

Ihr Kampagnen-Seitenauswahl-Audit

⌚ ca. 20 Min.

Modul: Homepage vs. Landingpage

Typ: mini-audit

Aufgabe: Wählen Sie Ihre drei teuersten bezahlten Kampagnen des letzten Monats. Notieren Sie für jede: Ad-Text, Zielseite, Anzahl sichtbarer Klickziele auf der Zielseite, Score für Message-Match und Intent-Match von eins bis fünf. Identifizieren Sie die Kampagne mit dem größten Mismatch und formulieren Sie in zwei Sätzen, welcher Seitentyp oder welche Änderung den größten ROI-Impact hätte.

Ihr Audit-Ergebnis

Kampagne	Ad-Text / Versprechen	Zielseite	Klickziele	Match- Score 1–5	ROI-Impact

Größter Mismatch & geplante Änderung

Nächste drei Aktionen

☐☐☐

1. Wohin führt Ihre derzeit teuerste bezahlte Kampagne — auf die Homepage mit vielen Klickzielen oder auf eine speziell gebaute Landingpage?

2. Zählen Sie für eine laufende Kampagne alle Klickziele der Zielseite, die vom Hauptziel ablenken, und bewerten Sie Message- und Intent-Match.

3. Rechnen Sie nach: Wie viele zusätzliche Leads brächte bei gleichem Ad-Budget ein niedrigerer Cost-per-Lead durch eine dedizierte Landingpage?

So nutzen Sie dieses Worksheet: Drucken Sie es aus oder bearbeiten Sie es digital. Füllen Sie die Felder direkt während oder nach dem Modul aus. So überführen Sie Theorie in konkrete Maßnahmen für Ihren Shop.