

Struktur Landingpage

Emotion

Ratio

Verknappung

1. Abschnitt
Interessante Headline
Positiv ertappt fühlen lassen: z.B. Geht es Ihnen auch manchmal so, dass...?
Dem Leser das Gefühl geben, dass er verstanden wird.
Was machen wir und warum brauchen Sie das?

2. Abschnitt
Das Problem darstellen, was der Kunde hat (Schmerz verursachen)
Storytelling - kurze persönliche Geschichte, aus der deutlich wird, warum genau Du der richtige bist, um dieses Problem anzugehen?

3. Abschnitt
Vorstellung der Lösung: CNC Fertigung von Werkstücken der entsprechenden Kategorie
Icon-Liste mit Vorteilen dieser Lösung
Wie verbessert diese Lösung das tägliche Geschäft des Kunden?
Call-To-Action

4. Abschnitt
Wir bieten genau die Lösung an!
Logische Argumente
Wenn möglich, Beweise wie z.B. positive Kundenmeinungen,
wichtig: mit einer Garantie arbeiten: z.B. Qualitätsgarantie
Darstellen, warum für den Kunden viel, viel teurer wird, wenn er auf diese gute Lösung verzichtet.

5. Abschnitt
Hier Bilder ggf. von Maschine / Werkstücken

6. Abschnitt
Sie haben kaum Zeitaufwand (Prozess aufzeigen)
1. 2. 3. 4. 5.
Call to Action ggf. mit einer Begründung, warum es logisch ist, jetzt den nächsten Schritt zu gehen
Call-To-Action

7. Abschnitt
Vorstellung des Teams

8. letzter Call-to-Action
Erklärung, warum es keine gute Idee ist, die Entscheidung noch länger aufzuschieben
(Das aktuelle Problem des Kunden könnte für immer so bleiben wie es jetzt ist)
ggf. mit einer ehrlichen Verknappung arbeiten:
z.B. Unsere Kapazitäten sind begrenzt
wir können immer nur eine bestimmte Anzahl Aufträgen gleichzeitig durchführen etc.
Call-To-Action

Header ggf. mit
eindrucksvollem Bild im
Hintergrund

Links zu den 4 Kategorien

Bilder können ggf. auch
schon vorher beim Text mit
dazu angeordnet sein

Abschnitt kann ggf.
weggelassen werden,
falls es keinen Sinn
ergibt

Fußzeile mit Links zu
den Rechtstexten