

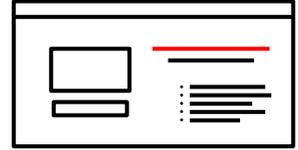
Welche Elemente enthält eine konvertierende Landing Page?

Präsentiert von Jamie Hänni

07

Die LP Elemente im Detail

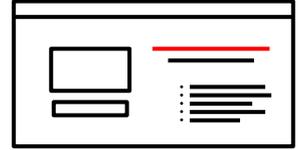
Headline (Titel)



Ziele

- Die Aufmerksamkeit potenzieller Neukunden packen
- Ein erster Einblick ins Angebot geben
- Neugier wecken und zum Weiterlesen anregen
- Problem(e) des potenziellen Neukunden und / oder die dazugehörige Lösung(en) ansprechen

Headline (Titel)



Vorlagen

< Erreichen Sie das gewünschte Ziel > ohne < Ihr momentanes Problem >

Erstellen Sie eine profitable Sales Page ohne eine teure Werbeagentur anstellen zu müssen

< Erreichen Sie das gewünschte Ziel > in nur < spezifischer Zeitrahmen > mit < Angebot >

Generieren Sie zahlreiche neue Leads in nur wenigen Tagen mit unserem hilfreichen Onlinekurs

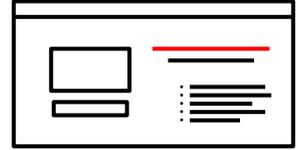
Kein(e) / Nie mehr < Problem > mit / dank < Angebot >!

Kein Stress beim Umzug dank unserer professionellen Unterstützung!

Sie wollen / wünschen sich / brauchen / möchten < gewünschtes Ziel >? (Zusatz: < Angebot > ist perfekt für Sie / ist die Lösung!)

Sie wünschen sich Unterstützung mit Ihrem hochbegabten Kind? (Zusatz: Unsere Community für Hochbegabte und Asperger Autisten ist perfekt für Sie!)

Headline (Titel)

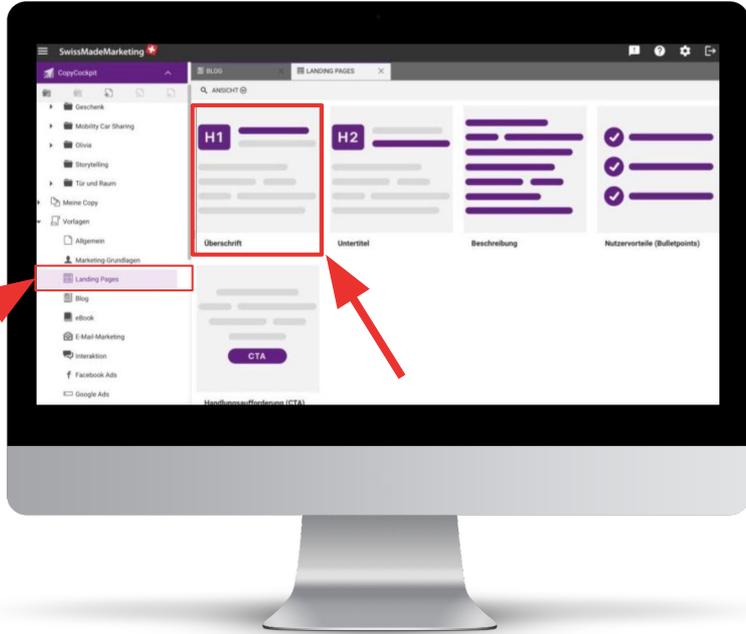


CopyCockpit Vorgehen

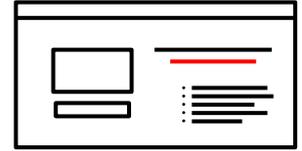
nutze "Überschrift" Vorlage in der "Landing Pages" Kategorie

mehrere Durchgänge

beste Varianten kombinieren in Dokument-Editor



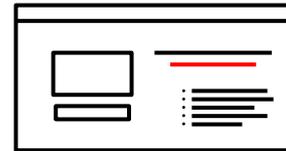
Untertitel



Ziele

- Unterstützt die Headline
- Aussage der Headline sachlicher / detaillierter ausführen
- Auf Angebot (Mehrwert) der Landing Page eingehen
- Lösung zum Problem des potenziellen Neukunden aufzeigen
- Das Angebot in einen grösseren Kontext stellen
- Interesse des Websitebesucher am Angebot weiter steigern

