

DE ULTIEME LANDINGSPAGINA

Een landingspagina is een webpagina die ontworpen is met als doel bezoekers te laten 'landen' nadat ze op een link hebben geklikt, meestal vanuit een zoekresultaat of advertentie.

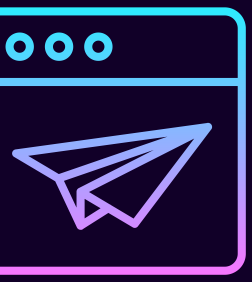
Het is verstandig om van je belangrijkste dienstenpagina's landingspagina's te maken!

Ik heb een ultieme landingspagina gebouwd, waarvan de structuur en inhoud voldoet aan alle algoritmische en psychologische onlinemarketing eisen. Op deze manier is de landingspagina:

- ✓ *Toekomstbestendig (beter dan AI)*
- ✓ *Geschikt voor het nieuwe algoritme van Google*
- ✓ *Te gebruiken voor je Meta Ads, E-mailmarketing en Google Ads Campagne*
- ✓ *Gebouwd volgens het EEAT-principe*

De landingspagina is gebouwd voor een fictief bedrijf.
De dienst die centraal staat: '**En interieuradvies op maat'**.

Bekijk hem hier live: **https://zizonu.nl/interieur-advies/**



Aan de hand van dit voorbeeld en de uitleg in deze sheets kun je van jouw webpagina ook een ultieme landingspagina maken! Het maakt niet uit in welke branche je actief bent, een landingspagina is altijd belangrijk voor elke soort campagne!

DE KRACHT VAN EEN PERFECTE LANDINGSPAGINA

Toekomstbestendig (beter dan AI)

Maak content die vernieuwend is ten opzichte van AI gegenereerde content.

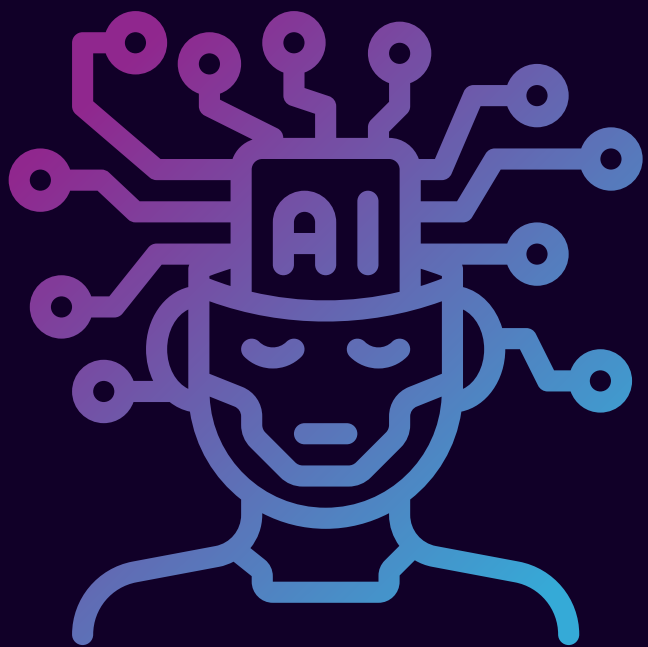
Dus plaats niet alleen maar AI-teksten, maar voeg ook vernieuwende content toe. Zoals **actuele berichten**, **onderzoeken**, **maatschappelijke kwesties**, **nieuwe statistieken**, etc.

