

LANDINGPAGE – DER MARKETINGSTAR ZUR KUNDENAKTIVIERUNG



Veröffentlicht am 1. März 2018 von Malina



Erfolgreich Kunden gewinnen: mit einer Landingpage

Kennst Du schon das Muss für jeden erfolgreichen Verkaufsprozess?

Die **Landingpage**. Wir erklären Dir, was das ist, welche Vorteile Du von ihr hast und ganz wichtig: wie Du eine Landingpage erstellst, die möglichst viele Conversions erzielt!

Die Landingpage (LP) bzw. Zielseite oder noch passender: **Marketingpage** ist eine extra eingerichtete Website auf der Du zielgerichtet Deine Produkte oder Dienstleistungen verkaufen

kannst. Deine potenziellen Kunden „landen“ auf dieser Seite, bekommen Dein Angebot vorgestellt und können direkt zugreifen (z.B. Dein Produkt kaufen).

CONTENT NAVI

- [Auf die Landingpage, fertig – los!](#)
- [Was ist eine Landingpage?](#)
- [Vorteile einer Landingpage](#)
- [Der Landing Prozess](#)
- [Landingpage vs. normale Unterseite](#)
- [Landingpage erstellen](#)
- [Contenterstellung & Layout](#)
- [Tipps für einen übersichtlichen Landingpage Aufbau](#)
- [9 Landingpage Sünden](#)
- [Optimierung Deiner Landingpage](#)

AUF DIE LANDINGPAGE, FERTIG – LOS!

Wie oft haben wir schon in einem ersten Kennenlerngespräch von zukünftigen Kunden gehört: „Meine Produktidee ist einzigartig und der Bedarf ist erwiesenermaßen da, aber warum kommt niemand in meinen Online Shop?“ Das ist ein Problem, das viele Unternehmer umtreibt. Da haben Sie so viel Geld, Muße und Zeit in Ihre Produkte und den Aufbau eines Online Shops investiert und dann bleiben die Kunden aus. Woran liegt das?

Ganz einfach: Du wirst von den Suchmaschinen nicht gefunden. **Google** oder **Bing** müssen Dein Angebot listen und zwar bestenfalls auf den ersten Seiten der Suchergebnisse! Du hast aber gerade erst angefangen Deine Produkte online zu vertreiben und eine neue Webpräsenz erstellt? Ja, natürlich bist Du dann in den **organischen Suchergebnissen** nicht automatisch auf Platz 1. Um ganz oben mitzumischen, solltest Du Deine Website suchmaschinenoptimiert ausrichten. Das gilt sowohl für den **Content** als auch für die **technische Umsetzung** Deiner Website. Landingpages sind eine optimale Möglichkeit, um suchmaschinenoptimierte Verkaufsseiten zu erstellen. Denn mit diesen kannst Du für ein spezielles Angebot, ein bestimmtes Produkt oder eine ausgesuchte Dienstleistung werben. Du kannst die Zielseite zum Beispiel auf ein einziges Produkt – Deinen **Topseller** – ausrichten und diese mit suchmaschinenrelevanten Keywords füllen.

Zwei Fliegen mit einer Klappe – zwei große Vorteile mit einer Landingpage: Einerseits kannst Du Dein Angebot möglichst weit oben unter die organischen Suchergebnisse bringen, andererseits kannst Du Deinen Topseller in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit stellen.

Über diese **suchmaschinenoptimierte Marketingpage** gelangen Deine potenziellen Kunden dann zum eigentlichen Online Shop oder noch besser: direkt auf ein Bestellformular und somit zum Kauf

Deines Produktes – perfekt! Deine Lösung lautet also: **erstelle eine Landingpage!**

WAS IST EINE LANDINGPAGE?

Landingpages (auch Landing-Page, Landing Page) sind **Instrumente des Online Marketings**. Sie sind Websites mit einer bestimmten Zielsetzung und der Fokussierung auf ein Angebot. In der Regel dienen sie vor allem dem Verkauf von ausgewählten Produkten und Dienstleistungen eines Unternehmens. Die Besucher der Landingpage sollen über diese zu einer **Conversion** geführt werden. Die Conversion ist die Umwandlung des Status einer Zielperson in einen neuen Status. Dieser neue Status ist das Ziel, das Werbetreibende und Unternehmen festlegen. Zum Beispiel die Umwandlung eines Interessenten in einen Käufer. Andere **Conversion Ziele** können die **Kontaktanfrage** eines Besuchers, die **Anmeldung für einen Newsletter** oder einfach das **Generieren von Leads** sein. Die Liste an Möglichkeiten ist lang und hängt von der jeweiligen **Marketing Strategie** ab.

