

Social Proof & Trust Elemente

1. Kundenstimmen (Testimonials)

- ☐ Testimonials enthalten Foto, Vorname, Nachname und ideale Rolle/Firma des Kunden (maximiert Glaubwürdigkeit).
- ☐ Bewertungen nennen messbare Ergebnisse (z.B. "30% mehr Leads" statt "Nettes Team").
- ☐ Alle Testimonials sind authentisch und nachweisbar (idealerweise als Video oder direktes Google-Embed).

2. Autoritäts- & Sicherheitssiegel

- ☐ Bekannte Logos von Kunden/Partnern im Bereich "Bekannt aus" / "Partner von" prominent platziert.
- ☐ Zertifikate (TÜV, SSL, Datenschutz-Siegel) direkt in der Nähe von sensiblen Bereichen (Kaufabschluss, Kontaktformular) integriert.

3. Live- & Echtzeit-Daten

- ☐ Kennzahlen (z.B. "Bereits über 500+ betreute Kunden", "3.000 generierte Leads") als Zähler-Element (Counter) integriert.
- ☐ Vorher-/Nachher-Fallstudien (Case Studies) mit klarem Problem und gelöstem Resultat verfügbar.