Untertitel



Vorlagen

In / Mit meinem/r/n < Angebot > zeige ich Ihnen effektive Lösungen / die effektive Lösung

In meinem kostenfreien Webinar zeige ich Ihnen die effektive Lösungen

Mit meiner kostenlosen Analyse zeige ich Ihnen die effektive Lösung

Profitieren Sie von < spezifischer Nutzervorteil >

Profitieren Sie von unserer 14-jährigen Erfahrung als Webagentur

< Angebot >: Ich verrate Ihnen wie Sie < Problem eliminieren > / < Erfolg haben >

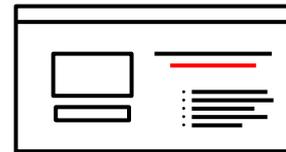
Informationsvideo: Ich verrate Ihnen, wie Sie die Folgen Ihres Schleudertraumas loswerden

Beratungsgespräch: Ich verrate Ihnen, wie Sie schnell qualifizierte Neukunden erhalten

Wie Sie < gewünschter Erfolg erreichen >

Wie Sie Ihren Umzug stressfrei bewältigen

Untertitel

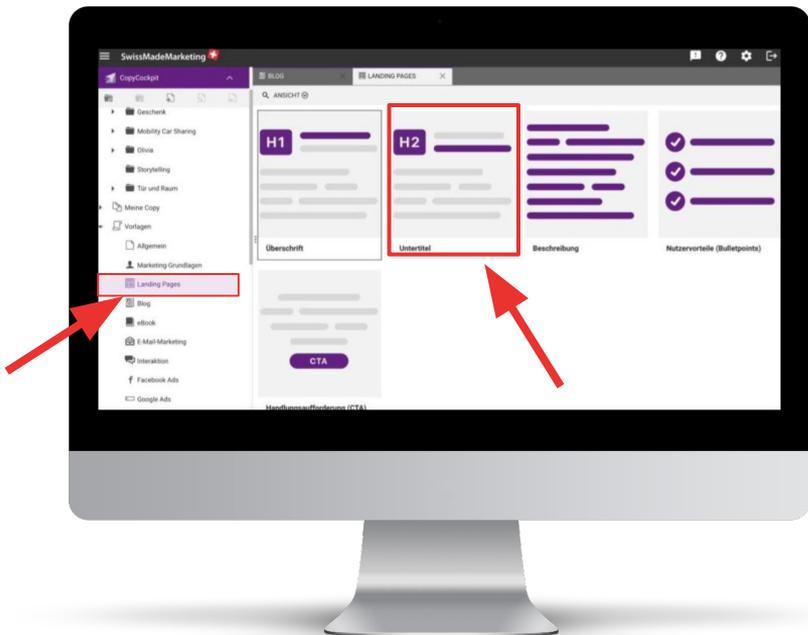


CopyCockpit Vorgehen

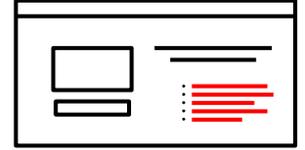
nutze "Untertitel" Vorlage in der
"Landing Pages" Kategorie

mehrere Durchgänge

beste Varianten kombinieren in
Dokument-Editor



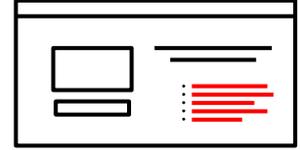
Nutzervorteile (Bulletpoints)



Ziele

- Inhalte des Angebots übersichtlich auflisten
- Positive Aspekte des Angebots hervorheben
- Potenzielle Neukunden von den Vorteilen des Angebots überzeugen

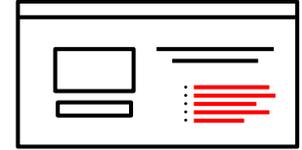
Nutzervorteile (Bulletpoints)



Fragen zur Unterstützung

- Welches Problem löst mein Angebot?
- Weshalb bin ich von meinem Angebot überzeugt?
- Was sind die Inhalte meines Angebots?
- Was sind die Highlights meines Angebots?
- Von welchen Vorteilen profitiert der Kunde nach dem Kauf?
- Was ist der Mehrwert meines Angebots?

