

Die perfekte Call-to-Action (CTA)

1. Sichtbarkeit & Kontrast

- ☐ Der primäre CTA (z.B. "Jetzt anfragen") sticht durch eine Akzentfarbe massiv vom Rest der Seite ab.
- ☐ Sekundäre CTAs (z.B. "Mehr erfahren") sind optisch zurückhaltender (z.B. Outline-Button oder Textlink) gestaltet.
- ☐ CTAs haben genug Weißraum (Whitespace) um sich herum, um wirken zu können.

2. Wording (Texting) der Buttons

- ☐ Button-Text formuliert den *Wert* der Handlung, nicht den Prozess (z.B. "Sichtbarkeit erhöhen" statt "Hier klicken" oder "Absenden").
- ☐ Nutzen aus der Perspektive des Users formuliert (Ich-Perspektive: "Mein kostenloses Audit anfordern").
- ☐ Reibung minimieren durch Zusatztext knapp unterhalb des Buttons (z.B. "100% kostenlos. Keine Kreditkarte erforderlich.").

3. Platzierung (Placement)

- ☐ CTA ist sofort oben (Above the fold) ohne Scrollen sichtbar.
- ☐ CTA wird am Ende jedes relevanten Textabschnitts (als logischer nächster Schritt) wiederholt.