechen möchten, und erstellen Sie ggf. unterschiedliche Landing Pages für die jeweiligen Zielgruppen.
3. **Sorgen Sie für Konsistenz und Wiedererkennung:** Besucher sollten auf einen Blick erkennen, dass sie nach Anklicken eines Links auch auf der richtigen Seite gelandet sind. Sorgen Sie deshalb dafür, dass das Design der Landing Page, Überschriften und Keywords denen auf der Ursprungsseite bzw. im Newsletter entsprechen. Beispielsweise können Sie den Text des Links auf der Landing Page als Überschrift einsetzen.
4. **Vermeiden Sie Ablenkungen:** Fokussieren Sie sich auf der Landing Page auf einen Inhalt – dieser hat schließlich das Interesse des Nutzers geweckt und ist der Grund dafür, dass er einen Link angeklickt hat. Geht es um ein Produkt oder um einen Download, bieten Sie auf der Seite genau das an, was Sie z.B.

im Newsletter beworben haben, und keine weiteren Alternativen. Nehmen Sie sich ein Beispiel an gut gestalteten Warenkorb-/Bezahlseiten – auch hier werden dem Besucher möglichst wenige Möglichkeiten gegeben, den Prozess zu verlassen. Zudem ist es sinnvoll, keine Standard-Navigationselemente auf der Landing Page einzubinden.

5. **Argumentieren Sie aus Sicht des Besuchers:** Landing Page-Texte sollten möglichst kurz gehalten sein und dabei immer den Nutzen für den Besucher vermitteln. Was hat der Interessent davon, dem Call-to-Action zu folgen? Beschreiben Sie kurz und knapp, welche Vorteile es dem Besucher bringt, wenn er ein Produkt kauft, ein E-Book herunterlädt oder Ihren Newsletter abonniert. Bringen Sie die wichtigsten und überzeugendsten Argumente ganz am Anfang des Textes – und am Ende, direkt vor dem Call-to-Action. Berücksichtigen Sie bei der Tonalität Ihrer Texte die angesprochene Zielgruppe.

Diese fünf Punkte sind ein Auszug aus der Checkliste „Erfolgreiche Landing Pages erstellen“. Die vollständige Checkliste steht unter [www.sc-networks.com/de/checkliste-erfolgreiche-landing-pages-erstellen](http://www.sc-networks.com/de/checkliste-erfolgreiche-landing-pages-erstellen) zum kostenfreien Download bereit.

### Über SC-Networks und Evalanche

Die SC-Networks GmbH mit Sitz in Starnberg, Hersteller der E-Mail-Marketing-Automation-Lösung Evalanche, wurde 1999 gegründet und unterhält je eine Vertretung in der Schweiz und Österreich. Evalanche ist eine der modernsten webbasierten E-Mail-Marketing-Automation-Lösungen auf dem europäischen Markt. Evalanche wurde speziell für Agenturen und Marketing-Abteilungen größerer Unternehmen entwickelt und bietet eine Vielzahl von Marketing-Automation-Funktionalitäten für ein wirkungsvolles Lead Management. Evalanche wird in TÜV-zertifizierten Rechenzentren gehostet und ist selbst seit 2011 in den Bereichen Funktionalität und Datensicherheit vom TÜV Süd zertifiziert. Mehr als 2.000 Unternehmen setzen Evalanche international ein. Dazu zählen namhafte Firmen und Organisationen wie Avery Zweckform, Deutsche Messe, Hansgrohe, KUKA Roboter, KYOCERA Document Solutions, ÖKO-TEST, Michael Page, swissMilk, SWR, UNIQA Versicherungen sowie etliche Tourismusregionen, mehrere Hundert Hotels und über 250 Top-Agenturen.

### Kontakt

SC-Networks GmbH

Martin Philipp  
Enzianstr. 2  
82319 Starnberg  
Tel. +49 (0)8151/555-160  
philipp@sc-networks.com  
www.sc-networks.com

Möller Horcher Public Relations GmbH  
Niederlassung Freiberg  
Sandy Wilzek  
Heubnerstr. 1  
09599 Freiberg  
Tel. +49 (0)3731/2070-910  
sandy.wilzek@moeller-horcher.de  
www.moeller-horcher.de