

Whitepaper: De perfecte *landingspagina*



De perfecte *landingspagina*

Het gebruik van aparte landingspagina's op je website kan de verkoop van je dienst of product een boost geven. Het optimaliseren van een landingspagina kan de conversie enorm verhogen. In deze whitepaper geven wij je 20 tips hoe je een landingspagina kunt optimaliseren.

Wat is een landingspagina?

Een landingspagina is een pagina binnen je website waarnaar verwezen wordt vanuit andere media. Na aanleiding van een on- of offline campagne of zoekopdracht komen bezoekers op deze specifieke webpagina terecht. De pagina waarop bezoekers landen noemt men de landingspagina.

Zorg voor een strak en overzichtelijk design

Hoe eerder en makkelijker een bezoeker ziet wat je aanbied, des te eerder deze converteert. Klinkt logisch toch? Echter zal het je verbazen hoeveel bedrijven dit niet effectief ten uitvoer brengen. De onderstaande tips helpen je om een strak en overzichtelijk design te hanteren.

1. Zorg voor overzicht

Plaats niet teveel info op de website. Afbeeldingen kunnen zorgen voor afleiding. Voorkom dat een bezoeker een pagina wegklikt, omdat het niet duidelijk is wat de doelstelling is.

2. Opsommingen

Bezoekers lezen vaak niet alle tekst. Zorg ervoor dat de voordelen van een product en/of dienst worden opgesomd. Zo is direct duidelijk wat er wordt aangeboden.

3. Witruimtes

Maak gebruik van witruimtes tussen titels, teksten en opsommingen. Dit zorgt niet alleen voor rust, maar trekt ook de aandacht naar de 'call to action'.

4. Afbeeldingen

Een foto zegt meer dan duizend woorden. Foto's worden het meest gedeeld of geliked via social media websites. Zorg dus voor duidelijke foto's op de landingspagina. Hoe eerder een bezoeker weet wat het aanbod is, des te eerder er tot aankoop wordt overgegaan.

5. Gebruik van kleuren

Het gebruik van kleur is van essentieel belang. Gebruik complementaire kleuren. Dit zijn kleuren die kunnen vloeken, denk aan geel, paars, groen en rood. Deze kleuren staan tegenover elkaar in de kleurencirkel. Deze kleuren zijn contrasterend, maar versterken elkaar. Zorg dat de 'call to action' een contrasterende kleur krijgt. Zo valt deze binnen de pagina goed op.



De kleurencirkel van Itten met daarin de primaire-, secundaire- en tertiaire kleuren.

6. Voorkom scrollen

Zorg ervoor dat de 'call to action', formulieren en voordelen van een product en/of dienst boven de fold staan. In andere woorden: zorg ervoor dat alle belangrijke informatie direct zichtbaar is zonder dat een gebruiker hoeft te scrollen. Uit onderzoek blijkt dat bezoekers niet scrollen, tenzij er echt interesse is.

7. De 5 seconden regel

Ja het is waar, "de 5 seconden regel" geldt ook voor de landingspaginas. Er zijn ongeveer 5 seconden om de aandacht van een bezoeker te trekken. Indien in die tijd niet duidelijk is wat de doelstelling is, is de kans groot dat je deze bezoeker verliest.

Marketing op je landingspagina

Je landingspagina is de basis van je online campagne en is de plek waarop bezoekers vanuit online advertenties, social mediakanalen en mailings op terecht komen. Met de onderstaande tips kan de marketing op je landingspagina verbeterd worden.

8. Call to action

De 'call to action' dient een prominente plek op de pagina te krijgen. Houd de tekst kort in buttons. Denk aan: 'Koop nu', 'Bestel', 'Meer info' of 'Boek'. Zorg ook hier voor contrasterende kleuren.

9. Voordelen ten opzichte van de concurrent

Laat duidelijk en overzichtelijk de USP's van jouw organisatie naar voren komen. Zo wordt het onderscheid ten opzichte van de concurrentie meer benadrukt.

10. Creëer tijdsdruk

Maak gebruik van een tijdsdruk door bijvoorbeeld aan te geven hoeveel er nog op voorraad is. Andere manieren zijn: 'Nog maar 2 dagen resterend', 'Beperkte voorraad' of 'Mis deze deal niet'.



Elke dag nieuwe deals - voor ieder budget!

Geen reserveringskosten • Bespaar geld! • [We bieden dezelfde prijs](#)



1.111.676 accommodaties over de hele wereld

Inclusief 564.943 vakantiewoningen in 102.484 bestemmingen in 226 landen en gebieden



Wijzig uw boeking, wanneer u maar wilt

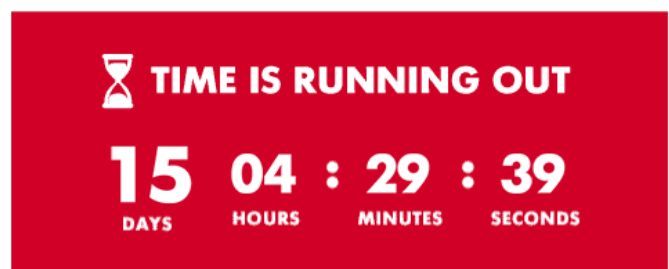
U kunt [wijzigingen aanbrengen](#), [een verzoek sturen naar de accommodatie of annuleren](#) met slechts een paar kliks.



