



Das Landingpage-Prinzip

Hallo und herzlich willkommen zum Videoworkshop. Mein Name ist Mario Fritz und ich erkläre Dir in diesem Video, wie Deine neue Webseite aufgebaut sein wird und welche Bestandteile Du wirklich benötigst.

Was Du hier siehst, ist so eine Landingpage. Wir haben sie für den Erfolgstrainer Nr. 1, Frank Wilde, gebaut und bieten darüber sein neues Produkt „Kohle machen leichtgemacht für Jedermann“ an.

Bevor ich auf die einzelnen Bestandteile eingehe, will ich noch kurz den Begriff „Landing Page“ erklären. Eine Webseite wird immer dann zu einer Landing Page, wenn es hier nur um ein einziges Produkt geht.

Steffen hat bereits in den voran gegangenen Videos darauf hingewiesen, dass wir uns im Internet positionieren müssen und nur mit einem einzigen Produkt in den Markt gehen können.

Dein Produkt hast Du im ersten Monat des Umsatzbooster-Coachings identifiziert und Du willst es nun der Zielgruppe vorstellen.

Bei einer Landing Page geht es stets nur um ein Produkt und gleichzeitig auch nur um eine einzige Situation, in der sich die Zielgruppe befindet. Für die Webseite „Kohle machen leichtgemacht für Jedermann“ ist die Zielgruppe wie folgt definiert: „Selbständige und Unternehmer, die noch nicht den Umsatz erzielen, den sie gerne hätten oder sogar dringend brauchen.“

Das tragen wir schon auf der Startseite nach außen: Der Erfolgstrainer Nr. 1 Frank Wilde bietet sich als Problemlöser an und lädt die Zielgruppe dazu ein, an einem kostenlosen Webinar zu den Themen Erfolg und Zielerreichung teilzunehmen. Erreicht der Unternehmer sein Umsatzziel, ist sein dringendstes Problem gelöst und er bezeichnet sich selbst als erfolgreich.



Frank Wilde bietet neben dem 12-Monats-Onlinecoaching „Kohle machen leichtgemacht für Jedermann“ noch weitere Produkte an. So hat er allein 10 Medien (also Bücher und CDs) veröffentlicht. Darüber hinaus führt er offline Powerdays und Unlimited Days durch und veranstaltet 3-Tages-Workshopseminare. Aber das alles ist auf dieser Seite nicht relevant. Hier geht es nur um das Online-Coachingprodukt.

Die Besucher der Webseite tragen sich also bei Interesse in das Webinar ein. Dafür haben wir auf der Startseite ein Eintragungsformular platziert. Dieses Eintragungsformular löst weitere Schritte aus, welche die Zielgruppe automatisiert weiter begleiten und betreuen.

Im Webinar erhält dann jeder Teilnehmer das Angebot, das Hauptprodukt zum Sonderpreis zu erwerben. Entweder geht der Teilnehmer darauf ein und wird zum Kunden, oder er erhält wenige Tage später automatisiert eine Email, die ihn noch einmal an das Produkt erinnert. Sie nimmt dem Teilnehmer die Einwände, warum er das Produkt nicht gekauft hat, indem sie weitere kostenlose Informationen bereithält. Eine zweite Email folgt noch einmal einige Tage später und versucht die letzten Hürden in der Zielgruppe zu beseitigen, um sie doch noch zum Kunden zu machen.

Mehr als zwei Mails zu diesem Produkt erhalten die Kunden dann allerdings nicht. Wir wollen die Personen nicht mit zu vielen Mails überfrachten, sondern liefern jedes Mal wertvolle Informationen als Gegenleistung für die Zeit, die sie sich zum Lesen der Emails nehmen.

Abgesehen vom Eintragungsformular gibt es auf der Landing Page zunächst wenig zu sehen.

Dennoch gibt es auch hier selbstredend ein Menü, denn seit geraumer Zeit wertet Google Webseiten ab, die nur aus einer einzigen, teilweise sehr langen Unterseite bestehen und schiebt sie in den Suchmaschinen absichtlich auf schlechtere Positionen.