Nutzervorteile (Bulletpoints)

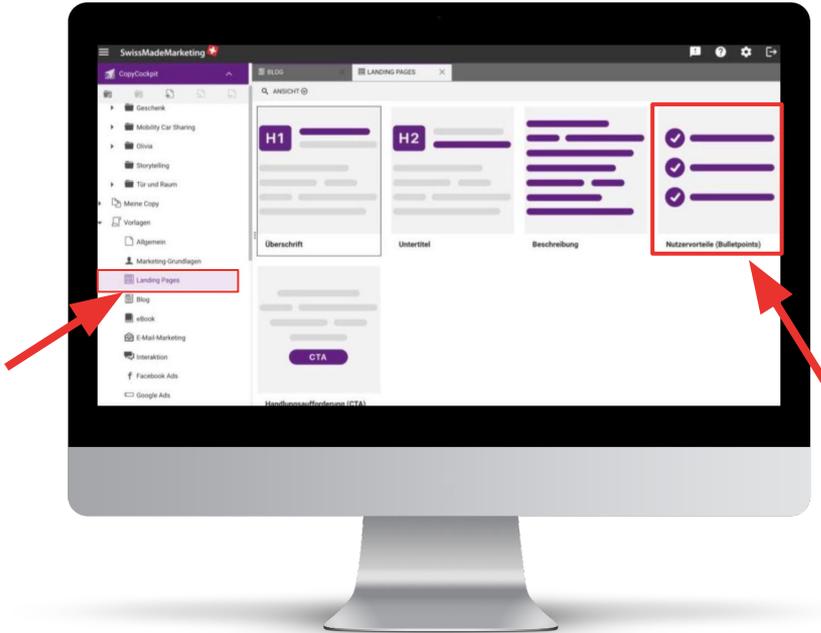


CopyCockpit Vorgehen

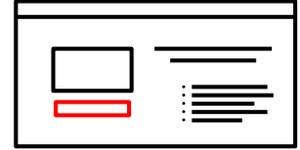
nutze "Nutzervorteile (Bulletpoints)"
Vorlage in der "Landing Pages"
Kategorie

mehrere Durchgänge

beste Varianten kombinieren in
Dokument-Editor



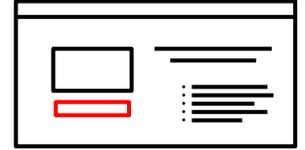
Call to Action (CTA)



Ziele

- Aufforderung eine bestimmte Handlung auszuführen
 - → Video anschauen, Dokument downloaden, Telefontermin abmachen, Gesprächstermin abmachen, für Newsletter anmelden, Artikel kaufen
- Website Besucher aktivieren und zu qualifizierten Leads konvertieren
- Guter CTA: höhere Conversion Rate

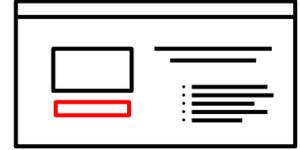
Call to Action (CTA)



Zu beachten!

- Persönlich adressieren
- Handlung klar vermitteln
- Kurz und knapp / auf den Punkt gebracht
- Dringlichkeit aufzeigen (an Emotionen anknüpfen)
- Gewünschte Handlung: schafft Mehrwert

Call to Action (CTA)



Vorlagen

JA - Ich möchte / will < gewünschte Handlung >

JA - Ich möchte eine kostenfreie Analyse

JA - Ich will einen Gesprächstermin abmachen

Jetzt < gewünschte Handlung >!

Jetzt kostenloses Telefongespräch vereinbaren!