ARTEN VON LANDINPAGES

- SalesPages (Verkaufsseiten)
- SqueezePages (Optin-Seiten)
- WebinarPages

VORTEILE EINER LANDINGPAGE

- Maximale Aufmerksamkeit für Dein Produkt/Deine Dienstleistung
- geringe Kosten für die Erstellung der Landingpage
- Erwartungshaltung des Besuchers wird erfüllt und Kaufmotivation so gestärkt
- Flexibilität: eine Landingpage kann je nach Notwendigkeit aktualisiert werden
- Zielgruppenspezifische Ausrichtung; Du kannst verschiedene Varianten einer Landingpage für unterschiedliche Zielgruppen erstellen
- Optimale Chancen auf sehr gute Conversion Rates
- Möglichkeit der Integration in bestehende Marketing Kampagnen
- gut geeignet für die Erfolgsmessung bzw. [Performance Messung von Marketing Aktionen](#) – Du kannst verschiedene Varianten einer Landingpage erstellen und testen

DER LANDING PROZESS

Es gibt viele verschiedene Möglichkeiten Besucher auf Deine Landingpage zu leiten bzw. auf diese zu verlinken. Welche die richtige Strategie ist, hängt unter anderem von Deiner **Zielgruppe** ab. Ist diese **Social Media** affin und hauptsächlich auf **Facebook** aktiv, dann teilst Du den Link Deiner Landingpage am besten in einem Facebook-Post oder du schaltest eine **Facebook-Ad**. Oder hast Du bereits einen Pool an Adressen von potenziellen Käufern? Dann empfiehlt es sich den **Adresspool** zu nutzen und über einen Newsletter auf die Landingpage aufmerksam zu machen. Du bist unentschlossen, welche Strategie du wählen sollst? Du hast eine Vorstellung davon, wer Deine Zielgruppe ist, weißt aber nicht ob Deine Wünsche der Realität entsprechen? Wir von der Media Company sind Experten in der Zielgruppenausrichtung und der Landingpage Erstellung. Wir beraten Dich gerne und finden für Dich [Deine individuelle Marketing Strategie](#).

WIE KOMMEN BESUCHER AUF MEINE LANDINGPAGE?

- über eine Suchmaschine
- über Werbeanzeigen
- über Onlinebanner
- über Newsletter
- über Videos
- über Social Media Postings

...

Neben der Möglichkeit **online** auf Deine Landingpage aufmerksam zu machen, kannst du auch **offline** potenzielle Käufer auf Deine Landingpage führen. Das gelingt Dir durch **Print Marketing**: zum Beispiel über Flyer und Plakate. Hier setzt Du am besten **QR Codes** ein, die Deine Kunden scannen, um direkt auf Deine Landingpage zu gelangen.

Achtung: Eine Landingpage ist nicht gleichzusetzen mit einer **Brückenseite** (engl. **doorway page** oder **jump page**)! Diese Zwischenseite wird speziell für die Suchmaschinenoptimierung eingerichtet. Sie dient dem Empfang des Kunden und der Überleitung zur eigentlichen Website. Sie ist eine Mini-Website, die zum Beispiel auf bestimmte Regionen/Städte ausgerichtet wird und die Nutzer aus den jeweiligen Regionen/Städten auf eine Hauptseite weiterleitet. Der Besucher bekommt so den Eindruck vermittelt, dass er genau das, was er über die Suchmaschine gesucht nun auch gefunden hat. Jedenfalls soll das die Brückenseite vermitteln, doch bei der Weiterleitung auf die Hauptseite kann es zur Ernüchterung der Erwartungshaltung kommen. Die jump page ist keine Marketingpage

wie die Landingpage und hat in diesem Sinne keine direkten Vertriebsziele.

DAS SIND MERKMALE EINER JUMP PAGE

- enthält suchmaschinenrelevante Keywords
- ist eine Zwischenseite/Brückenseite
- zielt hauptsächlich darauf ab, die Suchanfrage des Nutzers aufzugreifen, um dann auf eine Hauptseite weiterzuleiten

Wir setzen auf die Landingpage, denn diese kann, wenn richtig geplant und umgesetzt, beides bieten: **gezieltes Marketing** einer ausgewählten Dienstleistung/eines Produktes und **suchmaschinenrelevante Inhalte**.