Gebruik in de tekst woorden zoals: *'2024 (jaartallen)'*, *'conclusie'*, *'up to date'*, *'verwachting'*, *'trends'*, *'verwacht'*, *'nieuw'*, *etc.*

Maar ook subjectieve termen maken het onderscheid tussen mens en AI, zoals: *'belangrijk'*, *'verschil'*, *'geweldig'*, *'wij vinden'*, *'waardevol'*, *etc.*

Verder doen woorden met een behulpzame betekenis het goed, zoals: *'hulp*, *'in samenwerking'*, *'uitleg'*, *'bedankt'*, *etc.*

En vergeet niet je betrouwbaarheid te benadrukken met woorden zoals: *'garantie'*, *'geen risico'*, *'transparant'* *'beoordeling'*, *'veilig'*, *etc.*



Geschikt voor het nieuwe algoritme van Google

Het geüpgrade AI-algoritme van Google kan (slechte) webpagina's opsporen die niet voldoen aan de eisen om de gebruikerservaring te verbeteren, zoals:

- SEO titels met een slechte zinsopbouw
- AI teksten die niet zijn aangepast
- Verborgen backlinks op partnersites

Maak in plaats daarvan een webpagina die aansluit op de hulpvraag van de bezoeker. Met:

- Duidelijke en logische titels
- Behulpzame content (volgens het EEAT principe)
- Video's of andere informatieve elementen > dit verhoogt de engagement rate (een metric waaraan Google kan zien of jouw content waardevol is.

Te gebruiken voor je Meta Ads, E-mail marketing en Google Ads Campagne

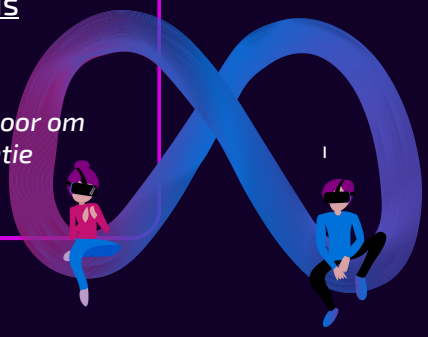
Een landingspagina is ook belangrijk voor al je advertenties. Of je nu een dienst, lead form of giveaway promoot. Je wilt geen geld over de balk gooien met een slechte landingspagina. Sterker nog, voor Google Ads is het zelfs een vereiste om een goede landingspagina te hebben, anders word je niet eens getoond in de resultaten!

De meest gemaakte fout van ondernemers is om een advertentie te koppelen* aan een bestaande webpagina, zoals de homepagina of contactpagina. Maar meestal bevatten dit soort pagina's te veel overbodige of juist te weinig relevante info. Dus dat betekent een slecht presterende advertentie met een lage conversie ratio.

Maak dus een aparte landingspagina! Dat kan een nieuwe pagina zijn of je breidt een huidige dienstenpagina uit (tot landingspagina).

De opmaak van mijn ultieme landingspagina is volledig geoptimaliseerd en te gebruiken voor een Meta Ads, e-mailmarketing of Google Ads campagne.

** Wanneer je een advertentie maakt (bijvoorbeeld via Instagram), kies er dan voor om mensen op jouw landingspagina te laten komen, wanneer ze op jouw advertentie klikken.*

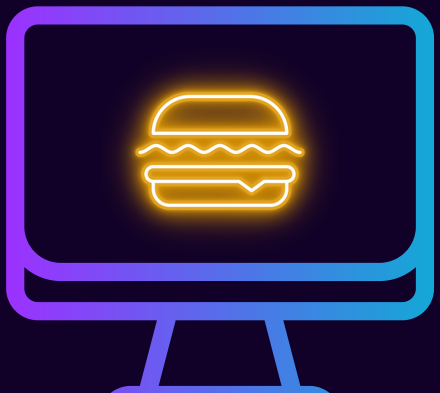


Het E-E-A-T Principe

Het E-E-A-T principe is de nieuwe manier van content maken en erg belangrijk om je content menselijk, gebruiksvriendelijk en dus toekomstbestendig te maken. Je content moet dan bestaan uit de volgende onderdelen:

Experience (Ervaring)
Expertise (Expertise)
Authoritativeness (Autoriteit)
Trustworthiness (Betrouwbaarheid)

