

A person's hand is shown typing on a laptop keyboard. The laptop screen displays a sales page with a large image of a product and some text. The background is a desk with a notebook and some papers.

Die perfekte Salespage

Wie Sie aus Ihrer Webseite eine
Verkaufs-Maschine machen.

By Digital Performance Agency - Alexander Heeg

Herzlichen Glückwunsch, zur Entscheidung online mehr und besser zu verkaufen.

In diesem Guide werde ich Ihnen die wichtigsten Punkte an die Hand geben, die Sie beachten sollten, wenn es um Ihre nächste Salespage oder zu dt. Verkaufsseite geht.

Bevor wir zum eigentlichen Inhalt kommen kurz ein paar Worte zu mir und über meine Arbeit.



Ich bin Alexander Heeg und Geschäftsinhaber der Digital Performance Agency. Gemeinsam mit meinem Team setzen wir für Kunden Online Marketing Strategien und Kampagnen um, schalten Werbeanzeigen, bauen Web- und Verkaufsseiten und managen Social Media Profile. Kurz gesagt, wir kümmern uns um alles, was wichtig ist, um im 21. Jahrhundert erfolgreich im Internet verkaufen zu können. Wir helfen Coaches und Beratern mehr Kunden über das Internet zu gewinnen und zu wachsen!

Hier eine Kundenstimme von einem unserer Kunden:

“Also, die Zusammenarbeit mit Dir Alexander Heeg war überragend.

Kompetente Beratung,

Wahnsinnig schnelle Umsetzung.

Die besprochenen Themen wurden nach kürzester Zeit von den Gästen wahrgenommen und der Zuwachs war auch nach kürzester Zeit enorm spürbar.

10 von 10 Punkten.“

Luka Rovcanin - Inhaber der Beard Bar in München

Inhaltsverzeichnis:

1. Einleitung	Seite 4
2. Die Unterschiede zwischen Landing- und Salespages.	Seite 5
2.1 Die Salespage	Seite 8
3. Die besten Tools und Services für Landing - und Salespages.	Seite 12
3.1 Leadpages	Seite 13
3.2 Instapages	Seite 14
3.3 Clickfunnels	Seite 15
3.4 Lead-X	Seite 16
4. Der Unterschied zwischen einer Webseite und einer Landingpage.	Seite 17
4.1 Vor- und Nachteile von Webseiten	Seite 18
4.2 Vorteile von Salespages	Seite 20
4.3 Nachteile von Salespages	Seite 21
5. Die wichtigsten Elemente von Sales - und Landingpages.	Seite 24
6. Bonus-Kapitel: Ihre Checkliste für Verkaufs- und Landeseiten.	Seite 27

Kapitel 1 - Einleitung

Was können Sie von diesem E-Book erwarten und warum sollten Sie es lesen?

Ich als Alexander Heeg, Geschäftsführer der Digital Performance Agency, sehe in der Arbeit mit unseren Klienten, dass viele Trainer, Coaches und Berater zwar sehr schöne Webseiten haben, aber die **Kraft des Online Marketings** noch nicht nutzen.

In diesem E-Book wird es deshalb darum gehen, wie Sie *mehr Kunden* über das Internet gewinnen können.

Wie im Titel versprochen, werden Sie erfahren, was Sie tun müssen, damit Ihre **Webseite zum Verkaufsautomat wird**.

Sie werden die **Unterschiede** der Sales- und Landingpages kennen lernen und erfahren, wie eine Salespage aufgebaut sein sollte, dass Sie mehr verkaufen und Ihren Umsatz steigern.

Außerdem werden Sie so Ihr Werbudget nicht mehr verbrennen, sondern stattdessen effektiv und zuverlässig mehr Kunden für Ihre Trainings, Coachings und Seminare gewinnen.

Kapitel 2 - Unterschiede zwischen Landingpages und Salespages

Wenn es um Online Marketing und um Verkaufsseiten im Internet geht, arbeitet man mit sehr vielen englischen Begriffen. Somit kann es schnell zu Verwirrung kommen.

Deswegen hier eine Auflistung der möglichen Begriffe für eine **Verkaufsseite**:

- Landingpage
- Squeezepage
- Salespage

Eine *Landingpage* (zu deutsch: Landeseite) und auch eine Squeezepage sind in ihrer Funktion gleichzusetzen. Es sind Seiten die, wenn sie richtig aufgebaut sind, **kein Navigationsmenü** haben und keine ablenkenden Links verwenden, sondern nur **ein Ziel** verfolgen: Die Kontaktdaten der Landingpage-Besucher zu bekommen.



Navigationsmenüs auf Salespages lenken ab und senken die Konversion.

Auf die wichtigsten Punkte einer Landingpage und den richtigen Aufbau gehe ich später in diesem E-Book noch mal ein (s. Seite 23)

Worterklärung: Conversion

Conversion kann ins Deutsche mit dem Wort "*Konvertierung*" übersetzt werden. Der Besucher *konvertiert* **von einem Besucher zu deinem Interessent**, der die Kontaktdaten hinterlassen hat.

Landeseite heißt es deshalb, weil der Besucher auf dieser Seite landet und zu einer **Conversion** gebracht werden soll. Das heißt, er soll in einen *Lead umgewandelt* werden.

Landingpages haben deshalb in jedem Fall ein Formular, in welches man seine Kontaktdaten (E-Mail-Adresse, Name, Telefonnummer) eintragen kann.

Und Landingpages bieten im Gegenzug zu den Kontaktdaten häufig etwas **Kostenloses** an.

Also zum Beispiel ein E-Book zum kostenlosen Download oder ein kostenfreies Beratungsgespräch, einen Gutschein oder Zugriff auf ein Video.

Dies muss nicht zwingend der Fall sein, denn eine Landingpage, die nur den Eintrag in den Newsletter bewirbt, ohne ein konkretes Geschenk im Gegenzug anzubieten, kann auch funktionieren.

Meine Erfahrung zeigt jedoch, dass **mehr Leads und Kontaktdaten** eingesammelt werden, wenn man den Besucher der Landingpage mit einem **kostenlosen Geschenk** "besticht" seine Kontaktdaten anzugeben.

