



LEADS GENERIEREN MIT OPTIMISIERTEN LANDINGPAGES

Handout und Checkliste

September 2022



Landingpage Best Practice



Gesamte Landingpage:

- Verbindung herstellen zwischen Landingpage und Traffic-Quelle (z. B. Ad auf Social Media) in Bezug auf Value Proposition, Visuals etc.
- Das Auge der User:innen durch visuelle Hinweise führen (z. B. Infoboxen, Überschriften etc.)
- Text gemäss grundlegenden UX-Writing-Prinzipien formulieren (klar, prägnant, nützlich)
- Technische Anforderungen (z. B. Core Web Vitals von Google) erfüllen und gerätespezifisch (Desktop, [Mobile](#)) optimieren
- Performance kontinuierlich durch A/B-Tests überprüfen und optimieren

Above the Fold:

- Value Proposition des Angebots im Viewport prägnant und klar abbilden
- CTA im Viewport positionieren und visuell hervorheben

Below the Fold:

- Angebot in Aktion zeigen, Prozess erklären
- Value Proposition / Unique Selling Proposition des Unternehmens klar abbilden
- Social Proof (z. B. Testimonials, Rating auf Bewertungsplattformen) einsetzen, um die Vertrauenswürdigkeit des Unternehmens zu verdeutlichen



Google-spezifische Anforderungen an Landingpages*

BEISPIELE ALLGEMEIN

- **Destination Experience:** keine Pop-ups oder Interstitials, die den Inhalt der Landingpage überdecken
- **Destination Mismatch:** Abweichung von Display-URL und Ziel-URL (example.com & example.org) vermeiden
- **Accessibility Issues:** Vermeiden, dass Landingpage Besucher:innen von einem bestimmten Standort aus nicht zulässt (z.B. «Ist in Ihrem Land nicht verfügbar.»)

BEISPIELE SPEZIFISCH FÜR DEN DEUTSCHSPRACHIGEN MARKT

- Promotionen und Angebote klar hervorheben, um die Entscheidungsfindung der User:innen zu erleichtern
- Produktbilder und Visualisierungen des Produkts/Prozesses einsetzen
- Erfahrungsberichte publizieren, um Qualität des Angebots zu untermauern
- Einfacher Zugang zur Kontaktaufnahme (E-Mail, Telefon, Chat) ermöglichen

*Stand September 2022



Checkliste für Formulare auf Lead-Generation-Landingpages



- Anzahl der Felder aufs Minimum reduzieren (z. B. durch Konsolidierung von Feldern)
- Mehrwert, der nach dem Ausfüllen des Formulars entsteht, betonen (z. B. mittels Value Proposition)
- Eingabefelder klar kennzeichnen (z. B. Pflichtfelder mit Sternchen)
- Platzhalter verwenden (z. B. Max Mustermann)
- AutoFill ermöglichen
- Inline-Validierung ermöglichen
- Passende Keypads verwenden (z. B. Ziffern bei Postleitzahl)
- Autokorrektur für Felder wie Name, Adresse etc. deaktivieren
- Redundanzen vermeiden (z. B. E-Mail-Adresse mehrfach abfragen)
- In Micro Copy einen optimierten CTA verwenden (z. B. «Sign up – it's free»)
- Datenschutz adressieren (Schloss-Icon, Security Badge)