

Die Gestaltung einer Landingpage ist ein massgeblicher Faktor im Rahmen der Conversion Rate Optimierung (CRO). Nur, wenn die Landingpage bestmöglich auf die Anforderungen und Bedürfnisse der anvisierten Zielgruppe zugeschnitten ist, gelingt eine nachhaltig hohe Conversion Rate.

Eine kontinuierliche Aktualisierung des Seiteninhalts sowie notwendige Überarbeitungen und ein steter Entwicklungsprozess im Hinblick auf Struktur, Grafik und Design gehören zu den Erfolgsfaktoren bei der Landingpage-Optimierung. Um nicht den Überblick zu verlieren und eine strukturierte Vorgehensweise zu ermöglichen, stellen wir nachfolgend eine Landingpage Checkliste zur Verfügung, die alle wichtigen Punkte für die Optimierung einer Landingpage aufführt.



Veröffentliche mindestens alle ein bis zwei Tage einen neuen Post

Um sichtbar zu bleiben, musst du möglichst täglich neue Beiträge liefern. Damit du nicht unter Druck gerätst, kannst du diese schon im Vorhinein erstellen und planen. Dann musst du nur noch sicherstellen, dass sie pünktlich hochgeladen werden.



Für jede Landingpage existiert nur ein Conversion-Ziel

Das Conversion-Ziel einer Landingpage ist genauestens durchdacht und möglichst exakt definiert. Die Gestaltung der dazugehörigen Landingpage ist optimal auf die Zielerreichung abgestimmt.



Vorteile und Nutzen des dargestellten Angebots werden klar und deutlich kommuniziert

Ein beliebiger Besucher der Landingpage versteht innerhalb von 5 bis 10 Sekunden, worum es auf der Seite geht (regelmässiger Praxistest!). Eine prägnante Headline, die Aufmerksamkeit weckt sowie eine knackige Aufzählung der wichtigsten Alleinstellungsmerkmale (USPs) des dargestellten Angebots sind gut sichtbar auf der Landingpage platziert.



Das dargestellte Angebot wird „in Aktion“ gezeigt

Sofern sinnvoll, sollte das auf der Landingpage präsentierte Angebot im realen Gebrauch gezeigt werden, beispielsweise durch Bilder oder mit einem kurzen Einspieler bzw. Video. Der potenzielle Kunde bekommt eine klare Vorstellung vom Nutzen bzw. den Vorteilen des dargestellten Angebots.

Checkliste für Landingpages



Die Zielgruppe findet auf der Landingpage nützliche Informationen

Die Nutzer erhalten für sie interessante und hilfreiche Informationen auf der Landingpage. Der Seiteninhalt lenkt trotzdem nicht zu stark vom Conversion-Ziel der Landingpage ab.



Eine klare Handlungsaufforderung (Call-to-Action) ist platziert

Eine für die Nutzer klare Handlungsaufforderung (Call-to-Action) ist gut sichtbar auf der Landingpage platziert. Die Handlungsaufforderung ist für die Nutzer schnell und unkompliziert umsetzbar.



Die Landingpage wirkt authentisch und vertrauenswürdig

Die Landingpage zeigt alle wichtigen Kontaktdaten des Seiteninhabers. Impressum und Datenschutzaufklärung sind vorhanden.

Objektive Gütesiegel und Zertifikate von unabhängigen Institutionen, sofern vorhanden, sind auf der Landingpage gut sichtbar platziert.



Ein strukturierter und zielführender Aufbau ist gegeben

Ein Besucher findet sich auf der Landingpage schnell zurecht. Diese ist strukturell so klar aufgebaut, dass Nutzer die Fragen „Wo bin ich?“ und „Wie geht es weiter?“ stets schnell für sich beantworten können.



Alles ist in Ordnung

Die Ordnung der Landingpage ist gegeben. Sie ist strukturiert durch Überschriften, Absätze, Bilder sowie Aufzählungen und Listen. Seitenhierarchie und Navigation sind einfach und verständlich organisiert.



Die Gestaltung der Landingpage wirkt emotionalisierend

Neben dem Interesse weckt die Landingpage auch die Emotionen der Seitenbesucher. Mit realen Erfahrungsberichten, markanten Bildern oder Geschichten „aus dem echten Leben“ erzeugt die Landingpage eine emotionale Verbindung bei den Nutzern.



Das gewünschte Nutzerverhalten wird gezielt stimuliert

Versprechen, die in Anzeigen und Werbung geschaltet wurden, werden auf der Landingpage aufgegriffen. Wichtige Aspekte wie z. B. Sonderangebote sind deutlich hervorgehoben. Der Aktionsdruck beim Nutzer wird durch Preisaktionen und zeitlich limitierte Angebote stimuliert.



Versprechen werden eingehalten

Nur, wenn gemachte Versprechen eingehalten und Behauptungen belegt werden, kann eine Landingpage nachhaltige Kundenbindung bewirken.

Checkliste für Landingpages



Die Kommunikation gibt interessierten Nutzern ein sicheres Gefühl

Die Landingpage vermittelt potenziellen Kunden Sicherheit, wenn sie eine positive Entscheidung treffen. Beispiele dafür sind Garantieverprechen beim Kauf eines Produkts oder ein Rückgaberecht bei Nichtgefallen. Ausserdem ist der sichere Umgang mit den Daten der Kunden klar und deutlich formuliert.



Die Landingpage bietet, was Kunden schätzen: Transparenz und Aufrichtigkeit

Preise, Gebühren, Versandkosten, etc. werden Interessenten und Kunden auf der Landingpage transparent kommuniziert. Auch eventuelle Vertragsbindungen oder Abonnement-Laufzeiten werden offen angesprochen.



Es wird den Kunden so einfach wie möglich gemacht

Das Conversion-Ziel ist für die Nutzer schnell und einfach durchzuführen. „In nur 3 Schritten...“ erreicht ein Nutzer das Conversion-Ziel. Hürden, wie beispielsweise Captchas, werden vermieden. Sind Formulare vom Nutzer auszufüllen, werden diese so verständlich wie möglich aufgebaut und fragen nur die wichtigsten Punkte ab.



Der Nutzer bekommt stets ein Gefühl der Kontrolle vermittelt

Der Nutzer bekommt stets das Gefühl vermittelt, dass er die Kontrolle hat. In einem Schritt-für-Schritt Prozess gibt es die „Zurück“-Option. Der Kunde erhält positives Feedback und wird bestärkt das Richtige zu tun oder getan zu haben.



Ein „Vorgeschmack“ auf das Conversion-Ziel ist möglich

Die Landingpage zeigt potenziellen Konsumenten des dargestellten Angebots was sie erwartet. Bei Glücksspielen sind das z. B. glückliche Gewinner fotografiert bei der Gewinnauszahlung. Geht es um den Verkauf eines Buchs, steht das 1. Kapitel kostenlos als Leseprobe zur Verfügung.



Das Feedback der Nutzer wird erfragt

Die Landingpage fragt die Nutzer nach einem Feedback oder einer Bewertung. So lernt man Nutzer und Kunden besser kennen, kann die Landingpage kontinuierlich weiterentwickeln und immer besser auf die Kundenwünsche ausrichten.

Diese Landingpage Checkliste bietet selbstverständlich lediglich generell gehaltene Empfehlungen für die Optimierung einer Landingpage. Darüber hinaus gilt es jedoch stets, den individuellen Nutzen bzw. das originäre Ziel einer Landingpage zu berücksichtigen und die Landingpage Checkliste dem entsprechend anzupassen bzw. zu ergänzen.