
10.1. A jó landing page jelentősége

Ha végre közel tökéletesnek érzi az AdWords kampányának beállításait, kellően optimalizáltak a címsorai, a hirdetései, akkor nincs más dolga, mint hogy várja a megrendelőket, vagy hírlevél feliratkozók özönét...

Ez sajnos csak legszebb álmunkban lehet így, a valóságban a jó kampány tényleg a sikeres online marketing egyik alappillére, de mit sem ér, ha nincs meg a másik tartóoszlop, a jó landing page (magyarul talán fogadó oldal, vagy érkezési oldal).

A landing page az az oldala a honlapnak, ahová az AdWords hirdetésre való kattintás után az érdeklődők eljutnak, amivel először találkoznak. Ez lehet egyetlen oldal a honlapon belül, de az sem ritka, hogy egy kampányhoz több landing page-re van szükség, sokszor akár több tucatra is (pl. egy webshop esetében általában ez a helyzet).

Kezdők nagyon gyakori hibája, hogy az érdeklődőket egyszerűen a honlapjuk főoldalára irányítják, amivel végső soron rengeteg pénzt veszítenek a módszer alacsony hatékonysága miatt.

A hirdetéseknek mindig kell, hogy legyen közvetlen céljuk, tipikusan valaminek a megrendelése vagy megvásárlása, hírlevélre való feliratkozás, ingyenes információs anyag letöltése, stb. Mivel ezek jó esetben igencsak konkrét célok, ezért az esetek döntő többségében egy honlap kezdőlapja (főoldala) nem felel meg a kampány landing page-ének.