

Sjekkliste for optimale landingssider

Finn de viktigste kampanjesider og gå igjennom denne sjekklisten sammen med kunden.

Svar ja eller nei, sett kryss.		Ja	Nei
1	Den primære overskriften på destinasjonssiden samsvarer med den annonsen som besøkende klikket for å komme dit.		
2	Primære oppfordring til handling (CTA) er stor (større enn andre element) og plassert over folden (synlig på skjermen, også små skjermer).		
3	Det benyttes retningsbestemte signaler for å rette oppmerksomheten mot CTA (piler eller bilder / videoer av folk på jakt eller peker på knappen).		
4	For leadgenereringsskjemaer der CTA er under folden (f.eks. på grunn av en lang form) – er det retningsbestemt cue punkt nedover siden til knappen.		
5	Destinasjonsiden har et enkelt formål og dermed en enkelt fokusert melding.		
6	Kongruens: Hvert element på siden bør være på linje konseptuelt med temaet og målet med siden.		
7	Det er en enkelt tydelig illustrasjon av produkt / tjeneste som brukes i sammenheng.		
8	Det benyttes video.(kan forbedre konverteringen med opptil 80 %.)		
9	Det er redigert og fjernet unødvendig innhold. Man er konsis.		
10	Den benyttes ekte tilbakemelding for autenticitet.		
11	Det vises sosiale bevis via indikatorer på din sosiale status. (mange likes, venner osv.)		
12	Nye ideer testes ved hjelp av A / B-testing. Lar kundene bestemme hvilket budskap som fungerer best for dem.		
13	Det gis gratis prøve. Prøv-før-du-kjøper er en standard og forventet funksjon. (gjelder ikke finansielle tjenester)		
14	Det gis en garanti for å redusere / fjerne risiko.		
15	Det inkluderes partner co-branding å øke tilliten til organisasjonen.		
16	Tekster forenkles med bullets.		
17	Man viser man er stolt av produktet.		
18	Det segmenteres på trafikk-kilder. PPC, e-post, sosiale medier, organisk og banner trafikk sendes til egne destinasjonssider for bedre match og målbarhet.		
19	Det segmenteres på brukere: Epostlister med medlemmer, ikke medlemmer produktreferanser, alder og kjønn som sendes til ulike landingssider.		
20	Det vises telefonnummeret til organisasjonen eller bedre enda, en kontaktperson, slik at folk vet at du er ekte og kan kommunisere personlig.		