

✓ Landingspagina checklist

www.thinktomorrow.be

Structuur

- ☐ De pagina in z'n geheel is ontworpen met een duidelijk doel voor ogen, er zit een bepaalde waarde voor de gebruiker achter verscholen.
- ☐ Alle elementen op de pagina hebben een vooropgesteld nut: vermijd zogenaamde 'vullers'.
- ☐ Er is een duidelijke structuur en hiërarchie op de pagina aanwezig.
- ☐ Het logo en de baseline zijn duidelijk zichtbaar als je op de pagina terecht komt.
- ☐ De landingspagina bevat een prominente USP, die helder is voor de doelgroep.
- ☐ Er is één primaire Call-To-Value aanwezig op de pagina.
- ☐ Er is een duidelijk antwoord geformuleerd op de probleemstelling.
- ☐ De copy spoort gebruikers aan tot actie en informeert voldoende.
- ☐ De teksten bevatten vetgedrukte woorden die de pagina scanbaar maken.
- ☐ Er zijn zo weinig mogelijk 'uitgaande hyperlinks' gebruikt.

Inhoud

- ☐ Er zijn voldoende visuele ondersteuningen die de aandacht trekken (opsommingstekens, een pijl naar een knop, emoji's...).
- ☐ De pagina bevat enkel ondersteunende visuals: die de focus van de copy niet wegnemen dus.
- ☐ De visuals die wél opvallen bevatten een duidelijke boodschap en zijn niet storend
- ☐ Er zijn, indien beschikbaar, 'social proof' en 'trust icons' aanwezig, zodat mensen je vertrouwen.
Social proof = een testimonial, reviews, logo's van huidige samenwerkingen ...
- ☐ De teksten zijn geschreven vanuit het standpunt van de gebruiker (je/jouw-vorm).
- ☐ De inhoud is zoveel mogelijk op maat van je persona('s) afgestemd.
- ☐ Al de contactgegevens van je bedrijf/dienst zijn prominent aanwezig.
- ☐ Het design is in lijn met je huisstijl.
- ☐ De tone of voice is in lijn met die van je bedrijf/dienst.
- ☐ Er is een pagina met je privacy beleid aanwezig.

Analyse

- ☐ De opgestelde formulieren vragen slechts naar het minimum aan informatie.
- ☐ Ieder formulier bevat na indienen een bedankt-boodschap die de gebruiker informeert over de volgende stappen.
Evt. opvolging voorzien via e-mail
- ☐ De integratie tussen de/het formulier(en) en je CRM staan op punt.
- ☐ De nodige remarketing pixels zijn ingesteld.
- ☐ Eventuele heatmap-tracking is ingesteld.
- ☐ De laadtijd van de pagina is razendsnel op een 3G-netwerk.
- ☐ Je hebt A/B-getest met verschillende lengtes van tekst.
- ☐ Je hebt A/B-getest met verschillende pagina-opbouw.
- ☐ Iedere afbeelding bevat een alt-tekst.