Wichtig dabei ist, dass der Interessent nichts kauft, sondern dass der Interessent etwas kostenlos erhält.

Deswegen kann man zu einer Landingpage auch Squeezeepage sagen, da der Besucher auf dieser Seite "ausgequetscht" wird und seine Kontaktdaten bzw. seine Online Identität hergeben "soll".

Hier sind **Beispiele** von Landing - bzw. Squeezepages.

- 7 Tipps für dein Instagram Business



Kostenloser Report: Wie du mit Instagram mehr Kunden für dein Business gewinnst.

Erfahren in dem kostenlosen Report, wie du dein Business mit Instagram nach vorne bringst

- Steigere deine Markenbekanntheit, erreiche die richtigen Leute und gewinne mehr Kunden.
- Erhöhe gekonnt deine Reichweite und gewinne mehr Follower.
- Steigere deinen Umsatz, erhöhe die Kundenbindung und baue dir eine Fan-Gemeinde auf, die von dir kaufen will.
- Vermeide die größten Fehler, die deinem Business derzeit die Handbremse anlegen.

Sichere dir jetzt dein kostenfreies Exemplar.

Wohin sollen wir das E-Book schicken? Trage jetzt deine E-Mail-Adresse in das Feld ein, und das E-Book ist in wenigen Minuten in deinem Postfach.

SCHICK MIR DAS EBOOK!

Über den Autor

- Alexander Heeg -



Alexander Heeg hilft Unternehmen mit digitalen Marketing Strategien zu wachsen und neue Kunden zu gewinnen. Mit seinem Team baut er große Instagram Accounts auf und betreut diese. Als Marketing Experte kennt er Strategien und Methoden, die Unternehmen helfen, mehr Kunden automatisiert und zuverlässig über das Internet gewinnen.

Er ist u.a. bekannt aus:








Unternehmer aufgepasst: Marketing Buch für Selbständiger und Unternehmer 100% kostenfrei!

Neukundenströme am Fließband

Wie Sie innerhalb von 30 Tagen täglich automatisiert Neukunden gewinnen.

Erfahren Sie in diesem E-Book in 3 einfach anwendbare Schritten, wie Sie **SOFORT...**

- jeden Tag **automatisiert neue Kunden gewinnen**, die wirklich zu Ihnen passen und bei Ihnen kaufen **WOLLEN**.
- **enorm viel Geld sparen** und keinen Cent mehr für Anzeigen in Tageszeitungen ausgeben.
- Ihre **Reichweite** und Ihre **regionale Präsenz** noch heute stark vergrößern.
- wie Sie selbst mit **winzigem Budget tausende potentielle Kunden** erreichen.



Tragen Sie Ihre E-Mail-Adresse ein, damit Ich Ihnen das E-Book kostenlos zuschicken kann!

JETZT GRATIS SICHEN!

Großartiges E-Book! Wertvolle Tipps und Strategien dabei, die einem die Augen öffnen, welche smarten Möglichkeiten einem heutzutage offen stehen, um neue Aufträge zu gewinnen!



Uwe Meyer, Raumausstatter-Meister

Für jeden eine Empfehlung, der automatisiert Neukunden gewinnen will und als Unternehmer neue Wege beschreiten kann.

Über den Autor.

Alexander Heeg ist Online Marketing Experte und hilft seit mehreren Jahren seinen Klienten, mehr Kunden über das Internet zu gewinnen. Er baut automatische Verkaufsfunnel auf, die für seine Klienten verkaufen. Seit dem jeden Tag, so haben seine Klienten mehr Umsatz und Gewinn, aber auch mehr Zeit und Spaß, da sie sich wieder auf ihr Kerngeschäft konzentrieren können.

Er ist u.a. bekannt aus:







JETZT E-BOOK DOWNLOADEN

Wie auf den Bildern zu sehen ist, hat die gesamte Seite nur **ein Ziel**: Eine Conversion zu erzeugen. Demnach ist das komplette Design und die komplette Struktur dann ausgerichtet.

In diesem Fall ist das Ziel der beiden Seiten, die E-Mail-Adresse der Besucher einzusammeln. Außer sich Einzutragen, gibt es für den Nutzer keine Möglichkeit zu interagieren.

Die Salespage

Eine Salespage ist vom Prinzip her ähnlich, unterscheidet sich jedoch trotzdem *stark* von einer Landingpage.

Eine Salespage (zu deutsch: *Verkaufsseite*) hat, genau wie einer Landingpage, **nur ein Ziel**. Das Ziel einer Salespage ist, wie der Name schon herleiten lässt, **der Sale, also der Verkauf**.

Es geht hier also nicht darum, die Kontaktdaten der Interessanten zu bekommen und ihnen im Gegenzug dazu ein Geschenk zu geben, sondern nur darum einen Verkauf abzuschließen.

Genau so wie eine Landingpage hat eine Salespage, wenn sie professionell aufgesetzt ist, kein Navigationsmenü und keinen Links, außer dem *“Jetzt kaufen”* Button.

Außerdem ist sie nach einer ganz bestimmten Struktur und in einem bestimmten Design aufgebaut.

Eine Verkaufsseite ist meist länger und enthält mehr Texte, Bilder oder Videos, da meist **mehr Überzeugungskraft** notwendig ist, Menschen zu einem Kauf zu bewegen, als etwas Kostenloses zu downloaden.

Auf der nächsten Seite finden Sie ein Vergleich zwischen einer Landingpage und einer Salespage.

Die Landingpage befindet sich *links*, die Salespage *rechts*. Sie ist in zwei Teile aufgeteilt, weil Sie sonst zu lang wäre.

Sie ist also wirklich um ein **vielfaches** länger als eine Landeseite.

Möchten Sie mehr Neukunden gewinnen und Ihre Umsätze steigern?
 ...und das vollkommen **KOSTENLOS?**

In den nächsten 48 Stunden haben Sie die Möglichkeit, mit mir über Ihr Unternehmen zu sprechen. Ich werde Ihnen helfen, über das Internet mehr Kunden zu gewinnen. Versprochen.