- **Ervaring:** Laat zien hoeveel jaar ervaring je hebt binnen de branche, of plaats reviews op je webpagina.
- **Expertise:** Heb je veel kennis over het onderwerp? Maak daar dan content over. Laat dit zien door bronnen, namen, instituten, wetenschappelijke artikelen, certificaten, kwalificaties, statistieken etc. te vermelden. Ook kun je hier met een korte uitlegvideo goed op inspelen.
- **Autoriteit:** Ben jij of is jouw bedrijf een erkende autoriteit in het vakgebied? Toon dit dan aan door benoemingen (door andere experts) of reviews, quotes, links naar publicaties of partnersites op jouw landingspagina. Ook backlinks van andere sites helpen je autoriteit te verhogen!
- **Vertrouwen:** Is de website betrouwbaar en te vertrouwen? Laat zien dat je transparant bent door verschillende contact mogelijkheden, veiligheid, garantie en toegankelijkheid te bieden. Misschien ben je aangesloten bij een keurmerk? Toon dit dat. Uiteraard is het ook belangrijk om iets over jezelf en je achtergrond te vertellen.



EN DAN NU DE INHOUD

We passen de theorie toe en leggen dit uit aan de hand van een perfecte landingspagina :)

De paginatitel
- Gebruik zoekwoorden in een correcte Nederlandse zin.
- Maak daar een <H1> title tag van.
- H1 slechts 1 keer op de pagina gebruiken!
- Plaats deze zo hoog mogelijk op de pagina.

Visualisatie
- Gebruik foto's/video.
- Rechts uitlijnen, zodat deze vertraagd kan inladen op mobiel.



Subtitel
- Gebruik zoekwoorden.
- Probleem oplossend en waarde biedend.

Call to Action
- Probeer de bezoeker direct over te laten gaan tot actie door een interessante CTA te maken.

Reviews
- Speel direct in op ervaring en betrouwbaarheid door onafhankelijke beoordelingen te laten zien.

Zoekwoorden in subtitels

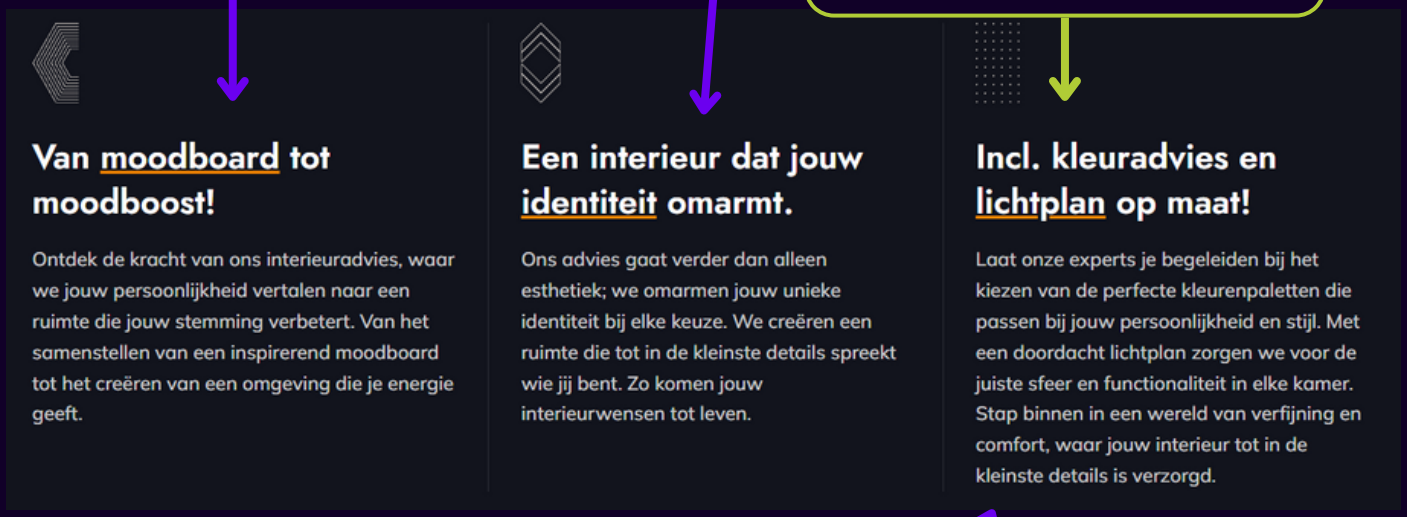
- Zoals: 'Moodboard', 'interieur', 'lichtplan'.