LANDINGPAGE VS. NORMALE UNTERSEITE

Mache den Unterschied! Was ist der Unterschied zu einer „normalen“ Unterseite einer Website? Bei einer Landingpage konzentriert sich alles auf ein einzelnes, vordefiniertes Thema. Die Aufmerksamkeit des Besuchers wird durch den Aufbau und den Inhalt der Landingpage ausschließlich auf eine bestimmte Information bzw. ein ausgewähltes Produkt oder eine Dienstleistung gelenkt. Auf zusätzliche Informationen oder ablenkende grafische oder textliche Elemente wird dabei verzichtet. Zielgerichtet sollte die Landingpage zum Kauf, zum Aboabschluss oder zur Newsletter Anmeldung hinführen. Alle weiterführenden Informationen oder andere Produkte und Dienstleistungen können auf der Hauptwebsite dargelegt werden. **MERKE:** Eine Unterseite einer Website ist keine Landingpage.

LANDINGPAGE ERSTELLEN

Dein Angebot kann noch so gut sein, wenn Deine Landingpage nicht stimmig ist, dann verkaufst Du auch nichts. Daher solltest Du keine Kosten und Mühen scheuen, um eine auf Dein Angebot ausgerichtete Landingpage zu erstellen – legen wir los! Am besten wir gehen Schritt-für-Schritt zusammen vor. Zu anfangs musst du Dir ein **Landingpage-Tool auswählen** und Dich dann für ein **Layout** entscheiden. Dein letztes und wahrscheinlich schwierigstes to do: die Erstellung des Inhalts.

SCHRITT-FÜR-SCHRITT ZUR EIGENEN LANDINGPAGE:

- Auswahl des Tools zur Erstellung der Landingpage
- Layout
- Contenterstellung

AUSWAHL DES LANDINGPAGE TOOLS

Für deine Landingpage hast du natürlich verschiedene Möglichkeiten, mit einer Agentur an Deiner Seite, kannst Du darauf vertrauen, dass Design und Werbebotschaft auf Deine Zielgruppe ausgerichtet sind. Fehlt Dir zum Start noch das passende Budget, kannst Du auch auf entsprechende Tools zurückzugreifen. Zum Beispiel:

- Optimizely
- Leadpages

Auch wenn Du noch keinerlei Erfahrung mit der Erstellung von Landingpages hast, bietet sich eins der Tools definitiv an. Zeit und Fleiß musst du schon investieren um Dich einzuarbeiten, wenn deine Landingpage dann aber Kunden erreicht und überzeugt, wird sich diese in der gesteigerten Conversion auszahlen.

CONTENTERSTELLUNG & LAYOUT

Stell Dir vor, dass Du ein bestimmtes Produkt über Deine Landingpage verkaufen möchtest. Bei dem Produkt handelt es sich um einen Ratgeber, den Kunden abonnieren sollen. Dein Ziel: Du suchst neue Abonnenten. Mit Deiner Landingpage möchtest Du sie für ein Abo Deines regelmäßig erscheinenden Ratgebers begeistern und dazu auffordern, sich dafür anzumelden. In diesem Falle ist ein Kontaktformular bzw. ein Anmeldeformular auf Deiner Landingpage besonders wichtig.

Noch ein wichtiger Hinweis bezüglich der Länge der Landingpage – hier ist es anders als bei anderen Werbemitteln: Du musst Dich nicht unbedingt kurzfassen und alles sofort auf den Punkt bringen - was nicht bedeuten soll, dass Du den **USP (Alleinstellungsmerkmal)** Deines Produkts vernachlässigen sollst! Natürlich musst Du die Aufmerksamkeit allein auf ein spezielles Angebot lenken für das die Landingpage ja auch erstellt wird. Deswegen enthält Deine Landingpage am besten keine ablenkenden Informationen. Aber Du kannst wiederholend auf die Vorteile Deines

Produkts eingehen und diese mit verschiedenen „Beweisen“ (wie positiven Kundenrezensionen) untermauern – so kann eine Landingpage schonmal sehr lang werden – aber keine Sorge: In den meisten Fällen überfliegen Deine potenziellen Kunden die Landingpage und bleiben an bestimmten Fixpunkten hängen. Wie zum Beispiel an gefetteten Headlines, Bildern von Experten, optisch hervorgehobenen Aussagen von Kunden (Testimonials) oder Zertifikaten, die die Leistung des Produkts zertifizieren. Gerade deswegen sind diese „Eyecatcher“ so wichtig. Sie strukturieren Deine Landingpage sozusagen – denn eine Navigationsleiste hat eine Landingpage in der Regel nicht – der Besucher soll nicht wegklicken oder durch andere Inhalte abgelenkt werden.

