



konversions**KRAFT**



7-EBENEN CHECKLISTE FÜR MOBILE LANDING PAGES

33 Optimierungstipps



Mobile Optimierungs-Tipps für mehr Relevanz

- Mach Dir klar, in welchen Situationen Deine Zielgruppe Dein Produkt / Dienstleistung braucht?
- Frage Dich: Wie erreiche ich Relevanz? Zeitlich und problemlösend? Räumlich und problemlösend?
- Setze Location Based Services ein. Damit können gerätespezifische Informationen unterwegs perfekt genutzt werden.
- Ermögliche einen schnellen Zugang zu Produkten / Dienstleistungen.
- Biete auf der Produktdetailseite einen Quick-Buy bspw. über PayPal an.

Mobile Optimierungs-Tipps für mehr Vertrauen

- Hebe Bewertungen, Gütesiegel und Medienberichte hervor.
- Setze erste Signale, die das Vertrauen stärken, frühestmöglich ein und achte auf ein professionelles Design – auch mobile.
- Authentische Bewertungen mit ausreichend Stimmen überzeugen von der Qualität des Produktes.
- Achte Menschen wecken Vertrauen – seien es zufriedene Kunden (Testimonials) oder Ansprechpartner, die für mich da sind. Vermeide Stockfotos.
- Verwende Testberichte oder Gütesiegel, wenn vorhanden.
- Erreichbarkeit schafft Vertrauen. Gebe eine direkt klickbare Telefonnummer für Rückfragen an.



Mobile Optimierungs-Tipps für mehr Orientierung

- Zeige klar: „Wo bin ich? Wo kann ich als nächstes hin? Was erwartet mich dort?“¹². Gib einen Überblick über die Produktanzahl.
- Filter, Suche und Sortierfunktion verschonen den Nutzer vor endlosen Scroll-Sessions. Sorge dafür, dass sie auch problemlos mobil bedienbar sind.
- Verschiedene Ansichten können für den Besucher hilfreich sein: Eine Galerieansicht zeigt mehr Produkte, eine Listenansicht mehr Informationen.
- Hebe CTAs klar hervor und beschrifte sie eindeutig. Ermögliche mit Click-To-Call den direkten Kontakt per Smartphone, ohne dass der Nutzer die Nummer umständlich abtippen muss.

Mobile Optimierungs-Tipps für mehr Stimulanz

- Appelliere an die Kauflust der Zielgruppe und setze hebe unwiderstehliche Reize hervor (Aktionen, Verknappung, Product-bundles, etc.)
- Halte Versprechen aus den Adwords Anzeigen auf Deiner Landing Page.
- Große und scharfe Grafiken überzeugen das Auge von der Qualität der Ware.
- Auch Icons können über Fonts oder SVG Grafiken scharf dargestellt werden. Dies wirkt hochwertiger als verpixelte Grafiken am HD Display.
- Mit Gesten können Produktbilder oder Slider einfach und in gewohnter Usability des Smartphones genutzt werden. Das macht dem Nutzer Spaß und bietet ein haptisches Erlebnis.
- Hilf dem Nutzer bei der Eingabe der E-Mail Adresse, indem Du ein passendes Keyboard Layout zur Verfügung stellst (input-type = mail)



Mobile Optimierungs-Tipps für mehr Sicherheit

- Gib Nutzern das Gefühl von Kontrolle - welche Fragen könnten aufkommen?
- Nutze den kleinen Bildschirmplatz durch geschickte Positionierung von Trust Elementen, z.B. zwischen den Produkten.
- Nimm dem Nutzer aktiv die Angst, ein Risiko einzugehen.
- Zeige frühzeitig, welche Zahlungsmittel akzeptiert werden.
- Werden persönliche Daten verlangt zeige, dass mit diesen Daten vertraulich umgegangen wird.

Mobile Optimierungs-Tipps für mehr Komfort

- Verwende einfache und fingerfreundliche Bedienelemente, gestalte Checkboxen und Radiobuttons neu. Achte auf ausreichende Abstände, sodass alle Informationen erfasst werden können - Skim, Scan, Read.
- Unterstütze den mobilen Nutzer aktiv bei der Eingabe von Daten, z.B. mit kontextualen Keyboard Layouts und vorausgefüllten Felder (z.B. mit Eingaben aus der Google-Suche).
- Motiviere den Nutzer beim Ausfüllen von Formularen durch positive Bestätigung (korrekte Eingabe; nur noch 2 Schritte etc.).
- Setze einen systemeigenen Spinning Picker (Dropdown) für Datumsauswahl ein.
- Biete Abkürzungen an: Wenn das Ausfüllen zu stressig ist, dann vielleicht doch lieber eine Reminder-Email, um den Prozess später zu beenden, oder eine telefonische Beratung?



Mobile Optimierungs-Tipps für eine bessere Bewertung

- Verschicke mobile Bestätigungsemails.
- Überlege, was der Nutzer nach Erhalt der Email macht: Kann das mobile Ticket auch für passbook gespeichert und genutzt werden?
- Vermeide unnötig große Dateien im Anhang der Email.



Gabriel Beck

Mitglied der Geschäftsleitung

Web Arts AG
Neuer Wall 46
20354 Hamburg

+49 40 60 94 32 661
gabriel.beck@web-arts.com

Mehr Knowhow gibt es im Blog: www.konversionsKRAFT.de

Viel Spaß beim Optimieren!