Während dieser **Beratungssession** werden wir gemeinsam einen Marketing-Plan entwickeln, mit dem Sie mehr Kunden über das Internet gewinnen werden. Wir werden erörtern, wie Sie Ihre Zielgruppe bestmöglich erreichen und wie Sie aus Ihrem Marketing Budget das meiste raus holen.

Mit Ihrem Marketing Plan mehr Spaß an Ihrem Unternehmen und mehr begeisterte Kunden - Wie klingt das für Sie?

Zielsetzung
 Ich helfe Ihnen kostenlos!

Und natürlich will ich nicht Ihre Zeit verschwenden. Deshalb biete ich Ihnen folgendes an:

Wenn Sie nach unserem Gespräch nicht sehen, wie es auch für Sie möglich sein sollte, täglich mit regionalem Online Marketing mehr Neukunden zu gewinnen, dann sende ich Ihnen sofort **100,- Euro als Kompensation** für Ihre aufgetragene Zeit zu...

JETZT BEWERBEN (HIER KLICKEN)

Wann Sie sich bewerben sollten:

- Sie sich ein zuverlässiges System aufbauen wollen, was für Sie automatisch neue Kunden gewinnt.
- Sie sich mehr auf Ihr Kerngeschäft konzentrieren und nie wieder Kopfschmerzen aufgrund geringer Auftragslage haben wollen.
- Sie ein großartiges Produkt oder eine großartige Dienstleistung haben, die Menschen hilft und ihr Leben verbessert.
- Sie Marketingprozesse sparen wollen und Ihre Reichweite erhöhen wollen.

Wann Sie sich NICHT bewerben sollten:

- Wenn Sie ein negativer Mensch sind und neuen Ideen und Möglichkeiten keine Chance geben wollen.
- Wenn Sie KEINERLEI Arbeit investieren wollen und einfach nur „schnell reich“ werden sollen.
- Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung der Menschen NICHT NUTZ.

Ich freue mich auf Sie!
Alexander Heeg

JETZT BEWERBEN (HIER KLICKEN)

Gratis 6-8004 | Disclaimer | Datenschutz | Impressum | Kontakt
 Alexander Heeg | Digital Marketing | Alle Rechte vorbehalten.

Landingpage

WOLLEN SIE PROFESSIONELLER TRAINER WERDEN?

Wollen Sie mehr Umsatz machen?
 Wollen Sie mehr Kunden gewinnen?
 Wollen Sie Ihre Reichweite erhöhen?

Das sind Fragen die einen **PROFESSIONELLEN TRAINER** mitbringen sollten!

Das sind die Themen, auf die wir uns konzentrieren werden:

- 1. **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- 2. **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- 3. **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- 4. **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- 5. **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- 6. **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- 7. **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- 8. **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- 9. **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- 10. **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**

Das ist der Inhalt des Seminars:

- **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**

Unsere Teilnehmer und Sponsoren. Sie werden es auch sein.

Die Teilnehmer:

- **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**

JETZT BEWERBEN (HIER KLICKEN)

Salespage

Vorteile der...

Das sind die Vorteile der...

- **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**
- **Wie man die richtigen Kunden findet und wie man sie anspricht**

JETZT BEWERBEN (HIER KLICKEN)

[Klicken Sie hier, um zur Landingpage zu kommen.](#)

[Klicken Sie hier, um zur Salespage zu kommen.](#)

Links befindet sich eine hauseigene Landingpage, die ein kostenloses Beratungsgespräch bewirbt. Rechts ist die Salespage unseres Kunden “Mag. Gabriel Schandl”.

Wann Landingpages und wann Salespages eingesetzt werden sollten, hängt immer davon ab, welches *Produkt (Buch, Hörbuch, Digitales Programm) oder welche Dienstleistung (Seminar, Coaching, Speaking)* beworben wird und an welcher Stelle der Interessent im Verkaufsprozess gerade ist.

Empfehlenswert ist es, **Landingpages ganz am Anfang** im Verkaufsprozess, im sog. “Frontend” einzubauen, da man nach der Eintragung des Interessenten mit E-Mail-Marketing arbeiten kann und Vertrauen aufbauen kann.

Sie könnten zum Beispiel ein Auszug Ihres Buches, ein Hörbuch oder ein Trainings-Video zum kostenlosen Download auf einer Landingpage anbieten.

Diese **Landingpage** bewerben Sie dann z.B. über Google AdWords, Facebook oder LinkedIn.

Ihre **Zielkunden** klicken dann auf diese Anzeige und kommen auf Ihre Landingpage.

Interessenten bekommen dann Ihr Geschenk nur, wenn Sie sich in das Formular eintragen und Ihre E-Mail-Adresse angeben.

Ein E-Mail-Marketing Programm verschickt dann automatisch Ihr Geschenk an die angegebene E-Mail-Adresse.

Sie haben dann die Möglichkeit mit E-Mail-Marketing Vertrauen zum Interessenten aufzubauen und Angebote zu machen, in dem Sie ihm regelmäßig spannende E-Mails schicken, in denen die Leser mehr über Sie und Ihre Arbeit erfahren können.

Dann wenn der Interessent das Unternehmen besser kennen gelernt hat, funktionieren **Salespages** gut.

Sinnvoll ist es häufig, den E-Mail-Abonnenten einen Link zu Ihrer Salespage zu schicken. Dies kann dann ein Coaching, ein Seminar oder ein kostenpflichtiges Buch oder Hörbuch sein.

In manchen Fällen macht es jedoch auch Sinn schon gleich beim **Erstkontakt** eine Salespage zu bewerben.

Experten-Tipp: Mit Landingpages Ihre E-Mail-Liste aufbauen.

Viele Webseiten haben mittlerweile ein Eintragungsformular für den eigenen Newsletter. Die Eintragungsraten dafür sind jedoch sehr schlecht, da oft nicht beschrieben wird, um was es in dem Newsletter geht und welchem Mehrwert man von einer Eintagung hat.

Besser und effektiver ist es, die Newsletter-Formulare ganz von der Webseite zu löschen und stattdessen auf eine Landingpage zu verlinken.

