



Trichter: Conversion Optimierung

Eine Webseite, die den Traffic nicht zu Leads (oder Käufer) konvertiert, verbrennt jeden Tag bares Werbebudget. Optimierte jeden Funnel ("Trichter") bis auf den letzten Millimeter.

1. Die CTA-Infrastruktur

- ☐ **Floating Button aktiv:** Ein schwebender Kontaktbutton (WhatsApp / Anruf / Terminbuchung), der über dem Bild auf Mobil und Desktop in der Ecke beim Scrollen permanent erreichbar ist, ist installiert.
- ☐ **Deutliche Handlungsaufforderung (CTA):** "Senden" auf Kontaktformularen ist eine Katastrophe. Besser: "Jetzt kostenlose Analyse anfordern" oder "Beratung sichern".
- ☐ **Überzeugender Micro-Copy:** Steht unter dem eigentlichen Button ein "Risiko-Umkehr-Wort" (z.B. "100% Unverbindlich" oder "Ohne Zahlungsmittel zu testen"), um die Klick-Hemmschwelle zu senken?

2. Der "Funnel" (Nutzerpfad-Logik)

- ☐ **Keine Sackgassen:** Keine einzige Seite der gesamten Homepage hört jemals in einer "Sackgasse" auf. Am Rand oder Footer wird ihm immer der "nächste sinnvolle Schritt" angeboten.
- ☐ **Lead-Magnete aktiviert:** Besitzen informative Seiten (wie Blogbeiträge) in der Mitte eingebettete Content-Upgrades oder Tool-Downloads, für die der User eine eMail im Tausch abgibt (wie bei diesen Checklisten)?
- ☐ **A/B-Testing Basics geklärt:** Ist ein Tracking hinterlegt, mit dem sich später evaluieren lässt, ob Version A des Formulars oder Version B besser performt?

3. Trust-Building bei der Dateneingabe

- ☐ **Privacy-Verstärker:** Bei jeder E-Mail-Abfrage ist in kleingedruckt unterlegt "Wir hassen Spam genauso wie du. Kein Weiterverkauf deiner Daten." (Massiver Trust-Boost).
- ☐ **Progressive Formulare:** Sind massive Checkouts (z.B. mit 12 Datenfeldern) in kleine Steps ("Multi-Step-Formulare") gestückelt, sodass der User zunächst nur seinen Vornamen gibt? Die kleine Mikro-Verpflichtung führt zu massiv höheren Abschlüssen.

Tipp der Profis: Ein abgebrochenes Kontaktformular ist der größte blinde Fleck vieler Webseiten. Wer Formular Analytics betreibt, sieht genau, bei Feld Nr. 4 im Checkout steigen die Leute aus. Lösche oder vereinfache Feld Nr.4, und dein Umsatz steigt um 30%.