



## LANDINGPAGES ERSTELLEN

- ❑ Für die Vermarktung deines Online-Kurses, brauchst du eine Seite, auf der du dein Angebot vorstellst und deine Kunden so begeisterst, dass sie dein Angebot buchen.
- ❑ Dabei ist es egal, ob du ein Webinar bewirbst und dann auf deine Landingpage für das Webinar leitest oder ob du Facebook-Adds schaltest, die auf die Landingpage deines Online-Kurses verweisen.
- ❑ Das Ziel ist immer, den Kunden bzw. den Interessenten zu einer bestimmten Handlung zu motivieren, z.B. die Webinarpartizipation, die Kursbuchung etc. Daher sollte der Kunde möglichst wenig vom eigentlichen Ziel ablenkt werden, z.B. durch einen Hinweis auf andere Angebote.
- ❑ Es gibt sowohl „Eigenbau-Lösungen“ innerhalb deines Blogs (die nicht unbedingt schlechter sein müssen!) sowie Anbieter, die sich genau auf das Thema Landingpage fokussiert haben.
- ❑ Je stimmiger deine Landingpage und deine sonstigen Kommunikationsmaßnahmen zusammenpassen, desto besser. Alle Maßnahmen (Facebook-Adds, Blogoptik, Landingpage, Posts etc.) sollten wie „aus einem Guss“ wirken und „die gleiche Sprache sprechen“.



- ❑ Landingpages sind grundsätzlich immer nach dem selben Prinzip aufgebaut und beinhalten bestimmte Bestandteile.

## AUFBAU EINER LANDINGPAGE

1

4

**MÖCHTEST DU ÜBER DEN ZEIT-GEGEN-GELD-TAUSCH HINAUSWACHSEN? DANN KÖNNEN ONLINE-TRAININGS EINE TOLLE ALTERNATIVE FÜR DICH SEIN!**

**HOL DIR JETZT DIE KOSTENLOSE ANLEITUNG: DEINE 10 ERSTEN SCHRITTE VOM TRAINER ZUM ONLINE-TRAINER**

- ✓ Lerne die Schritte kennen, mit denen du deine Trainer-Tätigkeit in ein Online-Business weiterentwickelst und wie du von deinen bisherigen Erfahrungen optimal profitierst.
- ✓ Erfahre, warum nicht die Technik deine größte Hürde ist, sondern was dir stattdessen die größten Steine in den Weg legt. Schritt 2 verrät es dir!
- ✓ Finde deinen Weg ohne Kaltakquise sogar mehr zu verdienen und erkenne die Bedeutung skalierbarer Produkte.

2

3

5

6

7

*„Simone hat mir professionell, schnell und engagiert unter die Arme gegriffen, als ich mit der Technik des Internets haderte. Ohne ihre Hilfe wäre meine Landingpage noch nicht online. Sie hat alles perfekt und weit über meine Vorstellungen hinaus auf den Weg gebracht. Danke Simone.“ Andrea Maclang von [andreamaclang.com](http://andreamaclang.com)*

*„Du bist durch und durch sympathisch, eine Bereicherung, kompetent und hilfreich, du teilst großzügig und dein Lachen ist sehr gewinnend.“ Martin Feigenwinter von [www.feigenwinter.com](http://www.feigenwinter.com)*

*Simone ist „engagiert, überlegt, immer mit dem Blick auf Mehrwert für die Kunden, tüchtig, fröhlich, sehr sympathisch, aufgeschlossen. Simone setzt sich wirklich ein und liefert gut durchdachte und hilfreiche Arbeit. :-)" Stephanie Mertens, [www.dozentin-mertens.de](http://www.dozentin-mertens.de)*

*„Ich bin fasziniert von Simones Motivation! Die Zusammenarbeit macht unglaublich Spaß und ganz wichtig: sie bringt mich voran!“ Dominik Menzig*

GARTARTIKEL
KONTAKT
IMPRESSUM
AGB
DATENSCHUTZ

**1** Überschrift, die zum beworbenen Produkt passt. Verwende das gleiche Wording, wie z.B. in der Facebook-Anzeige.

**2** Ggf. verbunden mit einer erläuternden Unterüberschrift.



- 3 Kurze Erläuterung der Vorteile (mind. 2), die dein Angebot dem Interessenten bietet. Dabei ist es tatsächlich egal, ob es sich um ein kostenpflichtiges Angebot oder um ein Gratisangebot handelt.
- 4 Zeige dem Interessenten – wenn möglich – was er bekommt. Z.B. ein Bild vom Freebie, eine Modulübersicht des Online-Kurses.
- 5 Der Call-to-Action, das ist die Handlungsaufforderung für deinen Kunden. Hebe den Button mit Farbe und Schrift klar und deutlich hervor. Je konkreter die Handlungsaufforderung formuliert ist, desto besser. Frage sowenige Daten ab, wie möglich. Die Eintrageraten sind höher, wenn z.B. nur die E-Mail-Adresse abgefragt wird. Möchtest du später personalisieren, dann kannst du auch den (Vor-) Namen abfragen, das darf aber kein Pflichtfeld sein.

3

Beispiele für den Call-to-Action-Button:

- Lade das Dokument herunter.
  - Melde dich jetzt an.
  - Kaufen.
  - Ja, ich will bei der Challenge dabei sein.
- 6 Baue Vertrauen durch die Angabe von Testimonials auf. Besonders überzeugend sind diese, wenn sie den Vorteil deines Gratisangebots hervorheben. Schön ist es auch, wenn du hier Bilder der Testimonials mit einbaust.
  - 7 Ein Muss-Bestandteil deiner Landingpage ist dein Impressum. Wenn du dir nicht sicher bist, was alles im Impressum drinnen stehen muss, kannst du dir hier dein Impressum generieren lassen: <http://www.e-recht24.de/impressum-generator.html>



- ❑ Gegebenenfalls kannst du den Call-to-Action nochmal unter den Testimonials einbauen.
- ❑ (M)eine Verkaufslandingpage für diesen Kurs kannst du dir hier anschauen: [www.simoneweissenbach.com/technik-kurs](http://www.simoneweissenbach.com/technik-kurs)
- ❑ Wichtig ist auch, dass möglichst nichts vom Ziel der Landingpage ablenkt. Du kennst das vielleicht auch, wie schnell man von einer Seite zu nächsten klickt, wenn es zuviele interessante Inhalte gibt.
- ❑ Wenn du die Landingpage auf deiner Seite erstellst, sollte möglichst die Sidebar und alle weiteren ablenkenden Elemente der Seite ausgeblendet werden.