Beschrijf de waarde van je dienst of product

- Zoals: 'het creëren van een omgeving die je energie geeft'.

De waarde in de vorm van een USP (Unique Selling Point)

- Wat bied jij aan en de concurrent niet..



Concrete features

- Wees niet te zweverig, maar geef ook de concrete waarde aan. Dit hoeft niet uniek te zijn ten opzichte van de concurrent, maar je kunt het wel als 'uniek' brengen! *Its all about the presentation!*

Hulp of uitleg video

- Goed voor je expertise en betrouwbaarheid (EEAT).

Nog een keer: zoekwoorden in de koptekksten!!

- Zoals: ‘Wooninspiratie’.



Non-AI tekst

- Maak je tekst toekomstbestendig!
- Gebruik woorden zoals: ‘Hulp’, ‘Studies’, ‘Nog vragen?’.
- Ook goed voor je expertise, autoriteit en betrouwbaarheid (EEAT).

Meer tekst / werkwijze

- Voorkom lange teksten (zoals hier over de werkwijze). Plaats deze onder een ‘Lees meer’ knop.

Werkwijze

- Beschrijf in transparante stappen hoe je te werk gaat!
- Dit is namelijk goed voor je expertise en betrouwbaarheid (EEAT).

Wanneer je ons afspraken formulier hebt ingevuld gaan we als volgt te werk:

Stap 1. Afspraak inboeken – Nadat je bij ons een interieuradvies afspraak hebt gemaakt nemen wij contact met je op om van tevoren een korte telefonische intake te doen en de benodigdheden door te nemen.

Stap 2. Persoonlijk consult woonstijl – Vervolgens volgt een persoonlijk consult, waarbij we dieper ingaan op jouw wensen en behoeften voor het interieur. Hiervoor komen we uiteraard bij je thuis.

Stap 3. Bekijken woning en bouwtekeningen – We komen bij je langs om je woning te bekijken en de bouwtekeningen te bestuderen, zodat we een goed beeld krijgen van de ruimte. Hierna bespreken we de input voor je nieuwe interieur.

Stap 4. Interieurplan op Maat – Op basis van de intake en de inspectie stellen we een gedetailleerd interieurplan op dat volledig is afgestemd op jouw persoonlijke voorkeuren en de kenmerken van de ruimte. Uiteraard inclusief 3d visualisatie.

Stap 4. Vervolg – Afhankelijk van de implementatie van het interieur advies, kunnen we een vervolg geven aan het plan. Denk hierbij aan: aankoop, inrichting, aankleding, enz. Hierover kunnen we je meer vertellen tijdens de intake.

Laat ons je helpen om van jouw huis een plek te maken die echt bij je past!

Vergeet je zoekwoorden en non-AI woorden niet!

- Zoals: ‘interieurplan op maat’, 'vervolg', 'helpen'.

Benadruk zoekwoorden én extra waarde in het aanbod!

- Dit hoeft geen USP te zijn, als het maar waarde biedt.
- *7up promootte in de jaren 90 hun limoensmaak als een USP, dit terwijl Sprite dezelfde kenmerken had. Dit resulteerde zich in een betere merkperceptie van 7up t.o.v. Sprite.*

Conversie stimulatie

- Zorg ervoor dat bezoekers sneller tot conversie overgaan door bijv. schaarste te creëren.
- Speel in op FOMO.

Ons interieur advies is altijd inclusief een 3D-ontwerp op maat!

Nu: ~~1799,-~~ 1449,– (voor de eerste 10 plekken)

Daar waar andere interieur adviseurs of stylisten het slechts houden op een consult, nemen wij je virtueel mee in je nieuwe woonstijl!

