

Struktur für Landingpages

Dies ist eine Inhaltsstruktur für Landingpages mit dem Ziel, eine allgemeine und themenübergreifende Struktur zu definieren.

Anforderungen an die Texte

An die Texte werden folgende Anforderungen gestellt:

- die Texte sind klar strukturiert und haben sinnvolle Zwischenüberschriften
- die Texte haben einen hohen inhaltlichen Mehrwert
- Vermeidung von:
 - Sätzen ohne Inhalt
 - zu vielen Wiederholungen des Inhaltes
 - Füllwörtern
- die Texte sollen zeitlos geschrieben werden und keinen Bezug auf aktuelle Themen nehmen
- bei Bedarf auch Stilelemente wie Listen oder Tabellen verwenden, um das Textbild aufzulockern

Allgemeine Überlegungen zum Inhalt

Das Ziel einer Landingpage ist es, dem User wichtige Informationen zu liefern, um ihm zu einer Aktion (Rechner, Vergleich oder Kauf) zu bewegen.

Dabei soll der User anhand des Inhaltes beraten werden und durch den Inhalt auf die Aktion zugeführt werden. Der Inhalt sollte also hochwertige Informationen zu dem Thema liefern und insbesondere folgende Fragen beantworten:

1. „Was ist es?“ bzw. „Worum handelt es sich?“
2. „Was bringt es mir?“
3. „Wodrauf muss ich achten?“
4. „Was kostet es?“
5. „Wer bietet es an und welche Tarife gibt es?“

Im Verlauf der Landingpage sollten diese Fragen von dem Inhalt bestmöglichst beantwortet werden. Um einen „roten Faden“ (logische Struktur) durch den Inhalt zu ziehen, sollten die Fragen in genau dieser Reihenfolge beantwortet werden.

Idee für die Struktur

Die folgende Struktur beantwortet die oben genannten Fragen in der entsprechenden Reihenfolge. Die einzelnen Punkte sind dabei als Textteil mit einer einzelnen Zwischenüberschrift zu verstehen und mit einem Stern gekennzeichnete Punkte passen möglicherweise nicht zu jedem Thema.

1. Einleitung und Conversionelement

Die *Einleitung* soll den darzustellenden Sachverhalt in zwei bis drei Sätzen darstellen und die Aktion, auf die der User hingeführt werden soll, beschreiben. Sinn und Zweck der Einleitung soll es sein, einen neuen Leser direkt zu der Aktion zu bewegen und ihm erst im weiteren Teil weitere Informationen zu dem Thema anzubieten.

2. Allgemeine Erläuterung

Bei der *allgemeinen Erläuterung* soll der Sachverhalt erklärt werden. Dabei soll dieser auch für Leser, die sich vorher noch nicht mit dem Thema beschäftigt haben, einfach und gut zu verstehen sein.

In diesem Teil soll die Frage 1 („Was ist es?“ bzw. „Worum handelt es sich?“) beantwortet werden.

3. Video*

Ein Video kann die allgemeine Erläuterung unterstützen und den Sachverhalt darstellen. Alternativ kann es (zum Beispiel bei einer Versicherung) auch auf die zweite Frage („Was bringt es mir?“) hinführen.

4. Leistungen

Bei den *Leistungen* soll für den Leser die Frage 2 „Was bringt es mir?“ geklärt werden. Hier sollen die zu erwartenden Leistungen des Produktes/der Dienstleistung vorgestellt werden.

5. Besonderheiten*

Bei den *Besonderheiten* geht es um Fallstricke und wichtige Punkte, auf die der Leser achten sollte. Dabei soll die Antwort auf die Frage 3 „Wodrauf muss ich achten?“ gegeben werden. Wenn für diesen Punkt zu wenig Inhalt vorliegt, dann kann dieser durchaus auch mit dem Punkt *Leistungen* verschmolzen werden.

6. Kosten

In diesem Abschnitt soll auf die zu erwartenden Kosten eingegangen werden. Dabei sollen keine konkreten Zahlen genannt werden, sondern ein Preisrahmen, in dem sich das Produkt / die Dienstleistung bewegen wird. Hier kann auch auf Leistungen referenziert werden, wenn das Produkt / die Dienstleistung in unterschiedlicher Ausführung erhältlich ist. Dabei soll die Frage „Was kostet es?“ beantwortet werden.

7. Anbieter und Tarife

Bei *Anbieter und Tarife* sollen die Marktführer in dem Bereich vorgestellt werden. Dabei sollte man sich auf 2-3 Anbieter konzentrieren und pro Anbieter einen interessanten Tarif kurz vorstellen. **Dabei sollten die Tarife zwischen den Anbietern möglichst unterschiedlich ausfallen.** Dieser Punkt soll die Antwort auf die Frage „Wer bietet es an und welche Tarife gibt es?“ liefern.

8. Beispiel*

In manchen Themenbereichen ist es sinnvoll, ein fiktives Beispiel anzugeben. Das kann eine Anwendungsmöglichkeit oder eine Beispielrechnung sein. Mit dem Beispiel sollen natürlich die Vorteile des Produktes / der Dienstleistung hervorgehoben und verdeutlicht werden.

9. Fazit

Wenn der Leser bei dem Fazit angekommen ist, dann soll er das Gefühl haben, dass er das Produkt / die Dienstleistung auch unbedingt braucht. In dem Fazit soll die Schleife zu der Einleitung geschlossen werden und das Conversionelement durch einen Button hervorgehoben werden.

Weitere Inhalte

Meiner Erfahrung nach ist es vor allem für die Suchmaschinenoptimierung besser, wenn man statt nur einer einzelnen Unterseite (die Landingpage) auch noch weitere Inhalte anbietet. Dies können zum Beispiel sein:

- ein Glossar, in dem die wichtigsten Begriffe ausführlich erklärt werden

- ein Fragen und Antworten-Bereich, in dem wichtige Detailfragen beantwortet werden
- eine Unterseite mit der Überschrift „10 Gründe für“ oder „10 Vorteile für“ das angebotene Produkt / die angebotene Dienstleistung
- eine oder mehrere Unterseiten mit Hilfestellungen zu
 - Kündigung
 - Anbieterwechsel
 - Umschuldung
 - Etc.

Wenn auf der Landingpage eine Vergleichstabelle angeboten wird, dann kann es in einem zweiten Schritt (wenn die Seite angelaufen ist) auch sinnvoll sein, zu jedem in der Tabelle vorgestellten Anbieter einen einzelnen Testbericht zu verfassen.