

Ing. Schönberg Christian

Softwareentwicklung

Einzelpreis: kostenlos



Ing. SCHÖNBERG Christian *
Softwareentwicklung

Schallermühle 6/5,

A-4844 Regau

christian@schoenberg.co.at

*) Einzelunternehmen
SCHÖNBERG gegründet 2002
© 2002 – 2014

[Impressum hier klicken](#)

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose
Softwaretools unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Landingpage

Eine Landing Page ist eine sehr **zielgerichtete** und **kompakte Webseite**. Diese ist auf ein **klares Ziel** (z.B. Verkauf von Produkten, Newslettereintrag, ..) ausgerichtet. Dabei muss der Fokus auf einem **einzigen Angebot** liegen. Ablenkende Elemente sollten komplett entfernt werden. Daher wird im Normalfall auch keine Navigation benötigt.



die Schritte zur Erstellung der Landing Page:

- **die Idee:** zum Beispiel der Verkauf eines Ebooks oder der Aufbau einer Newsletter-Liste (Leads)
- **die Analyse:** dann sollte analysiert werden, ob eine Umsatzgenerierung damit möglich ist (ist die Zielgruppe bereit, dafür Geld zu bezahlen)
- **das Ziel:** Diese definiert, welches Ziel damit erreicht werden soll (z.B. hoher Umsatz, viele Newslettereinträge „Leads“, ..)
- **die Strategie:** diese soll aus der Analyse und dem Ziel entwickelt werden

- **die Planung:** dabei sollen Taktiken und Methoden abgeleitet werden (Videomarketing, Social Media Marketing, Google AdWords, ...)
- **die Umsetzung:** aus der Planung werden konkrete Arbeitspakete festgelegt (Landing Page erstellen, Lieferanten suchen, ...)
- **der Betrieb:** nach der Umsetzung beginnt der operative Betrieb
- **die Optimierung:** durch kontinuierliche Konversions-Optimierung erfolgt eine ständige Verbesserung

Wichtige Fragen zur Idee:

- **Risiko:** Sind Risiken damit verbunden?
- **Budget:** Ist genügend Kapital vorhanden (z.B. Vorfinanzierung von Produkten)?
- **Zeit:** Wie schnell muss die Umsetzung erfolgen und wieviel Zeit braucht die Umsetzung?
- **Kunden:** Wer zählt zur Zielgruppe, wie groß ist die Zielgruppe und wie kommen Sie an diese Zielgruppe?
- **Mitbewerber:** gibt es direkte und indirekte Mitbewerber?

Die Schritte zu Landing Page:

- die Idee
- die Analyse
- das Ziel
- die Strategie
- die Planung
- die Umsetzung
- der Betrieb
- die Optimierung

Analyse

Wichtige Elemente

Fazit

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose
Softwaretools unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Wichtige Fragen zur Analyse:

- **Angebot:** wie lässt sich das Angebot online vermarkten?
- **Zielgruppe und Kanäle:** wie kommt man an die Zielgruppe (z.B. SEO, SEA, durch Affiliate, über E-Mail-Marketing, Social Media, ..) und ist die Zielgruppe gewillt, für das Angebot den Preis zu bezahlen?
- **Suchbegriffe:** mit welchen Suchbegriffen sucht die Zielgruppe in den Suchmaschinen (für Suchmaschinenoptimierung bzw. Google AdWords)?
- **Lieferanten:** sind Lieferanten erforderlich? Haben diese die erforderliche Kapazität? Verfügen Sie über genügend Kapital (Kauf der Produkte fürs Lager)?
- **Einschränkungen:** Welche Einschränkungen gibt es in Bezug auf Geld, Zeit und Ressourcen (z.B. maximale Liefermenge)?
- **Prozesse:** wie erfolgen die Abläufe im Gesamtsystem im Detail?

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose
Softwaretools unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Wichtige Elemente der Landing-Page:

- **der Preis:** was kostet Sie die Produkterstellung und was kostet es Ihrem Kunden?
- **Call-to-Action:** Dem Webseitenbesucher muss klar vermittelt werden, wie der genaue Ablauf z.B. zum Kauf oder Newslettereintragung ist (einfache und klare Handlungsaufforderung).
- **Hero Shot:** steht für optimale Präsentation des beworbenen Produktes bzw. der Dienstleistung (z.B. Professionelle Produktfotos, ..). Diese schaffen Vertrauen und machen neugierig.
- **Vertrauensstärkende Elemente:** Dazu zählen z.B. positive Kundenmeinungen, fördernde Kommentare, zahlreiche "Gefällt mir"-Klicks, usw.
- **Logo / Unternehmensinformationen:** Der Webseitenbesucher möchte wissen, mit wem er es zu tun hat und der Kunde genügend Vertrauen aufbauen kann.
- **Überschrift:** Die Überschrift entscheidet oftmals, ob der Besucher weiterliest oder die Seite sofort wieder verlässt. Diese sollte grundsätzlich kurz und prägnant sein und den Nutzen darstellen.
- **Produktbeschreibung:** Wichtig ist dass die Produktbeschreibung den Besucher positiv anspricht, Argumente die für den Verkauf sprechen enthält und das Angebot einfach dargestellt ist, damit dieser sich nicht durch zu viele Optionen nicht entscheiden kann.

FAZIT: Die Landing Page sollte **gut vorbereitet** und anschließend **kontinuierlich verbessert** werden.