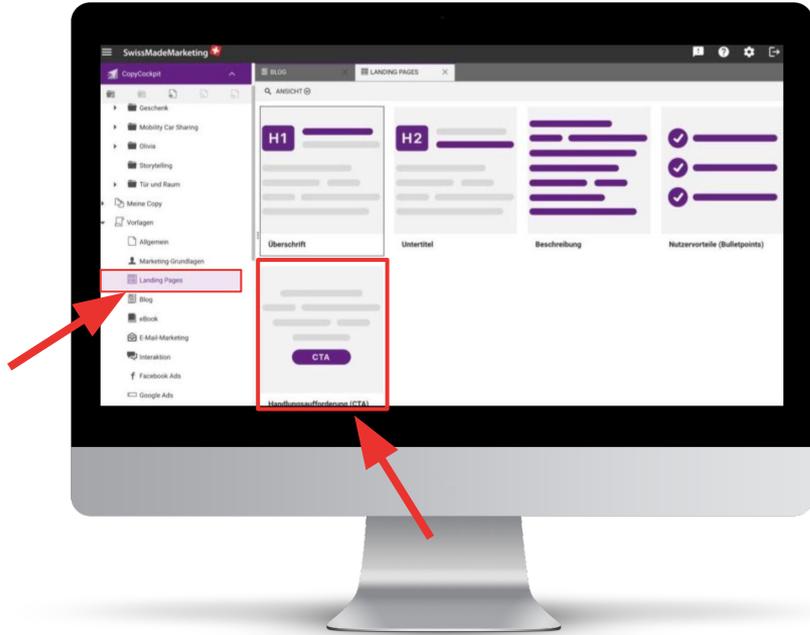
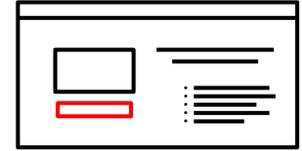
Ja! Ich bin dabei / Das will ich sehen / Das will ich haben! (< gewünschte Handlung >)

Ja! Ich bin dabei (kostenfreier Selbsttest)

Ja! Das will ich sehen (Informations-Video)

Ja! Das will ich haben (kostenfreie Analyse)

Nutzervorteile (Bulletpoints)



CopyCockpit Vorgehen

nutze "Handlungsaufforderung (CTA)" Vorlage in der "Landing Pages" Kategorie

mehrere Durchgänge

beste Varianten kombinieren in Dokument-Editor

Kurzbeschreibung



Ziele (ähnlich wie Untertitel)

- Unterstützt die Headline
- Aussage der Headline sachlicher / detaillierter ausführen
- Auf Angebot (Mehrwert) der Landing Page eingehen
- Lösung zum Problem des potentiellen Neukunden aufzeigen
- Das Angebot in einen grösseren Kontext stellen
- Interesse des Website Besucher am Angebot weiter steigern

