



SERIE

Der digitale Wandel

TEIL 15

DIGITALISIERUNG:

ANSETZEN ZUR LANDUNG

LANDING PAGES SIND HEUTZUTAGE EIN WICHTIGER TEIL EINES PROFESSIONELLEN WEBAUFTRITTS und ein effizienter Weg zu einer deutlichen Umsatzsteigerung. Mithilfe dieser zielgruppenorientierten Websites können Sie potenzielle Kunden erreichen und diese zum Kauf animieren.

TEXT: ING. ALEXANDER GRAF, M.SC., ONLINEEXPERTE

Sie haben bereits Zeit und Geld in Ihren Webauftritt investiert und doch fehlt es Ihnen an Neukunden und Anfragen? Ein Grund kann sein, dass Ihre Website zwar alle relevanten Informationen beinhaltet und Ihre Dienstleistungen präsentiert, die Besucher der Seite allerdings nicht direkt eingeladen werden, eines Ihrer Angebote in Anspruch zu nehmen. Was fehlt, ist ein einladender Call-to-action, der die Nutzer animiert, Daten bereitzustellen, um ein attraktives Angebot zu erhalten.

Hier kommen Landing Pages ins Spiel. Wenn es um erfolgreiche Kundengewinnung und wirkungsvolles Marketing geht, sind solch spezielle Websites durchaus hilfreich. Während eine Unternehmenswebsite meist informiert, sollen Besucher der Landing Pages in erster Linie von Inhalten profitieren, nach denen diese gezielt gesucht haben. Aus Sicht Ihrer Handelsagentur bieten Sie auf einer Landing Page also gezielt Informationen oder Dienstleistungen an und können damit Daten generieren und Kunden gewinnen.

DIE CHANCEN VON LANDING PAGES

Landing Pages sind ein Must-have Ihrer Onlinestrategie und haben drei große Vorteile.

HÖHERE SICHTBARKEIT

Eine gut konzipierte Landing Page sorgt dank der inhaltlichen Konzentration auf ein einziges Thema für gute Suchmaschinenresultate. Die Seite wird dadurch bei Google & Co. weiter oben gerankt, was zu einer deutlich höheren

ren Sichtbarkeit führt. Die Folge davon ist ein gesteigerter Traffic auf der Seite, denn je weiter oben eine Seite erscheint, desto öfter wird sie angeklickt.

MEHR KONTAKTE

Der alleinige Zweck einer Landing Page ist, Kontakte (Leads) zu generieren. Potenzielle Kunden stellen Ihrer Handelsagentur also Daten zur Verfügung. Mit einer üblichen Unternehmenswebsite werden Sie in der Regel nicht so viele ausgefüllte Kontaktformulare erzielen, weshalb die Chance auf Neukunden mit einer Landing Page deutlich höher ist.

HÖHERE CONVERSIONRATE

Eine Conversion ist die Wandlung von Interessenten in Kunden. Die „Conversion Rate“ ist der beste Indikator für eine erfolgreiche Landing Page, denn diese gibt in Prozent an, wie viele Personen auf Ihrer Seite gelandet sind und wie viele im Verhältnis dazu das Formular tatsächlich abgesendet haben. Je mehr Leads Sie erzeugen, desto höher ist auch die Conversion Rate.

DIE FÜNF BAUSTEINE DER LANDING PAGE

Die Vorteile einer guten Landing Page liegen klar auf der Hand: Sie generieren mehr Kundschaft und steigern in weiterer Folge Ihren Umsatz. Doch was macht eine gute Landing Page aus?

1. Durchdachtes und optimiertes Design

Das A und O einer erfolgreichen Landing Page ist ein ansprechendes und reduziertes Design, sprich ohne Navigationsleiste oder weiterführende Links, die vom Wesentlichen ablenken. Um die Wiedererkennung zu steigern, sollte die Seite auch das Corporate Design Ihrer Agentur widerspiegeln. Weiters sollte die Seite auch responsive gestaltet sein. Das bedeutet, dass sie sowohl

für Desktop, Handy oder Tablet geeignet und benutzerfreundlich ist.