Wat is inbegrepen?

Moodboard interieur

3d visualisatie interieur

Kleuradvies en lichtplan laten maken

Duurzame inkoop tips

In het kader van de huidige energietransitie vinden wij duurzaamheid belangrijk. Door bewuste keuzes te maken bij het inkopen van interieurartikelen kunnen we bijdragen aan een duurzamere en milieuvriendelijkere levensstijl, terwijl we tegelijkertijd een stijlvol en comfortabel huis creëren.

Wij kunnen je exact vertellen hoe je hier mee kunt omgaan. Denk hierbij aan herbruikbare Vintage artikelen, FSC-gecertificeerd hout, gerecycled glas, biologisch katoen, meubels die bestand zijn tegen slijtage, etc.

Uiteraard hebben we hier onze leveranciers voor, waar we een zorgvuldige selectie in hebben gemaakt.

Persoonlijke woonaccessoires

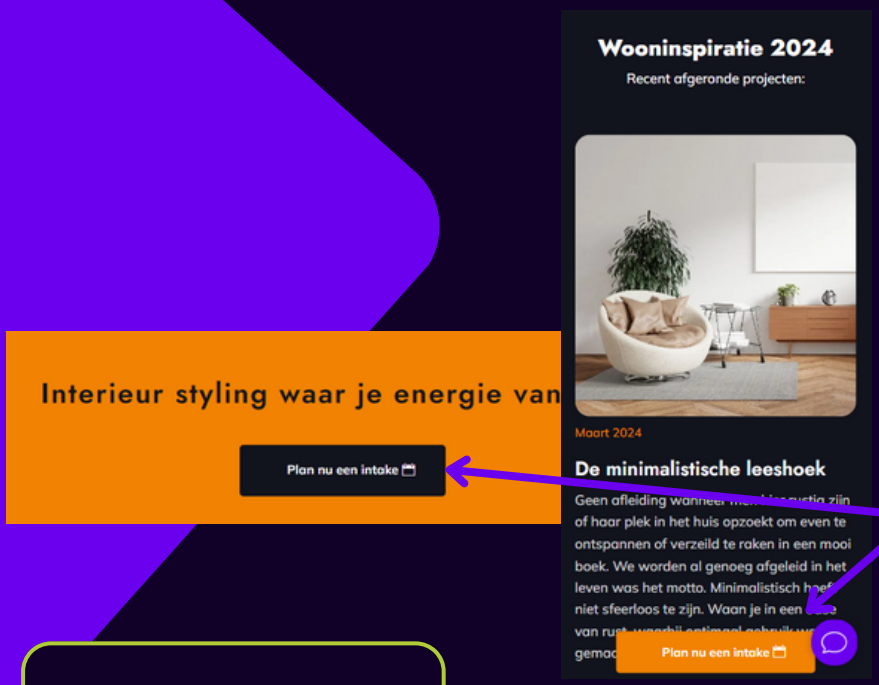


Visualiseer

- Speel in op de aspecten van het EEAT-principe met foto's en/of videografie!

Wederom zoekwoorden en Non-AI woorden

- Elke subtitel bevat zoekwoorden.
- Speel in op actualiteiten, trends en gebruik vernieuwende woorden, zoals dit stukje over 'duurzaamheid'.

