

mairoth> Wie lang muss Ihre **magnetische Landeseite** sein

Wie Sie Ihre Werbebriefe, Landeseiten, E-Mailings und Mailings noch erfolgreicher machen!



Wie lang muss Ihre neue magnetische Landeseite sein

Raus aus der Internet-Falle!

Der 1 entscheidende Kniff, wie Sie Landeseiten magnetisch machen

Liebe Leserin, lieber Leser,

was unterscheidet eine Landeseite von Ihrem
Webauftritt?

"Meine Seiten im Internet eignen sich doch bestens als
Landeseiten", so sagen mir viele Webseiten-Betreiber.

*"In meinen Webseiten steht doch alles über uns drin, von der
Firmengründung über die Geschäftsführer bis hin zu unserem
Lieferprogramm und Services. Besucht uns ein Interessent findet
er alles über uns",* so gehen diese Gespräche weiter.

Ja, und damit sitzen Sie genau in der Internet-Falle ...

Denken Sie an den Suchenden. Was treibt diesen an, im Internet
nach einem bestimmten Produkt zu suchen? Der nach einem
Dienstleister fahndet, der zum Beispiel wie ich Landeseiten
konzipiert und textet?

Der Suchende denkt zuerst an sich! Und nicht an Sie!

Der Suchende hat ein dringendes Problem und visiert ein Ziel an.
Oder er will etwas optimieren und will fachkundigen Beistand.
Oder er will neue Wege beschreiten, ein Unternehmen gründen
oder mehr verkaufen.

Es gibt immer wieder die **gleichen Gründe**, warum eine Person
im Internet sucht. Ein Mensch wie Sie und ich, doch mehr darüber
später ...

Der Suchende wünscht für sich Informationen, die seine
Wünsche und Ziele erfüllen. Denken Sie jetzt an sich: Sie suchen

entwickelt und textet.

Über einen Link in Google landen Sie jetzt bei der Agentur Alles & Co. Da prangt auf der Webseite groß und reichlich zuerst "Wir sind wir und wir sind die Größten ". Sie sehen viele, viele Eigendarstellungen. Richtig viele Links und Hinweise erschlagen Sie fast.

Was tun Sie?

Richtig, Sie klicken weiter und suchen den nächsten Anbieter. Denn Sie besuchen gerade eine typische Webseite, die Homepage schlechthin.

Warum klicken Sie weiter?

Ganz einfach, Sie suchen wie im Beispiel nach einem Direktmarketer, der Ihre Landeseite entwickelt und textet. Das sehen Sie nicht auf Anhieb. Vielleicht versteckt sich dieses Angebot hinter vielen, vielen anderen Angeboten auf einer Webseite.

Sie haben weder Zeit noch Lust zum Versteck spielen. **Genau wie Ihr Kunde!**

Nehmen Sie jetzt Ihren zukünftigen Kunden unter die Lupe. Im Moment ist dieser noch Ihre Zielperson. Stellen Sie sich Ihre ideale Zielperson vor. Schreiben Sie auf:

- **Was braucht diese Zielperson von mir?**
- **Was will diese Zielperson damit?**
- **Was sucht meine Zielperson?**

Denken Sie immer aus dem **Blickwinkel Ihrer Zielperson** nach. Stellen Sie sich vor, wie diese handelt. Wie Ihre Zielperson fühlt. Welche Sorgen Ihre Zielperson drücken. Und, und, und!

Jetzt merken Sie, was diese Zielperson sucht. Nämlich **nur einen Suchbegriff**. Wenn Sie nach Werbebriefen suchen, tippen Sie Werbebrief in den Google-Schlitz. Suchen Sie nach Landeseite, schreiben Sie das als Suchwort rein. Genau wie Ihre Zielperson.

Jetzt kommt der **entscheidende Kniff:** Der Klick zur Landeseite

Klickt Ihre Zielperson auf "Werbebrief", dann erwartet sie gezielte Informationen zu "Werbebrief". Nicht zu Anzeigen, nicht zu Druckvorbereitung, nicht zu Internetseite oder Sonstiges. Deshalb brauchen Sie eine Landeseite.

Mit der Landeseite bieten Sie 1 Thema!

Empfangen Sie Ihre Zielperson mit einer Schlagzeile, die dieses Thema aufgreift. Noch besser, Sie reißen schon eine Lösung an. Aber, dafür muss Ihre Zielperson erst Ihren Text lesen.

Machen Sie neugierig Der Besucher kommt mit 1 Klick auf Ihre Landeseite. Jetzt soll er **nur mehr einen weiteren Klick** machen: **"Ja, ich will!"** Ob Order oder Info-Anforderung bleibt gleich. Hauptsache, Ihr Besucher klickt auf "JA!".

Für geschäftliche Einkäufer oder Endverbraucher

Jetzt sind wir bei "**Mensch**". Ja, Ihr Besucher ist weder eine Maschine, noch ein System, noch eine Software. Ihr Besucher ist ein Mensch, zum Beispiel "Otto Müller" oder "Sandra Schmidt".

Sprechen Sie immer den Menschen an. Der kauft! Maschinen kaufen nichts: Das ist die berühmte **SEO-Falle**, in die selbst viele, viele Profis tappen.

Überzeugen Sie diesen Menschen. Der Sie be-sucht. Schon im Wort "be-suchen" steckt das suchen.

Bieten Sie Ihrem Besucher genau das was er sucht!

Überzeugen Sie mit Daten und Taten. Schreiben Sie den Text für Ihre Landeseite wie an einen Bekannten. Oder bei einem Angebot an Endverbraucher, wie an einen guten Freund.

Schreiben Sie über das was Sie am besten können: Über Ihr Produkt, Ihre Dienstleistung, Ihr Angebot. Alles immer mit dem Ziel **"Klicke auf Ja, ich will!"**.

Wie lang muss Ihre magnetische Landeseite sein?

Ganz einfach: So lang als nötig und so kurz wie möglich. Bieten Sie dem Endverbraucher erklärungsbedürftige Produkte an, schreiben Sie alle Nutzen und Vorteile auf. Das dürfen dann ruhig 12, 20 oder noch mehr Seiten sein.

Handelt es sich um Mode, ist das Bild wichtig. Denn über das Motiv verkaufen Sie. Der Text ist dann nur Auslöser!

Bei Geschäftskunden verfassen Sie ihre Landeseite wie ein erstes Verkaufsgespräch. Packen Sie alles rein, was der Einkäufer über Ihr Produkt und Ihre Dienstleistung wissen muss. Beantworten Sie alle Fragen schon vorher.

Bauen Sie die Landeseite einfach mit der **AIDA + B auf.**

- **A**ufmerksam machen

-- **I**nteresse wecken

--- **D**rang zum Abschluss erzeugen

---- **A**bschluss erzielen: hier der Klick!

und dann

- **B**eglückwünschen Sie den Ja-Sager zu seinem Entschluss.