Kurzbeschreibung

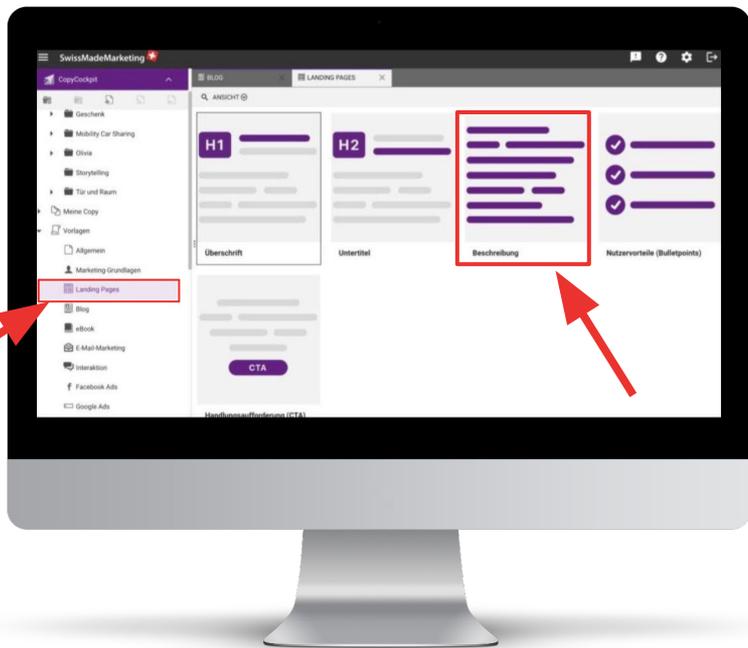


Mögliches CopyCockpit Vorgehen

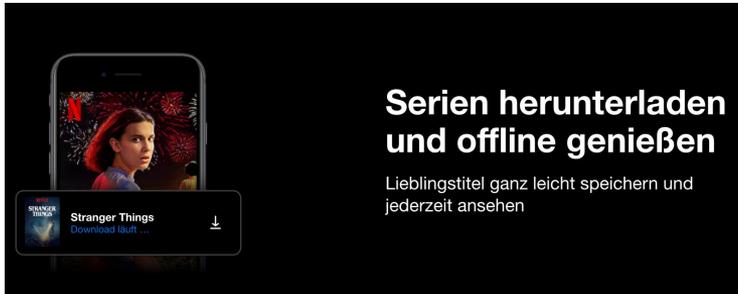
nutze "Beschreibung" Vorlage in
der "Landing Pages" Kategorie

mehrere Durchgänge

beste Varianten kombinieren in
Dokument-Editor



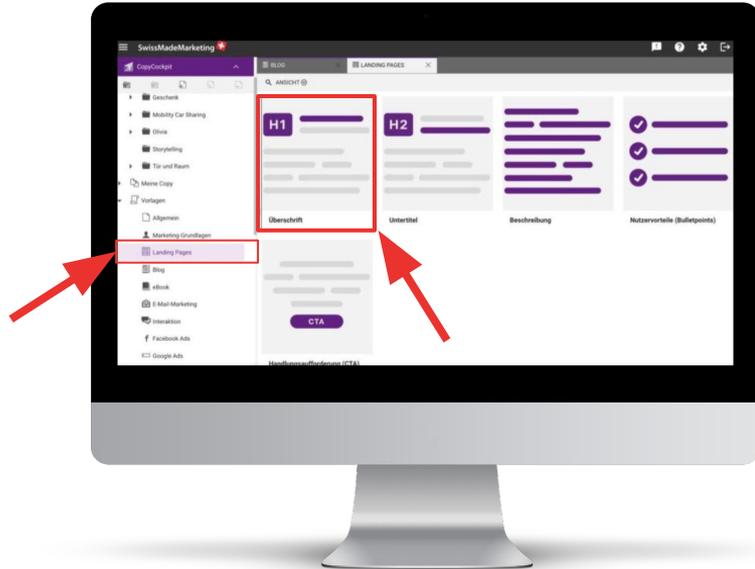
Kurzbeschreibung für Teilaspekte



Ziele

- Auf einen wichtigen Teilaspekt des Angebots / Themas eingehen
- Hebt bestimmte Qualitätsmerkmale hervor, erklärt ein gewisses Merkmal des Angebots, oder bespricht die Lösung eines spezifischen Problems
- Interesse des Website Besucher am Angebot weiter steigern

Überschrift Teilaspekte



Mögliches CopyCockpit Vorgehen

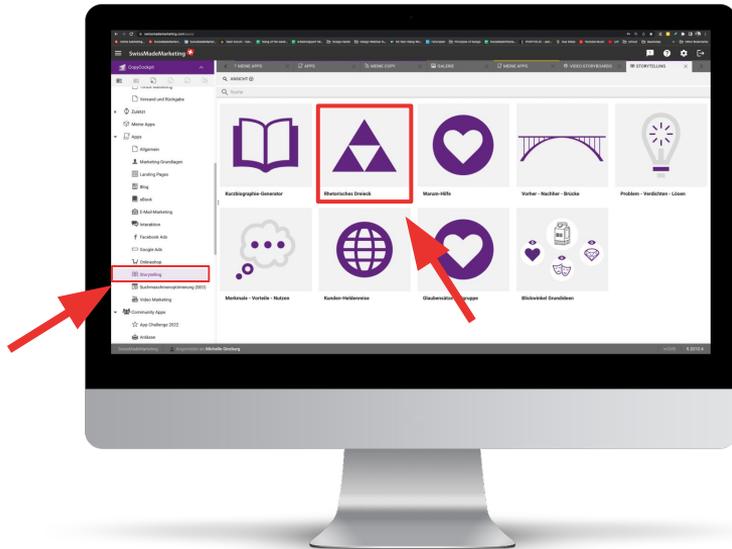
nutze "Überschrift" Vorlage in der "Landing Pages" Kategorie