BEACHTE: Sowohl das Layout als auch der Content Deiner Landingpage muss sich am Nutzer bzw. an Deinem Kunden und seinen Bedürfnissen orientieren.

LAYOUT FESTLEGEN

- Buttons mit Call-to-action müssen optisch herausstechen – dies erreichst Du durch Kontrastfarben
- Corporate Design: Deine Landingpage sollte im Branding-Look Deiner Marke sein – so steigerst Du das Vertrauen
- Baue keine Navigationsleiste oder sonstige Links ein, ansonsten lenkst Du von Deinem Angebot ab – Dein Produkt soll im Fokus stehen
- Einbauen: Logo, Infografiken, Bilder, Videos, Prüfsiegel

DAS SOLLTEST DU BEI DER CONTENTERSTELLUNG FÜR DEINE LANDINGPAGE BEACHTEN:

- Aussagekräftige Headlines formulieren, zum Beispiel: „Wie Du“/ „Wie Sie“- Überschrift
- Angebotsbeschreibung, Preis und Konditionen
- Problem umschreiben und Lösung anbieten - die Lösung ist natürlich Dein Produkt!
- Fragen formulieren, die Aufmerksamkeit beim Kunden erregen
- Emotionale Sprache
- lebendige Bilder erschaffen
- liefere überzeugende und vertrauensbildende Argumente
- Referenzen einfügen, wie zum Beispiel Kundenmeinungen (Testimonials), Zertifizierungen, Statistiken/Studien, die Deine Versprechen bestätigen
- ganz wichtig: **Call-to-actions** (Handlungsaufforderungen) einbauen – zum Beispiel: „Jetzt kaufen“-Button
- Dringlichkeit vermitteln: das Angebot ist limitiert

- Anmeldeformular/Kontaktformular einbauen
- Impressum und Datenschutz gut sichtbar als Link am Ende der Landingpage einbauen

Du siehst: es gibt einiges zu beachten, wenn Du eine Landingpage erstellst. Wichtig ist, dass Du die Vorzüge und Leistungen Deines Angebot herausarbeitest und diese mit Beweisen belegst. **Deine Landingpage sollte durch Kompetenz überzeugen**. Deine Besucher müssen auf Deiner Landingpage mehrfach die Gelegenheit bekommen sofort mit Dir Kontakt aufzunehmen und/oder Ihre Kontaktdaten zu hinterlassen (Call-to-action). Denn das ist ja Dein Ziel: Adressen von interessierten Kunden sammeln oder am besten gleich einen Käufer bzw. Abonnenten für Dein Produkt gewinnen. Damit Besucher über die Suchmaschinen auf Deine Landingpage gelangen, solltest Du vor allem auf **Suchmaschinenoptimierung (SEO)** setzen.

TIPPS FÜR EINEN ÜBERSICHTLICHEN LANDINGPAGE AUFBAU

In der Regel haben Landingpages einen bestimmten Aufbau. Das Wichtigste ist: Sie müssen **gut strukturiert, ansprechend** und **übersichtlich gestaltet** sein. Wenn Du noch kein Landing Profi bist und nicht sofort mit außergewöhnlichen Landingpages experimentieren möchtest, kannst Du Dich an unseren Tipps zum Landing Page Aufbau orientieren:

- Logo (nicht zwingend wichtig bei Verkauf eines Produkts, aber je nachdem kann es vertrauensbildend wirken bzw. die Markenbekanntheit steigern)
- Überschrift (**aussagekräftig** und aufmerksamkeitsregend)
- Einleitung
- Bild oder Video von Produkt
- Nutzen des Produkts in Form einer Liste (natürlich ist es sinnvoll, die **Vorteile** Deines Angebots schon in der Einleitung auf den Punkt zu bringen)
- Preis (dieser ist auf eine Sales Page kein Geheimnis!)
- Handlungsaufforderung (Call to Action, kurz: CTA): **Kaufen-Button** mit Verlinkung zum Adress- oder Kaufformular. Der **CTA** wird natürlich nicht nur einmal auf der Landing Page eingebaut, sondern möglichst oft, damit Interessenten immer die Möglichkeit haben, zu agieren
- Überzeugende **Verkaufsargumente** (z.B. in Form einer Liste, statt eines Fließtextes)
- Erklärung zur Funktion des Produkts – diese eher sachlichen Informationen können in Form einer Grafik oder eines Videos präsentiert werden
- Kundenstimmen bzw. **Testimonials** – besonders wichtig, um **Vertrauen** herzustellen und die Qualität des Angebots zu untermauern. Idealerweise hast du noch Fotos oder gar Videos von den Kunden
- Siegel, Zertifikate usw. - an den richtigen Stellen verwendet, verstärken sie die **Seriosität**

