

Optimierungstipps für erfolgreiche Call-to-Actions

Sie möchten Ihre Call-to-Actions gezielt verbessern? Die folgenden Empfehlungen zeigen Ihnen, worauf Sie bei der Gestaltung, Platzierung und Formulierung Ihrer Handlungsaufforderungen achten können. Nutzen Sie die Tipps als Orientierung und prüfen Sie, welche Maßnahmen für Ihre Website sinnvoll sind.

1. Ist sofort erkennbar, welche Handlung nach dem Klick erfolgt?

Tipp:

Formulieren Sie Ihren Call-to-Action so, dass direkt erkennbar ist, welche Handlung nach dem Klick erfolgt. Verwenden Sie konkrete Beschriftungen wie „Termin vereinbaren“ oder „Angebot anfordern“.

2. Wird der Nutzen für den Besucher deutlich kommuniziert?

Tipp:

Machen Sie deutlich, welchen konkreten Vorteil die gewünschte Handlung bietet. Besucher sollten möglichst schnell verstehen, was sie nach dem Klick erwartet.

3. Hebt sich der Call-to-Action optisch vom restlichen Inhalt ab?

Tipp:

Gestalten Sie wichtige Call-to-Actions so, dass sie schnell erkannt werden können. Achten Sie auf ausreichenden Kontrast, Freiraum und eine klare visuelle Hervorhebung.

4. Ist der Call-to-Action an einer sinnvollen Stelle platziert?

Tipp:

Platzieren Sie den CTA dort, wo Besucher bereit für die nächste Handlung sind. Nach einer relevanten Information sollte der passende nächste Schritt leicht erreichbar sein.

5. Gibt es pro Seite einen klaren Haupt-Call-to-Action?

Tipp:

Legen Sie für jede wichtige Seite eine zentrale gewünschte Handlung fest. Weitere Aktionen können vorhanden sein, sollten aber nicht mit dem Hauptziel konkurrieren.

6. Vermeiden Sie unklare Begriffe wie „Hier klicken“ oder „Mehr erfahren“?

Tipp:

Verwenden Sie möglichst konkrete Button- und Linktexte. Besucher sollten anhand der Beschriftung verstehen können, wohin der Klick führt oder welche Aktion ausgelöst wird.

7. Führt der Call-to-Action genau zu der Seite, die Besucher erwarten?

Tipp:

Überprüfen Sie die Zielseite jedes CTAs. Der Inhalt nach dem Klick sollte genau die Erwartung erfüllen, die durch die Beschriftung des Buttons entstanden ist.

Quellen:

- Nielsen Norman Group: Better Link Labels: 4Ss for Encouraging Clicks
- Nielsen Norman Group: UX Writing FAQs from Practitioners