Abschnitt spezifische Nischen-Formel eingeben

mehrere Durchgänge

beste kombinieren in Dokument-Editor

Überschrift Teilaspekte



Mögliches CopyCockpit Vorgehen

nutze "Rhetorisches Dreieck"
Vorlage in der "Storytelling"
Kategorie

**Abschnitt spezifische
Nischen-Formel eingeben**

mehrere Durchgänge

beste kombinieren in
Dokument-Editor

Kundenstimmen



Ziele

- Steigerung der Vertrauenswürdigkeit
- Nutzung der Stimmen bestehender Kunden, um zu zeigen, was das Angebot wirklich bringt

Kundenstimmen

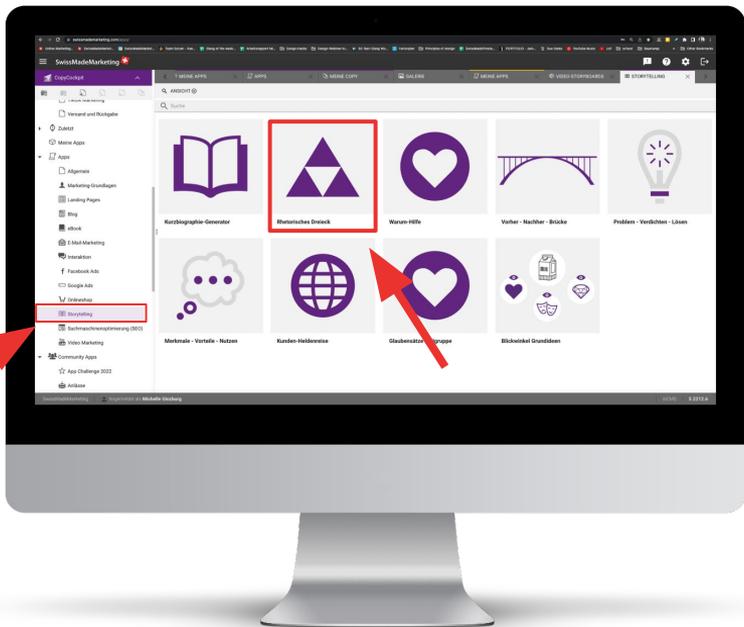


Mögliches CopyCockpit Vorgehen

nutze "Rhetorisches Dreieck"
Vorlage in der "Storytelling"
Kategorie

Stilmittel Ethos

Ergebnisse als Inspiration
verwenden um echten Kunden zu
instruieren



Bei entsprechendem Abo: Nutzen Sie unseren Landing Page Assistenten

The screenshot displays the SwissMadeMarketing inCMS interface. On the left, a sidebar lists various tools and landing page templates. The main area shows a landing page editor with two assistant icons. A modal window titled "inCMS Landing-Page mit Olivia aufbauen" is open, providing a guided selection process for creating a landing page.

Wählen Sie aus den folgenden 3 Varianten.
Wichtig: es gibt keine falsche Auswahl. Sie können jedes Template im Anschluss noch beliebig anpassen.

I. Die Kompakte
VORSCHAULLINK: I. Die Kompakte

Entdecke die atemberaubenden Landschaften Islands

Nachdem Sie sich entschieden haben, können Sie das Video in den folgenden Schritten integrieren:

- Erstellen eines unvergesslichen Reises oder Insider-Tips
- Mit dem Video des inCMS-Editors oder dem inCMS-Editor integrieren
- Publizieren von einem atemberaubenden Erlebnis
- Mit dem Video die inCMS-Editor-Integrierung
- Füllen des inCMS-Editors mit dem Video

Füllen Sie das Feld aus, um herauszufinden, welcher Erlebnis-Typ es ist.

Jetzt mit Olivia fortfahren

II. Die Flüssige
VORSCHAULLINK: II. Die Flüssige

support@swissmademarketing.com