



## LANDING PAGE CHECKLISTE

### 1. Gib den Leuten, wonach sie suchen:

Deine Landing Page muss genau das bieten (Design, Usability, Inhalt), was Suchende von ihr erwarten.

### 2. Achte auch eindeutige Fokussierung:

Sorge dafür, dass sich deine Landing Page auf genau eine Sache konzentriert und diese auch 100-prozentig in den Vordergrund stellt.

### 3. Was hat der User davon?

Es geht ausschließlich darum, deinem User einen themenrelevanten Vorteil mit Mehrwert zu verschaffen, nur deswegen ist jemand bereit, sich ein Produkt zuzulegen.

### 4. Sei keine Nervensäge!

Vermeide es auf jeden Fall, nach unnötigen Informationen zu fragen: Biete einfache und saubere Registrierungsformulare an und frage nur das Nötigste ab.

### 5. Strahle Vertrauen aus:

Kundenmeinungen (Testimonials), Bewertungen und Trust-Symbole (zum Beispiel TÜV) sorgen für Vertrauen und vermitteln Sicherheit.

### 6. Der „Call To Action“-Button heißt nicht umsonst so!

Motiviere deine User mit der richtigen Ansprache, auch tatsächliche auf den „Call To Action“-Button zu klicken und schreib nicht nur einfach „Abschicken“ auf den Button.

### 7. Zwinge deine User nicht, zur Brille zu greifen:

Der „Call To Action“-Button auf deiner Website muss in den ersten 400 Pixeln der Seite stehen und auf den ersten Blick sichtbar sein. Achte außerdem auf eine ausreichende Größe und platziere ihn nicht zu weit vom relevanten Content weg.



## **8. Sei responsive!**

Check unbedingt, ob deine Landing Page in allen relevanten Browsern und auf mobilen Endgeräten gut aussieht und funktioniert. Jeder User muss deine Landing Page ohne Probleme bedienen können.

## **9. Bau Ängste und Sorgen ab:**

Wenn deine Landing Page Teil eines mehrstufigen Prozesses ist (zum Beispiel Anmeldung oder Bezahlung im Online Shop) dann zeig einen Fortschrittsbalken oder zeig an, wieviel Prozent vom Prozess bereits erledigt sind.

## **10. Verschwende keine Zeit!**

Die User schauen sich deine Landing Page nicht ewig an. Zeig also alle wichtigen Infos und Fakten gleich zu Anfang im sofort sichtbaren Bereich: Komm schnell zum Punkt und führe deine User ohne Umwege zum Ziel.

## **11. Wirf alle Ablenkungen über Bord:**

Auf einer Landing Page geht es einzig darum, eine bestimmte Aktion zu provozieren (zum Beispiel Newsletter-Anmeldung oder eBook-Download). Entferne also gnadenlos alles, was davon ablenkt.

## **12. Sei freundlich!**

Arbeite mit einer „Danke“-Seite, die du deinen Usern anzeigst, wenn der Prozess auf der Landing Page abgeschlossen ist. Mit einer tollen „Danke“-Seite kannst du zudem noch auf andere Ressourcen aufmerksam machen, wie zum Beispiel deine Facebook Page oder deinen Twitter Account.

## **13. Testen, optimieren, wiederholen:**

Biete für einzelne Traffic-Quellen unterschiedliche Landing Pages an und mach A/B-Tests. Ändere einzelne Elemente (niemals zu viele gleichzeitig) und messe, welche Landing Page am besten funktioniert. Bau auf Basis der Erkenntnisse neue und bessere Landing Pages – und so weiter...



## LANDING PAGE CHECKLISTE

Die in dieser Landing Page Checkliste veröffentlichten Inhalte basieren auf meinen persönlichen Erfahrungen bei der Arbeit für eigene Projekte und denen von Kunden und Auftraggebern.

Ich empfehle die Nutzung dieser Inhalte, um bei einer Landing Page optimale Ergebnisse zu erzielen. Ich kann jedoch keine persönliche Verantwortung für etwaige Folgen der Anwendung übernehmen, ganz gleich, in welcher Art und Weise sich diese Folgen darstellen.

Aus rechtlichen Gründen weise ich daher ausdrücklich darauf hin, dass, auch wenn die Liste meinerseits nach bestem Wissen und Gewissen zusammengestellt wurde und sich für meine persönliche Arbeit seit Jahren bewährt hat, die Nutzung dieser Landing Page Checkliste zu 100 Prozent auf eigene Gefahr erfolgt.

Alle Rechte vorbehalten. Dieses Dokument darf ohne Genehmigung des Autors nicht vervielfältigt werden. Die Weitergabe zu Schulungszwecken ist gestattet.

Impressum: Björn Tantau (Autor), Berner Heerweg 47, 22159 Hamburg, Email: [bjoern.punkt.tantau@yahoo.punkt.com](mailto:bjoern.punkt.tantau@yahoo.punkt.com)