



Der Aufbau einer Landingpage

Eine Landingpage ist im Prinzip immer nach dem gleichen Grundmuster aufgebaut. Auf der Startseite präsentiere ich ein kostenloses Geschenk und bitte die Besucher, sich im nebenstehenden Formular einzutragen um weitere, kostenlose Informationen zu erhalten.

So gelange ich an den Namen des Besuchers und an seine E-mailadresse. Ich entführe den Besucher aus seiner Anonymität und mache ihn für mich greifbar.

Über die E-mailadresse habe ich darüber hinaus die Möglichkeit, mich immer wieder an den Kunden zu wenden und ihm weitere Informationen zum Produkt zukommen zu lassen oder sogar neue Produkte anzubieten, wenn er das Hauptprodukt gekauft hat.

Alle Systeme und Techniken, die sich hinter so einer Landingpage verbergen und für die automatisierte Betreuung der Kunden verantwortlich sind, veranschaulicht Mario Fritz vom Umsatz-Booster Team im nächsten Video.

Zunächst treffe ich eine Entscheidung: Welche Form hat das kostenlose Geschenk auf meiner Landing Page?

Zurzeit gibt es drei Lösungen, die wirklich sinnvoll sind:

1. ein PDF - das klassische eBook
2. Ein Video oder ein Video-Coachingkurs aus mehreren Einheiten
3. Ein Video mit PDF-Unterstützung (z.b. auch ein Webinar)



Ich entscheide mich für:

Im Idealfall erstelle ich auf jeden Fall ein kurzes Video für meine Landing-Page, mit dem ich das Kernproblem meiner Zielgruppe anspreche. Ich stelle mich kurz vor und biete im Video meine individuelle Lösung an.

Unabhängig davon, ob ich dann als Geschenk ein weiteres Video, ein Webinar oder ein PDF hinterher lege, konnten meine Besucher durch das kurze Video einen Eindruck von mir gewinnen und der Aufbau meines Expertenstatus beginnt.

Für das Hauptprodukt ist diese Entscheidung sogar noch wichtiger. Es gibt dort allerdings noch die zusätzliche Lösung, ein physikalisches Produkt per Post zu versenden oder eine Kombination aus Online und Offline als Hauptprodukt anzubieten.

Das richtige Geschenk

Die Probleme der Zielgruppe haben zumeist diverse Ursachen, die einzeln behandelt werden können. Ich wähle mindestens eine Ursache aus, auf die ich im Detail eingehen will.

Wichtig: Nicht am falschen Ende sparen. Es gibt nur eine Chance für einen positiven ersten Eindruck!



Mein Geschenk an die Zielgruppe:

Mein Hauptprodukt und mein Geschenk benötigen sich gegenseitig. Nur wenn das Geschenk dafür sorgt, dass der potentielle Kunde einen realen Gegenwert für die investierte Zeit erhält, wird er meinen Status als Experte anerkennen und eventuell auch das Hauptprodukt kaufen.

Selbst wenn das Hauptprodukt ich selbst bin, beispielsweise wenn es um eine persönliche Terminvereinbarung oder um ein Schnupperseminar geht, um den Kunden aus der Online- in die Offlinewelt zu ziehen, ist das Geschenk mein Aushängeschild und meine Visitenkarte.

Die Zielgruppe soll durch die kostenlosen Informationen vorqualifiziert werden. Ich spare also hierbei nicht am falschen Ende, zum Beispiel indem ich mich geheimnisvoll gebe, sondern biete meine Dienstleistung bzw. mich selbst auf dieselbe Art und Weise an, als würde es um ein physisches Produkt gehen.