Da wir nichts zu verstecken haben, bieten wir natürlich auch ein Kontaktformular an. Um dem deutschen Datenschutz gerecht zu werden, gibt es darüber hinaus ein rechtssicheres Impressum und den Menüpunkt Datenschutz – allerdings nur in der Fußzeile.

Später werden wir die vorhandene Webseite noch um ein Blogsystem ergänzen. Zurzeit gibt es neben der Startseite noch eine Infoseite zum Onlinecoaching, das weitere Informationen zum Hauptprodukt bereithält. Je nach Landingpage und Produkt stellen wir hier den Referenten vor um den Expertenstatus zu stärken oder erklären weitere Produktvorteile die der Kunde kostenlos erhalten darf.

Das ist in der Regel die „Sparversion“ zu einem echten Blogsystem und insbesondere dann interessant, wenn man bestimmte Informationen nicht Stück für Stück als Beiträge verbreiten will, sondern komprimiert auf einer Seite zur Verfügung stellen möchte.

Auch hier muss der Fokus natürlich auf dem Hauptprodukt liegen. Es darf nicht um den Bauchladen gehen, in dem noch andere Produkte angeboten werden.

Entsprechend finden sich auf dieser Seite auch schon direkte Bestellbuttons, bei denen der Kunde allerdings direkt den Vollpreis bezahlen muss.

Für alle Kurzenschlossenen, die Frank Wilde bereits kennen und von ihm begeistert sind, gibt es hier die Möglichkeit das Produkt für 1.490,00€ zzgl. MwSt. zu kaufen.

Wenn sich der Besucher statt dessen zunächst für das Webinar anmeldet, erhält er dort am Ende einen Sonderpreis. Dieser gilt allerdings nur für die ersten 10 Entscheider.

Auf dieser Landing Page findet sich zusätzlich noch ein Login-Button im Menü. Da es sich um ein Onlinecoaching handelt, erhalten die Käufer über diesen Button den Zugriff auf Ihre Inhalte.



Das ist selbstverständlich ein Sonderfall und so entfällt dieser Login-Bereich immer dann, wenn Du etwas physikalisches verschicken willst oder ein Ebook anbietest. So reicht es im Falle eines Ebooks aus, eine zusätzliche Unterseite im Pflegesystem anzulegen und diese nicht zum Menü hinzu zu fügen.

So kommt kein normaler Besucher der Webseite auf das Produkt, aber nach dem Kauf kannst Du direkt einen Link für die Download-Seite an den Kunden schicken.

In der Fußleiste finden sich im Beispiel dieser Landing Page noch einmal alle Menüpunkte. Zusätzlich haben wir hier eine Unterseite für Affiliates verlinkt. Wir sind gerne bereit, Affiliate-Partner für das Produkt zu finden die sich am Verkauf beteiligen wollen. Auf der Unterseite finden sich dann weitere Informationen, wie man ein Affiliate-Partner werden kann. Was Affiliates genau sind und welche Bedeutung sie im Marketing-Mix haben, erfährst Du in einem der Folgemonate.

Bis jetzt habe ich aber nur über die Bestandteile einer Landing Page gesprochen, die für den Besucher sichtbar sind.

Im Hintergrund arbeiten diverse Helferlein, die Dich bei der Automatisierung der einzelnen Schritte unterstützen.

So liegt hinter der Maske der Anmeldung für das Webinar ein Dienstleister, der den Webinarraum bereitstellt und die Webinare durchführt. Die Webinare sind keineswegs live, statt dessen wurde ein Video produziert und hochgeladen, das immer wieder abgespielt wird.

Jede Eintragung für das Webinar wird darüber hinaus auch in Klick-Tipp erfasst. Das ist ein Datensammler, der nicht nur die Kundendaten in einer Datenbank abspeichert, sondern auch die automatisierteren Folge-E-mails verwaltet.