Trägt der Nutzer sich dort ein, bekommt er ein Geschenk geschickt, ist aber ab dem Zeitpunkt auch in Ihrer E-Mail-Liste.

Da Ihre Kunden und Interessenten viel lieber Geschenke geschickt bekommen, als sich in Newsletter einzutragen, wird Ihre E-Mail-Liste mit dieser Methode viel schneller wachsen.

Kapitel 3 - Die besten Tools für Landing - und Salespages

Kann man nun selbst Landing - und Salespages erstellen?

Die Antwort ist JA. Über ein Content-Management-System.

Die Herausforderung ist allerdings, dass viel Wissen und Erfahrung im Bereich Online Marketing vorhanden sein muss, um Überschriften und Texte zu schreiben, die verkaufen.

Denn **gute Verkaufstexte und starke Überschriften** sind einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren für gute Salespages.

Die *gute Nachricht*: Es gibt glücklicherweise Software mit denen man Sales - und Landingpages selbst aufbauen und bearbeiten kann.

Die *schlechte Nachricht*: Auch leicht zu bediene Tools schreiben einen **keine** Verkaufstexte, erstellen gute Verkaufsvideos oder passende Bilder. Ohne fundiertes Wissen über Online Marketing, Copywriting und Salespages ist das Erstellen von Landing- und Salespages mit **hohem Zeitaufwand** verbunden, ohne Garantie, dass die Salespage dann auch wirklich funktioniert.

Trotzdem gibt es wie gesagt sehr gute Tools und Software-Lösungen, mit denen man Landing- und Salespages erstellen kann.

Hier eine kurze Aufstellung der bekanntesten und meiner Erfahrung nach besten Tools:

Leadpages (www.leadpages.net)

New! Make sales, take payments, and deliver products with Checkouts. [See how it works.](#)

Leadpages Pricing Templates Features Integrations Learn Sign In [Try It FREE](#)

The #1 Landing Page Builder

Leadpages generates leads and sales for your business on the web, in emails, via text messaging, and on social media. Meet the powerful tools that make it possible.

[SEE A DEMO](#) [TRY IT NOW FOR FREE](#)

FEATURED BY...

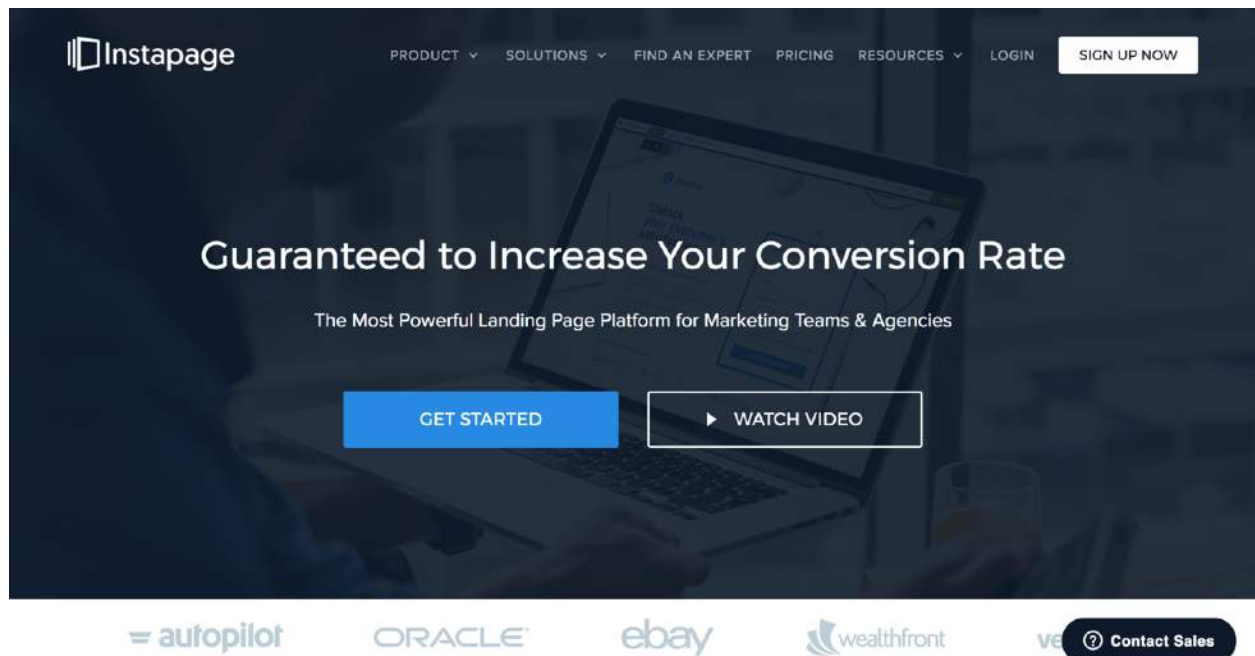
TechCrunch Forbes THE HUFFINGTON FORTUNE Entrepreneur Inc 5000

Mit dieser Online-Software kann man einfach Landingpages mit schönem Design bauen. Man kann Elemente per Drag and Drop verschieben und auf (englischsprachige) Vorlagen zugreifen. Außerdem lässt es sich gut mit Zahlungsanbietern und E-Mail-Marketing Programmen verknüpfen.

Die Nachteile des Programms sind, dass es recht *unflexibel* ist und man monatlich bzw. jährlich ziemlich hohe Preise für die Software bezahlt, auch wenn man sie nicht jeden Monat braucht und die Ausgaben nicht unbedingt wieder reinbekommt.

Kosten: Mindestens 37\$ monatlich, empfehlenswert und wirklich gut zum Arbeiten ist jedoch der Professional Plan für 79\$ pro Monat.

