

Trainingsprogramm

Kampagnenmanagement



Landingpage

- Headlines und Subheadlines:**
 - **Klarheit:** Fokussiere dich auf eine einfache, klare Botschaft, die das Hauptproblem des Nutzers adressiert.
 - **Visuelle Hierarchie:** Nutze Kontraste und Schriftgrößen, um die Aufmerksamkeit auf die wichtigsten Elemente zu lenken.
- Inhalt:**
 - **Vorteile klar darstellen:** Zeige dem Nutzer, was er von deinem Angebot hat.
 - **Testimonials:** Vertrauensbildende Elemente wie Mitarbeiterfeedback oder Erfolgsgeschichten einfügen.
- Mobile Optimierung:**
 - **Responsives Design:** Sicherstellen, dass die Seite auf allen Geräten perfekt funktioniert.
 - **Ladezeiten optimieren:** Die Ladegeschwindigkeit sollte unter 3 Sekunden liegen.
- Call-to-Action (CTA):**
 - **Handlungsaufforderungen klar formulieren:** Nutze aktive, eindeutige CTAs wie „Jetzt Bewerben“ oder „Mehr erfahren“.

Übung:

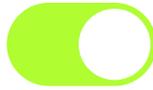
1. Landingpage-Analyse:

Analysiere eine bestehende Landingpage. Bewerte ihre Stärken und Schwächen anhand der Checkliste und mache Verbesserungsvorschläge.



Trainingsprogramm

Kampagnenmanagement



Landingpage

- Ladezeiten:**
 - Ladezeit unter 3 Sekunden sicherstellen durch Bildkomprimierung und Caching.
- Layout und Navigation:**
 - Intuitive, benutzerfreundliche Struktur.
 - Fokussiere dich auf klare und einfache Navigation.
- Ablenkungen minimieren:**
 - Vermeide unnötige Pop-ups oder störende Elemente.
- Headlines und Subheadlines:**
 - Headlines müssen den Nutzernutzen klar kommunizieren.
 - Subheadlines ergänzen und vertiefen die Hauptaussage.
- Visuelle Unterstützung:**
 - Nutze hochwertige Bilder, die den Inhalt verstärken.
 - Kundenbewertungen, Logos und Zertifikate verstärken den Vertrauensfaktor.
- Call-to-Action (CTA):**
 - Der CTA sollte mehrfach auf der Seite erscheinen und sofort ins Auge springen.

Übung:

1. Inhaltserstellung:

Schreibe eine klare Headline, Subheadline und einen kurzen Text für eine Landingpage, die ein Produkt bewirbt. Achte darauf, die Vorteile hervorzuheben und eine klare Handlungsaufforderung zu platzieren.



Trainingsprogramm

Kampagnenmanagement



Optimierung der Kampagne

KPI-Dashboard Beispiel

KPI	Zielwert	Aktueller Wert	Abweichung
Kosten pro Bewerbung	5€	4,50€	-0,50€
Klickrate (CTR)	2%	2,3%	+0,30%
Reichweite	100.000 Personen	95.000 Personen	-5000
Engagement (Likes, Kommentare)	500	550	+50

2. Optimierungsstrategien

- A/B-Tests: Teste verschiedene Versionen von Headlines, Bildern und CTAs.
- Anpassung der Anzeigen: Optimierte kreative Elemente wie Texte und Bilder basierend auf Performance.
- Budgetanpassungen: Verteile das Budget neu, wenn bestimmte Plattformen oder Anzeigen besser performen.



Trainingsprogramm

Kampagnenmanagement



Optimierung der Kampagne

Übung:

1. KPI-Überwachung:

Erstelle ein einfaches KPI-Dashboard und analysiere die Daten. Entwickle auf Basis der Ergebnisse einen Optimierungsplan.

Übung:

1. A/B-Test-Szenario:

Skizziere eine Hypothese für einen A/B-Test, z.B. verschiedene CTA-Texte, und entwickle einen Plan zur Durchführung und Auswertung.