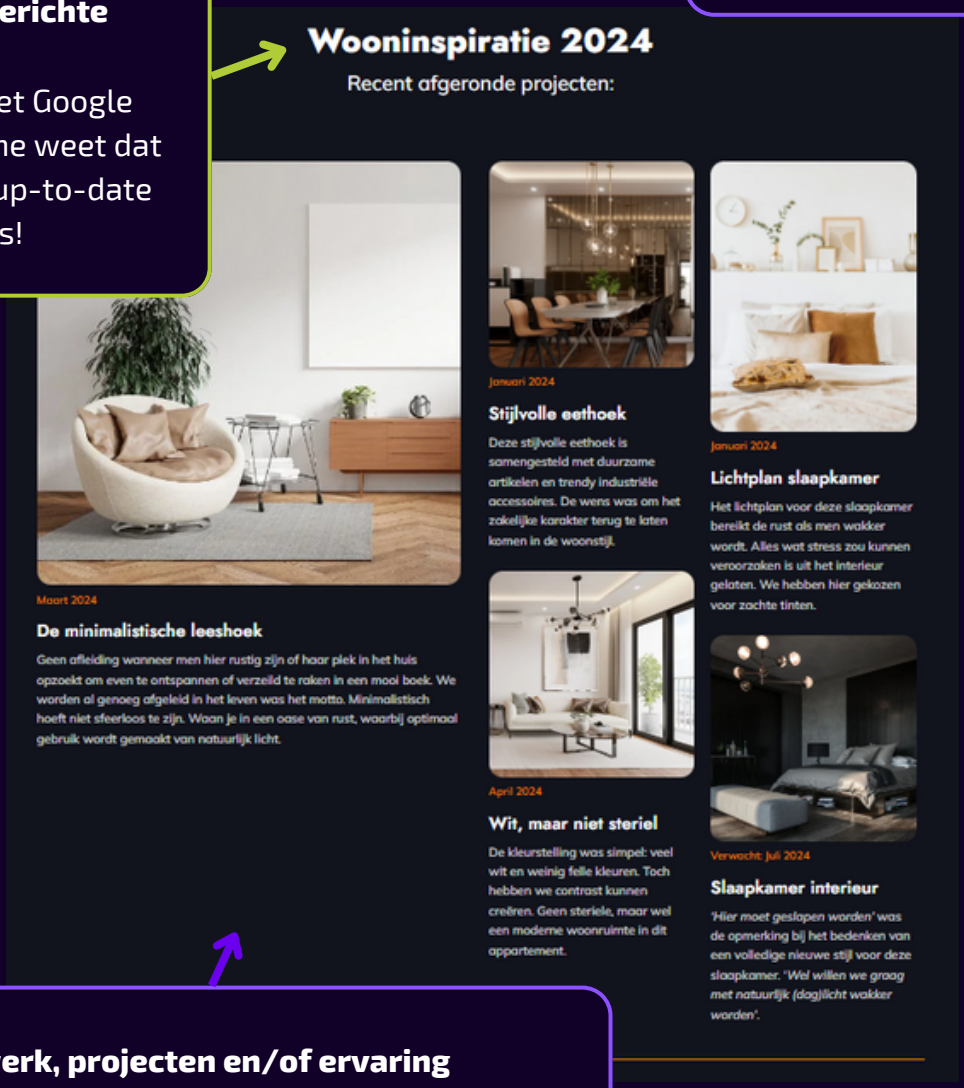


Call to action

- Je wilt nog veel vertellen, maar vergeet niet waar het om gaat > het overzetten tot actie!
- Gebruik op de mobiele variant een CTA knop die onderaan het scherm vastgepind is.

Gebruik jaartallen en woorden met een toekomstgerichte betekenis

- Zodat het Google algoritme weet dat dit een up-to-date pagina is!



Toon je werk, projecten en/of ervaring

- Dit is een heel belangrijk onderdeel, zodat de bezoeker weet wat hij of zij kan verwachten.
- Hiermee speel je in op alle principes van EEAT!

Onafhankelijke aanbevelingen

- Het beste is om een koppeling te maken met Google reviews, Trustpilot, Feedbackcompany o.i.d.
- Zorg ervoor dat de datum van de geplaatste review erbij staat!