Instapage (www.instapage.com)

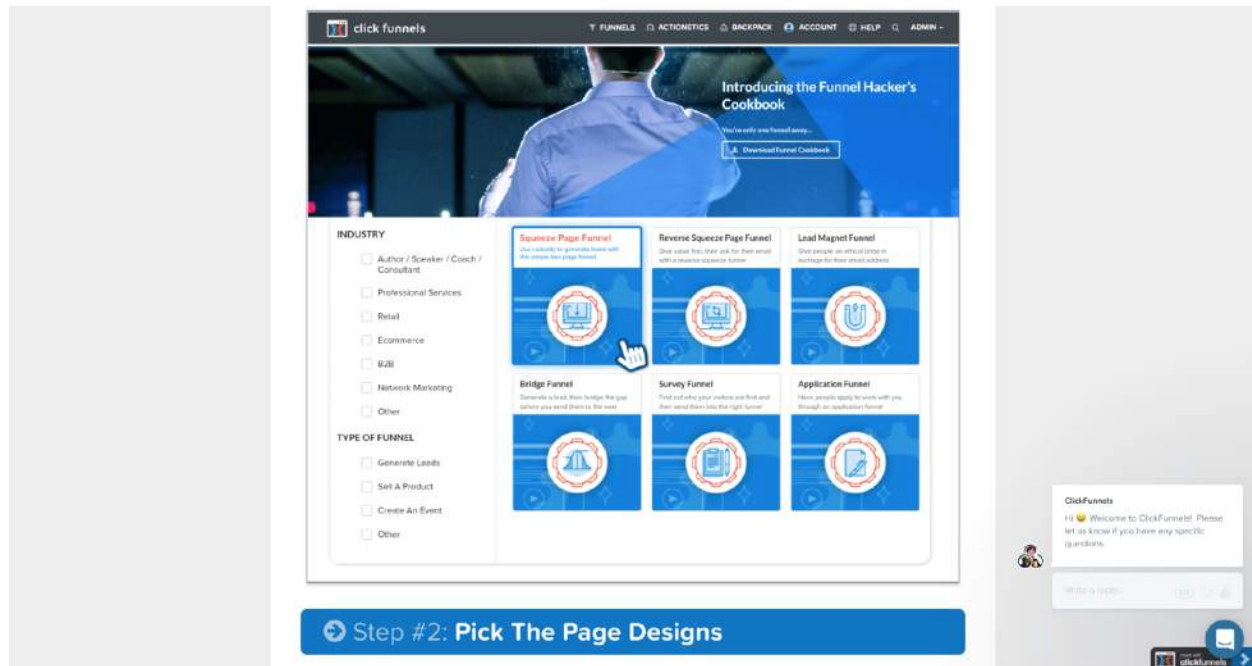


Ein weiteres Tool ist Instapage (www.instapage.com) . Es hat ähnliche Funktionen wie Leadpages und ein ähnliches Preismodel.

Man hat etwas mehr Freiheiten in der Gestaltung, das Starter-Paket hat allerdings schon einen Preis von 76\$, das Paket mit mehr Funktionen und Analyse-Möglichkeiten kosten dann 126\$ pro Monat.

Kosten: Mindestens 76\$ pro Monat.

Clickfunnels” (www.clickfunnels.com)



Das Programm “Clickfunnels” (www.clickfunnels.com) ist nicht nur für Landingpages, sondern damit kann man auch ganze Funnel aufbauen, also Mitgliederbereiche, Checkout-Seiten etc.

Kosten: Es schlägt mit 97\$ pro Monat zu Buche im kleinsten Paket. Wenn man noch E-Mail-Marketing und keine Limitierungen dabei haben möchte, kostet das Programm 297\$ pro Monat.

Unsere Hauseigene Lösung **“Lead-X.net”**:



Wir, die Digital Performance Agency, erstellen Ihnen zu einem einmaligen Fixpreis eine komplette Landingpage, die so aufgebaut und geschrieben ist, dass sie verkauft. Wir übernehmen auch das Hosten der Seite, machen Sicherheits-Updates und Backups. Das ganze für einen monatlichen Preis von 15€ und den einmaligen Preis zur Erstellung der Seite.

Für mehr Informationen kontaktieren Sie uns einfach, [in dem Sie auf diesen Link klicken.](#)

Kapitel 4: Die Unterschiede von Lead- & Salespages im Vergleich zu Webseiten

Eine Webseite zu haben ist im heutigen Zeitalter mittlerweile *Standard*, Landing- und Salespages jedoch nicht.

Im Folgenden werde ich Ihnen die **Vor- und Nachteile von Landingpages** im Vergleich zu einer Webseite aufzeigen.

Eine Webseite eignet sich dafür, Besucher und Interessenten generell über Ihre Produkte/Dienstleistungen und Ihr Unternehmen **zu informieren.**

Sie ist definitiv für jedes Unternehmen erforderlich und wichtig.

Eine Webseite ist vergleichbar mit einem *Informationsflyer* bei dem es nicht um ein spezifisches Thema geht, sondern der generell über das Unternehmen informiert. Man kann es auch mit einer *Visitenkarte* vergleichen, auf der die wichtigsten Kontaktinformationen zu finden sind.

Randnotiz: Es ist noch wichtig zu wissen, dass mit der "Homepage" nicht die komplette Webseite mit allen Unterseiten gemeint ist, sondern nur die Startseite. Ein Fehler, der Vielen schnell unterläuft.

Die Nachteile einer Webseite

Eine Webseite hat allerdings auch **große Nachteile, wenn Sie ein Produkt oder eine Dienstleistung verkaufen wollen oder E-Mail-Adressen** einsammeln möchten.

Durch ihre Vielzahl und Vielfalt an Informationen und Angeboten kann der Besucher der Seite schnell abgelenkt werden.

Der Besucher hat viele Möglichkeiten auf andere Menüpunkte und Links zu klicken und man hat wenig Einfluss darauf, was der Besucher macht (s. Seite 22).

Somit ist auch das Bewerben dieser Seiten mit Facebook Werbeanzeigen, Google AdWords, E-Mail Marketing oder sonstigen Formen der Bewerbung **ineffektiv**, da der Besucher nach dem Klick auf die Werbeanzeige viele Möglichkeiten hat, die beworbene Seite wieder zu verlassen und sein Fokus leicht abgelenkt werden kann.

Teuer eingekaufte Klicks können somit schlechter genutzt werden.

