

Call-to-action

Eines der wichtigsten Elemente in der online Werbung ist die «Aufforderung zum Handeln», der Call-to-action Button. Ohne dieses Element kann man sich die online Werbung eigentlich auch sparen.

Uns kommt beim «**Wieso?**» immer die Geschichte von Alice im Wunderland in den Sinn. Kennst du die? Es gibt doch die Szene, wo Alice durch das Kaninchenloch purzelt. Sie landet in einem Raum, wo die Tür zu klein ist, dass sie dadurch den Raum verlassen könnte. Dann entdeckt sie die Flasche, auf der steht «Trink mich». Eine kurze, klare Aufforderung. Und was macht Alice? Sie trinkt!

Definition:

Call-to-Action (kurz: CTA) bezeichnet die strategische Platzierung eines **Buttons** innerhalb eines Marketing-Prozesses. Dieser Button soll die Nutzer zu einer Handlung motivieren. Eine gewünschte Handlung wäre z.B. die Registrierung zum Newsletter o.ä. oder ein Kaufentscheid.

Verschiedene Arten von CTA:

- E-Mail-Anmeldung (Registrierung oder Login)
- Richtungsweiser (Hilfe, sich schneller zurechtzufinden)
- Onsite-Action (Nutzer zu einer Aktion verleiten)
- Engagement (User zu einem Kommentar, Review oder Like bewegen)
- Share-Button (Teilen via Social Media)

Wie soll ein CTA aussehen?

- Farblich **abgehoben**, aber passend
- soll auffallen (**blinken** und **bewegen**)
- Grösse im Verhältnis zum Rest der online-Werbung – genügend Gross, dass er gesehen wird, nicht zu gross, dass man den Rest der Werbung nicht mehr beachtet.
- Für Mobile immer **genug gross**, dass es klickbar ist!
- **Sichtbar** und an sinnvoller Stelle platziert
- Wirksame Formulierung = aktive Verben benutzen, Dringlichkeit vermitteln, neugierig machender Text
- Kurz, maximal 1 Satz auf einer Zeile



ZUM SHOP



VIDEO ANSCHAUEN

JETZT TEILEN



Suche starten



JETZT MEHR ERFAHREN

HERUNTERLADEN



KONTAKTIERE UNS



Kontakt: info@hahn-media.ch oder +41 44 515 90 40