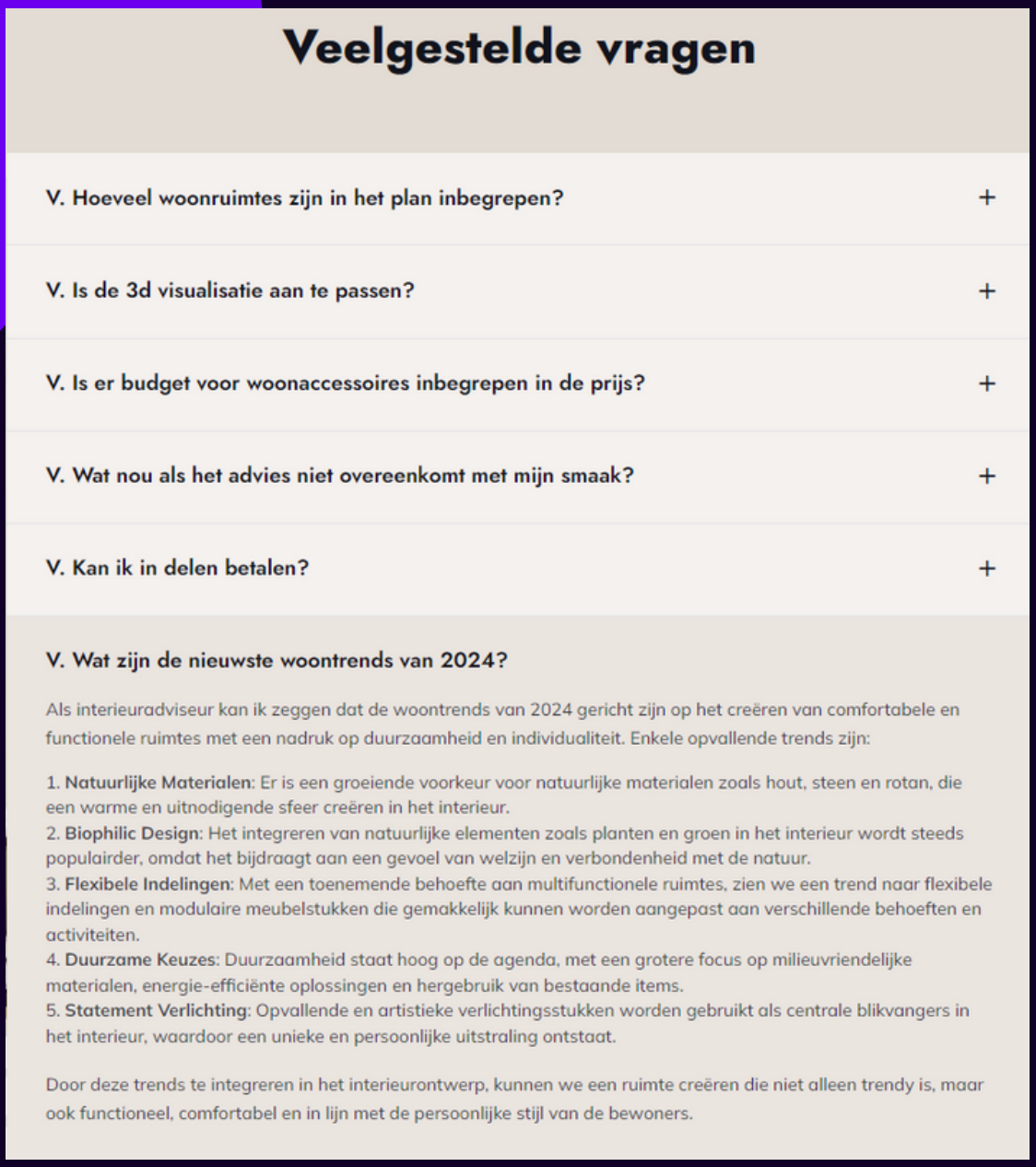
Zoekwoorden in je reviews!!

- Laat jouw klanten zoekwoorden in hun reviews verwerken.
- Goed voor de Google rankings en voor het EEAT principe.



Herkenning zorgt voor erkenning!

- Toon functies of een korte beschrijving van mensen die een review hebben achter gelaten. Zo zorg je voor een stukje herkenbaarheid voor jouw doelgroep!