Al 10 jaar lang betrouwbare beoordelingen

Echte gasten. Echte verblijven. [Echte meningen helpen u bij het maken van de juiste keuze.](#)

Voorbeeld van 'unique selling points'. [Foto] Geraadpleegd van Booking.com.



Voorbeeld van tijdsdruk. [Foto] Geraadpleegd van Lenscrafters.com.

11. What is in it for me?

Laat aan je bezoeker zien wat de voor voordelen zijn wanneer er specifiek een dienst of product wordt aangekocht. Vertel bezoekers dat ze het aanbod kunnen mislopen. Je kunt dit doen met tekst of een opsomming, maar zeker ook afbeeldingen kunnen hieraan bijdragen.

12. Ken je product

Wees bewust van wat er verkocht wordt. Stel bij het opstellen de volgende vragen:

- *'Welk probleem lost jouw product of dienst op?'*
- *'Wat zijn de voordelen voor jouw klant? Waarom zou hij of zij dit moeten aanschaffen?'*
- *'Wat zijn de kenmerken van je campagne?'*

13. Ken de klant en bezoeker

Doe onderzoek naar de doelgroep. Gaat het om mannen of vrouwen? Wat is de leeftijdscategorie? En wat is kenmerkend voor deze specifieke groep? Hoe inzichtelijker de doelgroep, des te beter hierop ingespeeld kan worden.

14. Weet wie de concurrent is

Bekijk je directe concurrentie en doe een analyse/onderzoek naar de landingspagina die het bedrijf gebruikt. Wat zijn de sterke en minder sterke punten? En hoe kan dat beter?

Wees consistent en creëer vertrouwen

Maak duidelijk wie of wat je bent en wees transparant in datgene wat je aanbiedt, dat zorgt voor vertrouwen. De onderstaande tips helpen je om consistent te zijn en vertrouwen te creëren:

15. Contactinformatie

Plaats duidelijk een telefoonnummer, social media buttons en de adresgegevens door middel van een kaart (Google Maps). Het tonen van deze gegevens wekt vertrouwen en kan een bezoeker eerder over halen om een aankoop te doen.

16. Maak waar wat je beloofd

Beloof niet meer dan dat je daadwerkelijk kan leveren. Vertel duidelijk wat je klant krijgt en houd je hieraan. Er kan altijd nog een 'extraatje' worden weggegeven.

17. Laat een gezicht zien

Meerdere onderzoeken hebben uitgewezen dat je meer vertrouwen wekt, wanneer je een gezicht laat zien van iemand die lacht. Ga voor een persoonlijke benadering. Toon foto's van het personeel/team. Daarnaast biedt het tonen van bestaande klanten in de vorm van een testimonial ook een plus.

18. Bepaal de grootte van je formulier

Vraag niet teveel informatie. Een lang formulier schrikt af, wat leidt tot minder conversies. Vraag dus alleen het noodzakelijke. Een naam en een e-mail adres kunnen al voldoende zijn.

19. Gebruik van de juiste woorden in je paginatitel

Maak duidelijk aan zoekmachines (Google) waar de landingspagina over gaat. Dit doe je door een goed balans te vinden tussen de tekst op de pagina, je paginatitel en je zoekwoorden. Een goede landingspagina bestaat uit 300 - 400 woorden. Gebruik voor de titel ongeveer 65 tekens (inclusief spaties). Zet het belangrijkste zoekwoorden vooraan, maar zorg wel dat het een lopende zin is. Het is namelijk niet de bedoeling dat de title tag een opsomming van zoekwoorden is.

20. Laat social media deel buttons zien

Google geeft voorkeur aan landingspagina's die ook op social media veel gedeeld of geliked worden. Zorg ervoor dat de social media buttons een prominente plek op de pagina krijgen, bezoekers moeten er niet naar hoeven zoeken.



Voorbeeld van social media deel buttons. [Foto] Geraadpleegd van jqueryscript.net

Ga actief met deze tips aan de slag om je landingspagina te verbeteren. Op deze manier kun je het meeste uit je landingspagina halen!

Hulp nodig bij de implementatie van de tips?

Neem gerust contact met op. Wij helpen je graag!



Ook het beste uit je online marketing halen?

eFuture is een gedreven online marketing organisatie. Met proactieve en persoonlijke begeleiding, helpen wij bedrijven met vraagstukken op het gebied van E-mailmarketing, Search Engine Marketing, Website Optimalisatie, Social Media Marketing en Online Viral Campagnes. Met ons in huis ontwikkelde e-mailmarketing platform eFuture Engine verzenden wij dagelijks miljoenen e-mailnieuwsbrieven en servicen wij onze klanten met succes.

Neem contact met ons op via **info@efuture.nl** of **+31 (0)35 531 1115**

www.efuture.nl