Erfahrungen zeigen, dass die gesteckten Marketing Ziele, wie zum Beispiel E-Mail-Adressen einzusammeln, Verkäufe zu generieren oder Termine zu vereinbaren sehr viel schlechter erreicht werden, als wenn man eine Salespage bewirbt.

Die Gründe dafür sind jedoch ersichtlich. Die **schlechte Performance der Werbekampagne** hat dann für Sie als Unternehmer(in) zur Folge, dass Sie mehr für einen Klick bzw. für das Erreichen Ihrer Ziele zahlen und somit *weniger Gewinn und Umsatz generieren*.

Meine Empfehlung: Behalten Sie Ihre Webseite und überarbeiten Sie diese regelmäßig, aber setzen Sie diese niemals für Marketing-Kampagnen ein.

Auch wenn Sie auf Offline-Methoden, wie Flyer, Prospekte oder Plakate setzen, ist die Verlinkung auf Ihre Webseite **nicht unbedingt empfehlenswert**.

Das liegt daran, dass die Prinzipien im herkömmlichen Marketing sich nicht vom Online Marketing unterscheiden.

Es kann nämlich passieren, dass Kunden Ihre Homepage aufgrund eines Angebotes in einem Flyer besuchen, dann das Angebot nicht sofort finden und die Seite wieder verlassen.

Kurz-Info: Unterschied zwischen Webseiten und Landing-/Salespages

Webseiten bieten *Informationen* über Ihr Unternehmen und Ihr Angebot.

Landing- und Salespages generieren *Kontaktadressen und Verkäufe*.

Die Vorteile von Verkaufs- und Landeseiten

Kommen wir nun zu den Vorteilen zu Sales- und Landingpages.

Diese sind:

- ✔ Sie bauen Ihre E-Mail-Liste effektiv und schnell auf
- ✔ Sie verkaufen mehr Produkte und Dienstleistungen, also mehr Bücher, Seminare, Coachings und Trainings.
- ✔ Sie steigern Ihren Umsatz und Ihren Gewinn, da Werbekampagnen profitabler sind.

Hier die wichtigsten Punkte zusammengefasst und erklärt:

- Es gibt eine **klare und strukturierte Nutzerführung** und der Besucher hat nur zwei Möglichkeiten: Die Seite zu verlassen oder zu kaufen/ sich einzutragen.
- Die komplette Seite wird auf **ein Marketing-Ziel** ausgerichtet und gestaltet, wie z.B. "Kauf" oder "Lead".
- **Marketing-Ziele werden besser und effektiver erreicht**, da der Besucher nicht abgelenkt ist und somit eher dazu geneigt ist, die gewünschte Aktion auszuführen.
- Das Bewerben dieser Seiten mit Werbeanzeigen ist sehr **viel günstiger und zielführender**, als das Bewerben einer Homepage oder einer Unterseite.
- Sie machen **mehr Umsatz und Geschäft**, da Sie gezielt Werbung schalten können und Verkäufe generieren.
- Durch **bessere Performance** der Salespage im Vergleich zur Webseite werden Ihre Marketing Kampagnen profitabler und Sie machen mehr Gewinn.

Die Nachteile von Verkaufsseiten

Es gibt jedoch auch **Nachteile von Verkaufs- und Landeseiten.**

Zusammengefasst sind die Nachteile:

- ✘ Hoher Zeitaufwand
- ✘ Viel Wissen erforderlich
- ✘ Monatliche Kosten

Sie brauchen nämlich viel **Zeit und Wissen**, um Verkaufsseiten zu erstellen.

Außerdem sind die Tools, mit denen man Landingpages bauen kann teuer und meist auf monatliche Zahlung ausgerichtet.

Wenn Sie Zeit und Geld sparen wollen und **Ihre Angebote besser verkaufen und bewerben wollen**, dann schicken Sie uns gerne eine Anfrage.

Wir übernehmen die Erstellung Ihrer Salespage(s) gerne.

Zur Verdeutlichung der **Unterschiede** zwischen Salespage und Webseite hier ein Beispiel unsere eigenen Webseite und den Möglichkeiten für den Besucher zu klicken.

6 (Navigation menu: Gratis E-Book, Blog, Leistungen, Referenzen, Über Mich, Kontakt)

6 (Main headline: Mehr Kunden für weniger Geld.)

1 (CTA: KOSTENLOSE GESCHÄFTSANALYSE (HIER KLICKEN))

1 (Form: Ihre E-Mail-Adresse, JETZT GRATIS SICHERN)

1 (Social media icons)

3 (CTA: WETERLESEN - next to three blog articles)

1 (CTA: ZUM BLOG HIER KLICKEN)

1 (CTA: MEHR ZU UNSEREN LEISTUNGEN ERFAHREN)

Referenzen

Unsere Kunden sind begeistert - den Ergebnisse sprechen für sich.

1 (CTA: ZU DEN REFERENZ-PROJEKTEN HIER KLICKEN)

Kontakt

4 (Social media icons)

1 (Form: Name, E-Mail-Adresse, Nachricht, I'm not a robot, SENDEN)

Über Alexander Heeg

1 (Form: Ihre E-Mail-Adresse, JETZT GRATIS SICHERN)

Die Anzahl der verschiedenen Links sind mit roten Zahlen markiert.

Wie hier zu sehen ist gibt es über **25 verschiedene Link-Klick-Ziele**, also 25 verschiedene Seiten, auf dem der Besucher landet, je nach dem, welchen Button oder Link er drückt.

Gezieltes und effektives Marketing ist mit einer Webseite also nur *schwer möglich*.

Nun im direkten Vergleich noch mal eine unsere Landingpages:

The screenshot shows a landing page with an orange header. The main headline reads: '- 7 Tipps für dein Instagram Business' and 'Kostenloser Report: Wie du mit Instagram mehr Kunden für dein Business gewinnst.' Below this is a small image of the report cover titled 'Die 7 Instagram Hacks'. The main content area is white with a light orange background. It features a list of benefits on the left and a call to action on the right: 'Sichere dir jetzt dein kostenfreies Exemplar.' Below the call to action is a form with a text input field for 'Deine E-Mail-Adresse' and a blue button labeled 'SCHICK MIR DAS EBOOK!'. The button is highlighted with a red border. Below the form is a section titled 'Über den Autor' featuring a photo of Alexander Heeg and a short bio. At the bottom, there are logos for various partners and a footer with links for 'Gratis E-Book', 'Disclaimer', 'Datenschutzklärung', 'Impressum', and 'Kontakt'.

