

## Conversion Rate mit Landing Page verbessern

26. Februar 2012

**Die Conversion Rate einer Online-Werbekampagne kann durch den gezielten Einsatz einer professionellen Landing Page um ein Mehrfaches erhöht werden. Bei vielen Firmen gibt es jedoch Nachholebedarf.**

(CMP-Media) PPC-Werbekampagnen (Pay per Click) gelten allgemein als wirksames Mittel, innerhalb weniger Stunden einen hohen Besucherstrom auf der eigenen Webseite bzw. im firmeneigenen Online Shop zu generieren. Die meisten Firmen, die auch online präsent sind, haben den Trend erkannt. Und so haben sich die Werbebudgets in den vergangenen Jahren immer mehr vom traditionellen Offline-Marketing zugunsten des Online-Marketings verschoben. Um so mehr verwundert es, dass selbst in den Online-Shops großer, renommierter Unternehmen lediglich 1 Prozent aller Besucher und Interessenten letztendlich zu Kunden werden.

Der enorme Vorteil von PPC-Kampagnen gegenüber einer breit angelegten Offline-Kampagne ist die Möglichkeit der Targetierung auf die angestrebte Zielgruppe. Das Konzentrieren einer derartigen Kampagne auf hochkonvertierende Keywords und der Ausschluss unerwünschter Phrasen lassen eine derartige Kampagne zu einer der zielgerichtetsten Werbemaßnahmen werden. Der Besucher, der letztendlich auf die Webseite bzw. in den Shop gelangt, ist genau der Interessent, der nach dem beworbenen Produkt oder der beworbenen Dienstleistung gesucht hat.

Die häufigste Ursache für ein dramatisches Absinken der Conversion Rate ist in der Seite zu suchen, auf der der potentielle Kunde aus der Werbekampagne heraus ankommt. Das Leiten des Besucherstroms auf die Homepage einer Unternehmenswebseite bzw. die Startseite eines Online-Shops kann mit gutem Gewissen als der „Conversion Rate Killer Nr. 1“ angesehen werden. Durch die Vielzahl der angebotenen Produkte, die hohe Anzahl von Links in den Sitebars und Werbeanzeigen wird der Besucher nicht nur verwirrt, sondern auch überfordert. Interessenten, die beim Scannen der Seite die gesuchte Information nicht innerhalb weniger Sekunden finden, verlassen diese wieder ohne weitere Interaktion.

Das wirksamste Mittel zur Erhöhung der Conversion Rate für derartige Werbemaßnahmen ist das Schalten einer Webseite zwischen die Kampagne und die eigentliche Zielseite. Der Besucher „landet“ also auf einer speziell für die Marketing-Kampagne erstellten Webseite. Diese wird daher als Landing Page bezeichnet.

Hier wird der Interessent nicht nur aus der Kampagne abgeholt, sondern gleichzeitig „an die Hand genommen“ und zur definierten Zielaktion geführt. Eine gute Landing Page ist sowohl von Design als auch vom Inhalt genau auf die angesprochene Zielgruppe abgestimmt. Dabei wird ganz bewusst auf jegliche Elemente verzichtet, die den potentiellen Kunden von der Zielaktion ablenken können. Hoch konvertierende Landing Pages sind relativ schlicht im Design und können mit einem Blick erfasst werden. Damit wird dem Besucher akut das Gefühl vermittelt, dass er auf dieser Seite richtig ist.

Auch der Bundesverband digitale Wirtschaft (BVDW) teilt diese Auffassung und wertet Landing Pages als die eigentliche Maßnahme zur Umsatzerhöhung einer Webseite.

## Infos über CMP-Media

CMP-Media ist ein Infoprodukt-Dienstleister und veröffentlicht regelmäßig Beiträge zu aktuellen Entwicklungen und Trends im Online Marketing. Die von CMP-Media entwickelten Produkte in den Bereichen Webdesign, Webgrafik und digitalen Infoprodukten helfen Unternehmen und Internet Marketern ihre Online-Präsenzen effektiv zu verbessern und eine höhere Conversion Rate zu erzielen.

### **Kontakt:**

#### **CMP-Media**

Avenida Maritima 8  
38870 Valle Gran Rey  
La Gomera  
Islas Canarias  
España

Tel.: +34 690601953

Email: [pr@atibu.com](mailto:pr@atibu.com)

Webseite: [Atibu.com](http://Atibu.com)