2. Aussagekräftige Überschrift und Inhalte

Die Headline Ihrer Landing Page ist das Erste, was Ihren Besuchern ins Auge fällt, und sollte dementsprechend aussagekräftig und überzeugend sein. Ist sie uninteressant, ist es das Letzte, was Ihre potenzielle Kundschaft von Ihrer Seite sieht – ohne das Formular ausgefüllt zu haben.

Der Inhalt selbst soll gut strukturiert und aufbereitet sein. Ein guter Tipp sind Auflistungen, beispielsweise der wichtigsten Vorteile, da diese übersichtlich und einprägsam sind. Halten Sie sich kurz und stellen Sie die wichtigsten Infos in den Fokus. Jegliche irrelevanten Inhalte lenken vom Thema ab und bergen die Gefahr, die Aufmerksamkeit der User zu verlieren.

3. Suchmaschinenoptimierung

Selbst die schönste Website ist wenig zielführend, wenn sie erst gar nicht gefunden wird. Der Schlüssel zu einer Seite, die unter den ersten Google-Ergebnissen angezeigt wird, ist die Suchmaschinenoptimierung, kurz SEO. Dafür ist es in erster Linie wichtig, die Zielgruppe gut zu kennen und die Seite dementsprechend zu gestalten. Verwenden Sie unter anderem passende Keywords, strukturieren Sie Ihre Inhalte, verwenden Sie Bilder und Videos und optimieren Sie die Ladezeiten der Website.

4. Call-to-action

Der Call-to-action, kurz CTA, ist ein Button, der die Websitebesucher direkt zum Angebot führt. Er sollte mit Verkaufsargumenten einhergehen, muss unbedingt gut erkennbar sein und eine deutliche Handlungsaufforderung ausdrücken.

5. Formular

Das Formular stellt den heikelsten Punkt einer Landing Page dar und ist dennoch der wichtigste Baustein, denn Daten sind das, womit die Besucher für den Content „bezahlen“. Je mehr Informationen Sie abfragen, desto weniger Personen werden Ihr Formular ausfüllen. Daher gilt: Fragen Sie nur nach so vielen persönlichen Informationen wie nötig und beschränken Sie sich auf relevante Daten wie Vor- und Nachname sowie E-Mail-Adresse. Achten Sie außerdem auf die Einhaltung der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) und gesetzlichen Bestimmungen in Bezug auf die Speicherung von personenbezogenen Daten.

LANDING PAGES – EIN ERFOLGSFAKTOR FÜR IHR UNTERNEHMEN

Gut umgesetzt stellt eine Landing Page somit eine Win-win-Situation für beide Parteien dar: Sie als Handelsagent erhöhen die Chance auf Neukunden immens, während die Nutzer der Seite auf einen Blick und ohne viel Aufwand exakt die Information oder das Angebot bekommen, nach dem sie gesucht haben. Eine zielgruppenorientierte und gründlich getestete Landing Page ist für Ihre Handelsagentur somit eine Chance, um online professionell aufzutreten und langfristig erfolgreich zu sein. :



**ING. ALEXANDER GRAF,
M.Sc.**

ist Inhaber der Agentur Alexander Graf Consulting. Durch seine langjährige Erfahrung im Marketing und Sales unterstützt er diverse Kunden erfolgreich. Von der Gründung und Zielgruppenanalyse bis zur laufenden Marktbearbeitung und einem Erfolg bringenden Onlineauftritt.

**office@ag-consulting.at
www.ag-consulting.at**

SUMMARY

Wenn es um wirksames Marketing geht, stößt man immer wieder auf den Begriff „Landing Page“. Doch vielen Unternehmen ist nicht bewusst, wieso solch eine Seite wichtig sein kann und wie sie sich von einer üblichen Website unterscheidet. Im Grunde geht es bei einer Landing Page darum, ein bestimmtes Produkt oder eine Dienstleistung in den Fokus zu stellen, ohne mit anderen Inhalten abzulenken. Eine Landing Page hat immer nur ein klares Ziel: Die Besucher der Seite zu einer vordefinierten Handlung anzuregen und Kunden aus ihnen zu machen.