Der Nutzer hat auf dieser Seite nur **eine einzige Möglichkeit**, zu klicken. Oder er verlässt die Seite. Es gibt keine Menüführung und keine externe Links.

Bewirbt man so eine Seite mit Google AdWords, Facebook, Xing oder im E-Mail-Marketing, erreicht man das gewünschte Ziel sehr viel leichter und effektiver.

Kapitel 5: Die wichtigsten Elemente von Sales - und Landingpages.

Hier zur Übersicht und Vollständigkeit die wichtigsten Elemente von Sales- und Landingpages:

- **1. Die Pre-Headline:** Sollte die Zielgruppe ansprechen und benennen. Beispiel: “Trainer und Coaches aufgepasst: ...”
- **2. Die Headline/Überschrift:** Die Seite sollte mit einer starken Headline starten, die das beworbene Produkt bzw. die Dienstleistung zusammenfasst, Vorteile kommuniziert und zum Weiterlesen anregt. Sie entscheidet, ob die Salespage gelesen wird, oder nicht.
- **3. Die Subheadline** verstärkt die Headline in ihrer Funktion Vorteile zu kommunizieren und Neugier zu wecken.
- **4. Auflistung der Vorteile:** Hier sollten die Vorteile aufgelistet werden, die der Besucher davon hat, wenn er sich in die E-Mail-Liste einträgt bzw. einen Kauf tätigt.
- **5. Klare Handlungsaufforderung:** Ein deutlicher CTA (Call to Action) ist entscheidend und sollte klar kommunizieren, was der Besucher zu tun hat.
- **6. Emotionale und bildliche Sprache** verwenden.
- **7. Kundenstimmen** und Testimonials einbauen, um Vertrauen aufzubauen und Einwänden entgegen zu wirken.
- **8. Ansprechendes** und professionelles **Design** verwenden. Abschnitte farblich unterteilen.
- “Über Mich” Abschnitt, Siegel und Zertifikate, FAQ und **weitere Elemente** je nach Branche und Produkt verwenden.

Hier die eben genannten Elemente noch mal graphisch verdeutlicht am Beispiel der **Salespage** von unserem Klienten, dem Top-Speaker Mag. Gabriel Schandl:

WOLLEN SIE PROFESSIONELLER TRAINER WERDEN?
 Professionell Vortragen und Trainieren mit der Train the Trainer Ausbildung

Jetzt kostenloses Beratungsgespräch anfordern.

Kunden, für die wir tätig werden dürfen:

IBM | 1&1 | BANKHAUS MENZLER | REWE | SPAR

Sie sind Experte in einem Themenbereich und müssen oft Trainings abhalten?
 Sie sind selbstständig und wollen Trainer werden?
 Sie wollen Ihre Trainings professioneller abhalten?
 Dann ist die Train the Trainer Ausbildung genau das Richtige.
 Erfahren Sie hier, warum.

Im Train the Trainer Seminar lernen Sie:

1. Punktgenaues **Fach-Wissen** (aus der Praxis für die Praxis)
2. Didaktisch-methodisch **fundierte Ausbildung**
3. **Souverän Präsentieren**
4. **Effektive Kommunikation & Moderation**
5. Die verschiedenen **Lernstypen & Lernstile**
6. **Selbstmanagement**
7. exzellente **Rhetorik**
8. **Führen und Leiten von Gruppen**

Diese Train the Trainer Ausbildung hilft Ihnen dabei, Ihre wertvollen, praxisrelevanten Kenntnisse und Ihre Expertise für die Praxis zu vermitteln. Die Train the Trainer Akademie soll sicherstellen, dass die Trainer nicht nur über hervorragende Fachkompetenzen verfügen, sondern auch didaktisch-methodisch eine fundierte Ausbildung haben. Die Zielgruppe sind Fachtrainer, die als Trainer **bereits aktiv sind oder in naher Zukunft werden wollen** und ihre **persönlichen und sozialen sowie methodischen Kompetenzen** ausbauen wollen.

Der Ablauf des Seminars:
 Diese Train the Trainer Ausbildung findet in 3 kompakten, praxisorientierten Modulen von je 3 Tagen statt. Den Abschluss bildet der letzte oder vorletzte Tag mit einer **Prüfung**. Die Inhalte im Anschluss dienen als Ausgangsbasis und werden mit den Teilnehmern fest abgestimmt. Im Lehrgang wird versucht, schwerpunktmäßig auf die **Wünsche der Teilnehmer** einzugehen.

Jetzt kostenloses Beratungsgespräch anfordern.

1-3

5

4

Ihre Ausbilder:

Dr. Trainer Mag. Gabriel Schandl, CSP, CMC
 • studierte Wirtschaftswissenschaften in Linz & Siena, Italien
 • mehr als 20 Jahre Business Erfahrung
 • seit 10 Jahren als Trainer unterwegs
 • Als einer der 100 besten Social Skills Anbieter des Landes empfohlen
 • Mehrfach ausgezeichnet als Redner, Trainer und Consultant
 • Buchautor des Leistungsglücks Prinzip

Mag. Gernot Zindler, Master of Science
 • erfolgreicher internationaler Managementtrainer & systemischer Organisationsentwicklung
 • studierte Marketing (Wirtschaftsuniversität Wien)
 • Soziale Verhaltenswissenschaften & Erziehungswissenschaften (UK Hagen & LMU)
 • Organisationsentwicklung (DHL-Köln/Paris, W&A, Zürich, USA & Canada)
 • ist für die Bereiche Lernstile & Typen verantwortlich

Dr. Trainer Gary Nitz
 • moderner weltweiter Live TV Übertragungen
 • ist auf Bühnen mit Stars wie Reinhold Fendrich, Andreas Gabelner, Mark Forster
 • ist als professioneller Sprecher für: Antenne Salzburg, Premiere Austria, Servus TV, RTL, die Landessiegerin Salzburg
 • ist für die Bereiche Speecher & professioneller Auftreten zuständig

Dr. Prof. Dr. Edmund Hoff
 • ist seit 24 Jahren bei der JOXLUZ Gruppe beschäftigt
 • hat unzählige Trainer ausgebildet
 • studierte BWL, mit dem Schwerpunkt Personal- & Finanzwesen & Marketing
 • ist Dr. Prof. Dr. in seiner Ausbildung

Das sagt einer der Ausbilder zu Train the Trainer:

Jetzt kostenloses Beratungsgespräch anfordern.