Deines Angebots

9 LANDINGPAGE SÜNDEN

Diese 9 Landingpage Sünden solltest Du bei der Erstellung vermeiden:

1. **Weniger ist mehr:** diese Aussage trifft auf keinen Fall auf die Anzahl Deiner Landingpages zu! Hier ist mehr auf jeden Fall mehr und zwar mehr Traffic – das heißt für Dich: Erstelle nicht nur eine Landing Page für ein Produkt, erstelle mehrere angepasst auf Deine jeweiligen Dienstleistungen/Produkte. Die Chance **neue Leads** zu generieren wird so maximiert und Du kannst die verschiedenen Seiten in den sozialen Netzwerken posten. Und: Du solltest rausfinden, welche Deiner zahlreichen Landingpages am besten läuft (Stichwort: [Performance Messung](#)).
2. **Gähnend lange Texte:** statt einem langen Text, kannst Du viele kurze Texte schreiben, die optisch ansprechend durch Grafiken und Produktbilder begleitet werden
3. **Unübersichtliches und unprofessionelles Design:** achte darauf, keine störenden Elemente einzubauen
4. **Umständliche und lange Anmeldeformulare:** Wenn Du zum Beispiel Email Adressen mit der Landingpage generieren möchtest, sollte das **Anmeldeformular für den Newsletter** nicht zu viele Informationen abfragen, dies könnte die Besucher abschrecken, sodass es letztendlich nicht zu einer **Conversion** kommt. Wichtig ist immer auf die **Benutzerfreundlichkeit** zu achten und in der Regel werden zeitraubende Aktivitäten von Nutzern nicht als angenehm empfunden.
5. **Lange Ladezeiten vermeiden:** wenn die Landing Page ewig lädt, springen Deine Interessenten ab, bevor sie Deine mühevoll gestaltete Seite überhaupt erblickt haben
6. **Landingpages kopieren:** natürlich ist es nach dem **Best Practice Prinzip** nicht gerade selten, dass eine sehr erfolgreich laufende Marketing Maßnahme einfach kopiert bzw. adaptiert wird. Aber Du solltest vorsichtig sein und nicht einfach irgendeine Landing Page **Vorlage** aus dem Internet nehmen und Deine Inhalte reinkopieren. Denn Design und Inhalt müssen auch zusammen passen. Also: Lass Dich ruhig von solchen Vorlagen inspirieren und erstelle dann Deine eigene **einzigartige Landingpage**.
7. **An den falschen Stellen angewandt: Siegel** und jegliche **Zertifizierungen** erwecken **Vertrauen** beim Besucher, aber bitte nur dort, wo sie auch sinnvoll sind. Ansonsten erwecken sie Verwirrung oder gar Misstrauen.
8. **Ablenkungen:** Der Nutzer soll auf keinen Fall von dem Ziel, das du vorab bei der Planung Deiner Landingpage angesetzt hast, abgelenkt werden! Das heißt für Dich: **ablenkende Elemente** weglassen, nicht zu viele **Interaktionsmöglichkeiten** einbauen und natürlich auf keinen Fall **Links**, die von der Seite wegführen, unterbringen.
9. **Fachchinesisch vorbeugen:** natürlich kennst Du Dich mit Deinem Produkt sehr gut aus, aber

das Wichtigste ist, dass Deine Besucher verstehen, um was es geht. Also weg mit dem Fachchinesisch und her mit dem **verständlichen Text!** Idealerweise bringst Du natürlich schon **Know-how** im Schreiben von Webtexten mit.

