



Landing Page im Bezug auf Google-Qualitätsfaktor

Voraussetzungen

- Landing Page muss eine aktive Webseite sein die mit der „Zurück“-Funktion des Browsers jeder Zeit verlassen werden kann.
- Landing Page muss einen eindeutigen Bezug zu Keyword und Anzeigetext haben.
- Inhalte sollen originell und relevant sein.
- Landing Page soll Informationen zu Service, Angeboten und Produkten, sowie alles Wissenswertes über das Unternehmen erhalten.
- Persönliche Daten sollen, wen nicht zwingend erforderlich, nicht abgefragt werden
- Produkte die über Adwords beworben sind, müssen einfach und schnell zu finden sein und übersichtlich dargestellt werden.
- Einfache Navigation und Bedienung und keine störende Elemente wie automatische Pop-ups oder Manipulationen der Browserfunktionen.

Wichtig:

Google bewertet die Umsetzung oben genannten Punkten. Auf diesen Weg ermittelter Qualitätsfaktor beeinflusst das Mindestgebot der Keywords.

Bei guter Qualität wird das Mindestgebot nicht gesenkt.

Bei schlechter Qualität wird das Mindestgebot erhöht.

Google untersucht und bewertet nicht nur Landing Page, sonder die gesamte Webpräsenz bzw. zumindest ihre Teile.

Konsequenz ist die Abwertung durch Google.

Verbesserungsmöglichkeiten:

- Das Thema der Landing Page auf Anzeige besser ausrichten.
- Eigene Texte schreiben und vermeiden fremde Texte 1 zu 1 zu übernehmen.
- AdSense-Werbung und Affiliate_Links vermeiden.

Welches Ziel verfolgt eine Landing Page?

Besucher führt gewünschte Handlung aus. Er darf sich auf keinen Fall die Frage stellen: „was nun? „

Daher muss die Handlung klar definiert und auf der Landing Page umgesetzt werden. Es muss auch klar sein für wem ist die Landing Page gemacht worden. Ist der Besucher zur gewünschten Handlung bereit oder sucht er nur nach Informationen.

INTERNET UND WEBDESIGN

MEHR UMSATZ UND GEWINN DURCH
MARKETING-ORIENTIERTES INTERNET

SAVA ZIVANOV-WEBDESIGN
06736-960095



START

FIRMEN-HP

CMS

E-SHOP

GOOGLE

REFERENZEN

KONTAKT

IMPRESSUM

MAP

Besucher auf der Landing Page

Landing Page ist das eigentliche Ziel, AdWords sind nur das Mittel zum Zweck. Gute Platzierung und günstige Klicks nutzen nichts wenn der Besucher nach 7 Sekunden die Seite flugartig verlässt ohne die gewünschte Handlung ausgeführt zu haben.

Besucher muss das Gefühl haben, dass er hier genau richtig ist.

- Er muss den Nutzen erkennen.
- In dem Titel muss er seinen Suchbegriff wieder finden.
- Stimulatoren setzen (nur noch... und dann das Stückzahl, Datum usw.). Erfolgswahlen betönen (bereits 10.000 zufriedene Kunden usw.)
- Ablenkung reduzieren
- Klare Strukturen herstellen besonderes im Contentbereich.
- Handlungsaufforderung klar definieren (Buttons oder Links einbinden) und mehrmals an verschiedenen Stellen anbieten.
- Benutzer ausreichend mit zusätzlichen Produktinformationen, Lieferzeiten, Garantiebedingungen informieren und keine Frage offen lassen.

Vertrauen Schaffen

- Unternehmen ein Gesicht geben.
- Qualitätsgarantie durch eine wichtige Person des Unternehmens einfügen
- Leichte Kontaktaufnahme zur Service- Hotline und Callback-Button steigern das Vertrauen.
- Datenschutzerklärung
- Bekannte Partnerlogos präsentieren.
- Kunden Rückmeldungen veröffentlichen (z.B. Gästebuch).
- Testurteile durch unabhängige Dritte anzeigen.

