

Homepage vs. Landingpage

Lernziel: Nach diesem Modul können Sie Homepage und Landingpage strategisch unterscheiden, Intent- und Message-Match-Schwächen Ihrer Kampagnen erkennen und mit einer einfachen Cost-per-Lead-Rechnung entscheiden, wann eine dedizierte Landingpage den besseren ROI liefert.

Key Takeaways

- Prüfen Sie für jede Kampagne, ob das Angebot auf der Zielseite sofort erkennbar ist.
- Reduzieren Sie Ablenkungen auf der Landingpage auf ein Minimum.
- Testen Sie Homepage gegen Landingpage, wenn das Budget es erlaubt.
- Homepage dient der Navigation, Landingpage der Konversion.
- Attention Ratio, Message-Match und Intent-Match steuern Conversion.
- Jeder Kanal hat eine eigene Temperatur, die die Seite widerspiegeln muss.

Framework-Schritte

1. Ziel definieren
2. Seitentyp wählen
3. Match prüfen
4. Conversion messen
5. Ad-Text
6. Headline prüfen
7. Bild abstimmen

Kernpunkte im Überblick

RELEVANCE

Was das für Ihren Ad-Budget bedeutet

Jeder bezahlte Besucher kostet Geld. Wenn die Seite nicht zum Angebot passt, springt er zurück.

CONCEPT

Die Homepage ist ein Eingangstor, kein Verkäufer

Die Homepage muss viele Ziele gleichzeitig bedienen: Navigation, Markenimage, Sortiment, Karriere, Support.

Eine Landingpage ist für eine einzige Kampagne oder ein Angebot gebaut.

besser

Der Attention Ratio beschreibt das Verhältnis zwischen möglichen Aktionen und dem einen gewünschten Ziel.

CONCEPT

Message-Match: das Versprechen einlösen

Überschrift, Bild und CTA der Landingpage müssen zum Anzeigentext passen.

CONCEPT

Conversion Scent: der rote Faden von Ad bis Button

Conversion Scent bedeutet, dass Farbe, Wording, Angebot und visuelle Sprache auf der gesamten Reise konsistent bleiben.

Entscheidungsmatrix

Wenn...	Dann...
Bezahlter Traffic mit einem konkreten Angebot	fast immer Landingpage.
Marken- oder Wiedergewinnungs-Kampagnen	Homepage kann ausreichen.

So nutzen Sie dieses Job-Aid: Nutzen Sie es als Kurzreferenz, bevor Sie eine Kampagne, ein Audit oder eine Strategieentscheidung anpacken. Die Takeaways und die Entscheidungsmatrix helfen Ihnen, schnell den Fokus zu setzen und typische Fehler zu vermeiden.