10. **Unwahrheiten:** Mache keine falschen Versprechungen – zum Beispiel sollte das, was als „gratis“ beworben wird, auch tatsächlich kostenlos sein.
11. **Fertig gibt's nicht!** Vergiss nicht die Erfolgs Analyse - wie immer im Marketing gilt: **testen, testen, testen** – nur so kannst Du Deine Performance stetig optimieren. Wenn eine Seite einmal gut läuft, solltest Du die Seite nicht fortan sich selbst überlassen, sondern trotzdem stetiges **Performance Tracking** betreiben. **A/B-Tests** sind übrigens ein absolutes Muss bei Landingpages.

Die aufgeführten Landing Page Sünden solltest Du auf jeden Fall beherzigen. Vor allem am Anfang, wenn Du noch kein **Landing Profi** bist, ist es nicht so einfach, ohne Anhaltspunkte, eine **Marketing Page** zu erstellen.

Natürlich können die genannten Landing Page **Sünden** auch zu **Tugenden** werden – das heißt für Dich: orientiere Dich für den Start an diesen Landing Page Regeln – wenn es gut läuft, dann fang an, auch mal etwas anders zu machen – wage es und sei mutig. Durch eine **Performance Analyse** kannst Du dann nachvollziehen, ob Deine „sündhafte“ Landingpage gegen die klassische Landingpage ankommt.

OPTIMIERUNG DEINER LANDINGPAGE

Wenn Du merkst, dass Deine Landingpage trotz investierter Zeit nicht gut läuft, dann solltest Du auf keinen Fall aufgeben! Jetzt geht's an die **Optimierung** Deiner Landing Page.

1. Customer Experience Check

Betrachte die Landing Page aus den Augen der Nutzer! Stelle Dir folgende Fragen:
Finde ich alles? Wo muss ich klicken? Wo finde ich welche Informationen?

Deine Seitenbesucher bilden sich innerhalb der ersten Sekunden ihre Meinung über Dein Angebot. Meistens muss es schnell gehen und nicht zu kompliziert sein, denn der Nutzer vergleicht gerne Vor- und Nachteile. Schnell zieht der Besucher weiter, wenn er sich mit Unübersichtlichkeit aufhalten muss. Er muss schnell finden, was er sucht. Wenn Du bei Deinem Check feststellst, dass die **Benutzerfreundlichkeit** zu Wünschen übrig lässt, dann solltest Du handeln.

2. Content Überprüfung: Überprüfe die **Texte** auf Deiner Landing Page und stelle Dir dazu diese Fragen:

Werde ich **emotional** gefesselt?

Passt der gewählte Stil zu meiner **Zielgruppe**?

Sind meine Texte **verständlich** und anregend geschrieben?

Werden die **Vorteile** meines Angebots deutlich?

Wichtig ist, dass Du Dein Angebot aus einem **positiven Blickwinkel** betrachtest, darstellst. Die Fakten bleiben dabei immer die gleichen, nur die Positionen ändern sich: Du kannst betonen, dass Dein Produkt zu 99% zuckerfrei ist oder 1% Zucker enthält – was überzeugt Dich mehr?

3. **Erwartungshaltung des Besuchers erfüllen**

Der Weg, wie potenzielle Kunden auf Deine Landing Page kommen – der Landing Prozess – ist ausschlaggebend, ob die **Erwartungshaltung** des Besuchers erfüllt wird. Wenn Nutzer beispielsweise über eine [FacebookAd](#) auf die Seite geleitet werden, müssen sie das bekommen, was sie erwarten. Die Anzeige bewirbt ein bestimmtes Produkt, der Kunde klickt drauf und landet auf einer übergeordneten Seite, die mehrere Produkte bewirbt – er muss erst suchen, wo das Produkt ist, was er in der Anzeige gesehen hat. Ganz schlecht. Also: Stimme die Anzeige sowohl **inhaltlich** als auch **sprachlich** auf Deine Landing Page ab.

Das sind erste Schritte, mit der Du eine **Optimierung** Deiner Landingpage angehen kannst. Bis Du ein wirklicher Landingpage-Profi bist, wird es natürlich einige Zeit dauern. Aber hey es lohnt sich! Wenn Du eher wenig Zeit und Muße hast, dann kannst Du dich auch gerne an uns wenden. Wir erstellen für Dich eine perfekte Landingpage und setzen das [SEO-Potenzial](#) Deiner Produkte/Dienstleistung/Marke gezielt ein. [Hol Dir jetzt einen kreativen Partner an Deine Seite](#) und bekomme eine **individuell auf Dein Angebot** ausgerichtete Landingpage.