Die Webseite selbst ist mit dem Pflegesystem Wordpress erstellt. Das gibt uns später die Möglichkeit, die Inhalte schnell und einfach zu ändern und zu aktualisieren.



Bereits im oberen Bereich finden sich die Telefonnummer und die Emailadresse, um maximale Transparenz zu gewährleisten.

Neben dem Eintragungsformular für das Webinar findet sich noch ein kurzer Film mit Frank, in dem er ausführlich auf die Inhalte des Webinars eingeht und die Besucher der Webseite dazu einlädt, sich für einen der Termine zu entscheiden.

Dieser Film wurde absichtlich in Youtube hochgeladen, da wir damit eine zusätzliche Ausbreitung des Webinars erreichen, die wir sonst nur durch teure Werbeschaltung erreichen können.

Nachweislich haben es Videos in Youtube viel leichter, sich bei wichtigen Begriffen in der Suchmaschine Google zu positionieren.

Es folgen die Vorteile und Argumente, um dem Besucher einen Einblick in die Inhalte des Webinars zu geben und ihn so zusätzlich zu motivieren, sich in das Webinar einzutragen.

Den Abschluss bilden die Referenzen, die wir bis jetzt zum Webinar und zum Hauptprodukt sammeln konnten. Es sind viele positive Kundenmeinungen eingetroffen, die sich zum Teil direkt auf das Webinar zu beziehen und zum Teil direkt auf das 12-Monats-Onlinecoachingprogramm.

Die Fußzeile beinhaltet dann die Kontaktinformationen und die zweite Menüleiste, in der sich unter anderem das Impressum und der Datenschutz befinden.

Zu einer Landingpage gehört heutzutage wie gesagt noch mehr als nur die Startseite, es wird ein vollwertiges Menü benötigt. Hier findet sich neben dem Kontaktformular in der Regel noch ein Blog.

Abschließend gehe ich noch auf die Bezahlssysteme ein, mit denen wir die Käufer abrechnen, die sich für das Hauptprodukt entscheiden. Für die Direktkäufer ist ein Shopsystem innerhalb dieser Landingpage angelegt und die Interessenten haben hier die Möglichkeit, sich für eine der vier Produktvarianten zu entscheiden.



Entweder sie wählen den Kauf in der Direktsumme für 1490,00€ oder sie entscheiden sich für den Kauf in drei Monatsraten, in sechs Monatsraten oder für zwölf Monatsraten.

Dabei wird jedoch ein Aufpreis für die Ratenzahlung fällig, aber das kennt man ja auch wenn man beispielsweise ein Auto kaufen möchte, wird auch bei einer Zahlung in Raten eine höhere Gesamtsumme fällig oder wenn man das Auto leasen will.

Man wählt also die Produktvariante und klickt auf „In den Warenkorb“. Dadurch landet man im Shopsystem, muss seine Daten eingeben und kann sich direkt für die Bezahlung per Rechnung oder Paypal entscheiden. Diese Lösung haben wir nur für Direktkäufer gewählt und sie betrifft auch nur etwa 10 – 20% der Gesamtkunden.

Der Großteil der Kunden wird über ein Bezahlssystem abgewickelt das am Ende des Webinars angezeigt wird. Dieser Bezahldienstleister übernimmt für uns die Rechnungsstellung, das Inkasso und auch die Mahnläufe und er bietet gleichzeitig alle Bezahlssysteme an, die heutzutage wichtig sind.

So bietet er beispielsweise die Zahlung per Kreditkarte, per Paypal, per Lastschrift und per Sofortüberweisung an. Auch hier kann man in Raten zahlen und der Bezahldienstleister kümmert sich um alle weiteren Details. Er kümmert sich gleichzeitig auch um die Auszahlung der Provisionen an uns sowie an die Affiliate-Partner, die im System hinterlegt sind.

Wie diese ganzen Bestandteile nun zusammengefügt werden und wie es auf Deiner eigenen Landing Page aussehen wird, das entscheiden wir im zweiten Monat gemeinsam.