Een nóg belangrijker onderdeel: Veelgestelde vragen (FAQ)

- Een extra kans om te laten zien dat je behulpzaam bent.
- Een extra kans om twijfel weg te nemen.
- Een extra kans om gerelateerde zoekwoorden te gebruiken.
- Een extra kans om non-AI informatie te verwerken.
- Een extra kans om in te spelen op het EEAT principe!



De action ..

- Uiteraard moet er een contact form, leadform of afsprakenform aanwezig zijn om van de bezoeker een lead te maken!
- Wees laagdrempelig en zorg voor makkelijke invulmogelijkheden.

Stukje 'over mij'

- Biedt weer de mogelijkheid om je ervaring en expertise te benadrukken. Daarbij zorgt dit ook voor een stukje betrouwbaarheid.
- Zorg altijd voor meerdere contactmogelijkheden, zoals in dit geval de social media platforms.

De autoriteit

- De autoriteit komt in veel stukken terug op je landingspagina, maar met links naar (bekende) externe partners (die ook tevens naar jou verwijzen via hun website) kan je de autoriteit van jou of jouw bedrijf nog eens extra onderstrepen!



Footer

- Zorg voor een complete footer, die te vergelijken is met je concurrent.
- Vul deze aan met interessante interne links. Zoals links naar je andere diensten, zodat je de verkeerde bezoekers toch nog naar de juiste pagina kan begeleiden.
- Zorg ook voor externe links (zoals een link naar je Google Bedrijfsprofiel) en eventueel links naar partnersites of keurmerken.
- Zo speel je ook weer in op het stukje betrouwbaarheid van je bedrijf.

DE COMPLETE LANDINGSPAGINA

Hier zie je nog een afbeelding van de complete landingspagina.

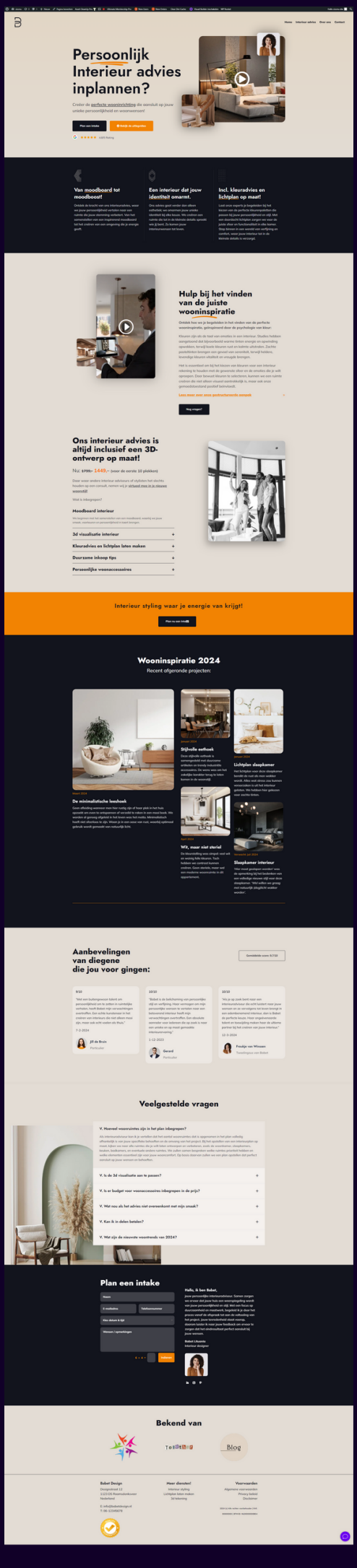
Ook kun je hem live bekijken via deze link:

https://zizonu.nl/interieur-advies/

BEKIJK LIVE

Nu je alles weet over de inhoud en structuur van de landingspagina kan je beginnen met het maken of aanpassen van je eigen pagina.

Veel succes!



MEER ONLINE MARKETING TOOLS EN TIPS?



VERGEET ME NIET TE VOLGEN OP INSTAGRAM

@ZIZONU.NL

Volgen