Unsere Teilnehmer sind begeistert. Sie werden es auch sein.

Ich kam zu dem Seminar als "Neuling" noch wenig Erfahrung mit der Führung von Trainings. Anfangs war ich etwas schüchtern und habe mir den Lehrgang nicht anschauen zu lassen, doch heute bin ich die Köpfe gelad und freue mich auf die neuen Herausforderungen im Job!

Julia Wolf
 M.A., Shopper Marketing, Penny Österreich

Sehr gute Inputs um meine bestehenden Seminare weiterzuentwickeln!

Margot Spaith
 Leiterin der Großhandel Lehrgangsausbildung

"Auch für neue, eher perfekte Einzüge in den Trainings!"

Nina Leiber
 Dipten, Gesundheits- und Assistenzschwestern, AHS "Pflanzgarten"

"Ein Investment, das sich lohnt in die eigene Person und Weiterentwicklung. Man lernt nicht nur wertvolle Methoden für Trainings, sondern auch was man selbst tun kann um die Teilnehmer in die bestmögliche Performance zu führen."

Dipl.-BWL Angela Kallensbrunner
 Geschäftsführung, Rolsys Industrie GmbH

Die Termine 2017
 Modul 1 vom 3. bis 07. Oktober 2017
 Modul 2 vom 24. September - 01. Dezember 2017
 Modul 3 vom 3. bis 11. Januar 2018

Achtung: Nur noch wenige Plätze verfügbar. Machen Sie sich jetzt für das Beratungsgespräch!

Jetzt kostenloses Beratungsgespräch anfordern.

Dr. www.auditor-SPG&DR GmbH | Succisa 11 | Salzburg | Mag. Gernot Zindler

7

Die Zahlen markieren die Elemente der Salespage, die auf Seite 24 gelistet sind.

Auf der nächsten Seite haben wir Ihnen eine Checkliste vorbereitet, die Sie ausdrucken und abhaken können, um immer zu Überprüfen, ob Ihre Verkaufsseiten alle wichtigen Elemente enthalten.

Wichtig: Es gibt keine allgemein-gültige Anleitung für eine hoch konvertierende Landing- oder Salesseite. Jedes Unternehmen und jedes Produkt ist anders und die Salespage muss individuell zugeschnitten werden.

Außerdem ist viel Optimieren und Testen nötig, um die Resultate zu verbessern. Mit sogenannten **Split-Tests** werden zwei Versionen der Salespage gegeneinander getestet, um herauszufinden, welche Bilder/Texte/Überschriften besser funktionieren.

Das braucht viel Zeit und ist mit viel Aufwand verbunden, wenn man in diesem Bereich wenig Erfahrung und Übung hat. Für uns als Experten geht dieser Prozess natürlich sehr schnell.

Es ist jedoch unbedingt erforderlich, um zu *optimalen Ergebnissen* zu kommen

Bonus-Kapitel: Ihre Checkliste für Verkaufs- und Landeseiten

Element auf der Salespage	ERLEDIGT	AUS-STÄDNIG
Es befindet sich KEIN Navigationsmenü auf der Salespage (=Ablenkung)		
Außer dem “Jetzt Kaufen” Button und dem Link zum Impressum/Datenschutz befindet sich KEIN Link auf der Salespage.		
Die Salespage enthält eine starke Headline , die Vorteile kommuniziert und zum Weiterlesen anregt.		
Auf der Salespage sind Pre-Headline und Sub-Headline vorhanden, die die Haupt-Überschrift unterstützen.		
Es befinden sich große, auffällige und eindeutig beschriftete “Jetzt Kaufen” Buttons auf der Seite.		
Die Vorteile des Produkts oder der Dienstleistung werden in kurzen Stichworten und kurzen Absätzen vorgestellt, so dass sie für den Leser leicht aufzunehmen sind.		
Es werden Kundenstimmen genannt, die mit dem Produkt oder der Dienstleistung Erfolg hatten.		
Der “Über Mich” Abschnitt weckt Vertrauen und vermittelt Autorität und Experten-Status.		
Alle Texte, Bilder und Videos auf der Seite sind emotional, bildlich und leicht verständlich.		
Durch die Nennung von “Geld-zurück- Garantien ” wird Vertrauen und Sicherheit aufgebaut.		
Es wird Verknappung , Begrenztheit und Limitierung erzeugt.		

Special-Angebot:

Sie wollen:

- ✓ Mehr Umsatz?
- ✓ Mehr Conversions?
- ✓ Mehr E-Mail-Adressen?
- ✓ Bessere Verkäufe?
- ✓ Minimalere Klickpreise?

Dann haben wir für Sie das passende Special.

Wir **analysieren** Ihre Verkaufs- oder Landeseite bzw. eine Unterseite Ihrer Webseite und erstellen Ihnen eine persönliche PDF mit allen Änderungsvorschlägen.

Sie wissen dann ganz genau, was zu tun ist, damit Ihre Seiten **erfolgreicher werden und mehr verkaufen.**

Sie sparen Zeit und können sofort an den Dingen arbeiten, die Ihren Umsatz steigern.

Als Leser dieses E-Books bekommen Sie auf diese **Analyse 15% Rabatt.** Klicken Sie hier, um Ihren Gutschein "Lead X" einzulösen:

[Mehr erfahren \(hier klicken\)!](#)



Ihr Alexander Heeg