

# Willkommen!

Webinar: Effektive Handlungsaufrufe  
für eure Webseite

**16. April 2020**



allcodesarebeautiful  
Design & Kommunikation

# Eure Speakerin



**Hannah Magin**  
*UX-Allrounderin*

ACB. Agentur für Design & Kommunikation  
[allcodesarebeautiful.com](https://allcodesarebeautiful.com)

# Vorab ;)

- Bitte Mikrofone stumm schalten in den Input-Teilen
- Fragen bitte in den vorgesehenen Diskussionsteilen stellen
- Redner\*innen-Liste: Handheben, dann kommt ihr auf die Liste
- Wir arbeiten teilweise in Partnerübungen im Breakout-Room

# Call-To-Action

# Was sind Call-To-Actions?

Ein Call-To-Action (CTA) ist eine **Handlungsaufforderung**, oft in Form einer Text-Botschaft in Verbindung mit einem Button.

Beispiel:

**Willst du wissen, wie es hier  
im Webinar weiter geht?**

Gehöre zu 40 kleinen und großen NGOs,  
die ihr Wissen vertiefen!

**Ich will zur nächsten Folie!**

# Umfrage:

Wie funktionieren eure Handlungsauftrufe bisher?

Wähle eine Antwort:

- Wie am Schnürchen!
- Ausbaufähig.
- Katastrophe!

[Abstimmen](#)

[Ergebnisse ansehen](#)

Link zum Teilen:

<https://strawpoll.de/dca6s18>

[f teilen](#) [tweet](#)

Wir verwenden Cookies um die Nutzererfahrung zu verbessern. [Mehr Info](#) [Ok](#)

# Ziele

# Was ist das Ziel?

Definiert ein **zentrales, konkretes und messbares** Ziel für eure Website.

→ Dies ist die Handlung, die ihr erreichen wollt (Konversion).

# Ziele definieren

## **Beispiele für mögliche Ziele:**

- Spende
- Klick auf einen Link
- Unterstützung einer Petition
- Anmeldung für ein Event
- Download
- Anmeldung zum Newsletter
- Sharen von Inhalten
- ...

# Ziele priorisieren

- Websites haben meist mehrere Ziele.
- Definiert Ziele und **priorisiert** sie anschließend.
- Jede wichtige Unterseite sollte einem **primären (Konversions-)Ziel** zugeordnet werden.

# Aufgabe: Unterseite und Ziel festlegen

1. Sucht euch eine Unterseite eurer Website aus, für die ihr einen Call-To-Action erstellen wollt.
2. Definiert für die Unterseite ein konkretes Handlungsziel, mit dem ihr im Workshop arbeiten wollt.

*2 Minuten*

# Botschaft

# Botschaft für die Zielgruppe

Warum sollten die User die von euch gewünschte Handlung ausführen wollen?

- Ihr sollet deutlich machen, was der **Nutzen für eure Zielgruppe** ist – dies kann auch ein ideeller Wert sein.
- Das Formulieren dieser Motivation ist eure **Call-To-Action-Botschaft**.

# Botschaft für die Zielgruppe

Ausnahme: Kurze Call-To-Actions wie z. B. ein Spenden-Button „Jetzt spenden“ im Website-Header braucht keine ausgeklügelte Botschaft (für User mit vorausgehender Spendenbereitschaft).

# Botschaft formulieren

Sie wird oft als Frage und Antwort formuliert:

Du möchtest besser darin werden, Gutes zu tun? **Mach mit bei den Webinaren der betterplace Academy!**

**Ich bin dabei!**

# Aufgabe: Entwickle eine Botschaft

- Erzählt euren Partner\*innen im Breakout-Room von eurem Handlungsziel.
  - Gebt euch gegenseitig Feedback: Welche Vorteile und Motivation(en) könnten die User haben, die Handlung auszuführen?
- **Was ist an dem Ziel besonders spannend und motivierend?**

*5 min*

- Formuliert aus dem gerade Gelernten eine Botschaft.
- Formuliert sie in Form von Frage und Antwort  
(zum Beispiel: „Du möchtest ...? Dann ...“)

*5 min*

# Die richtigen Worte

# Die richtigen Worte finden

**Emotional**

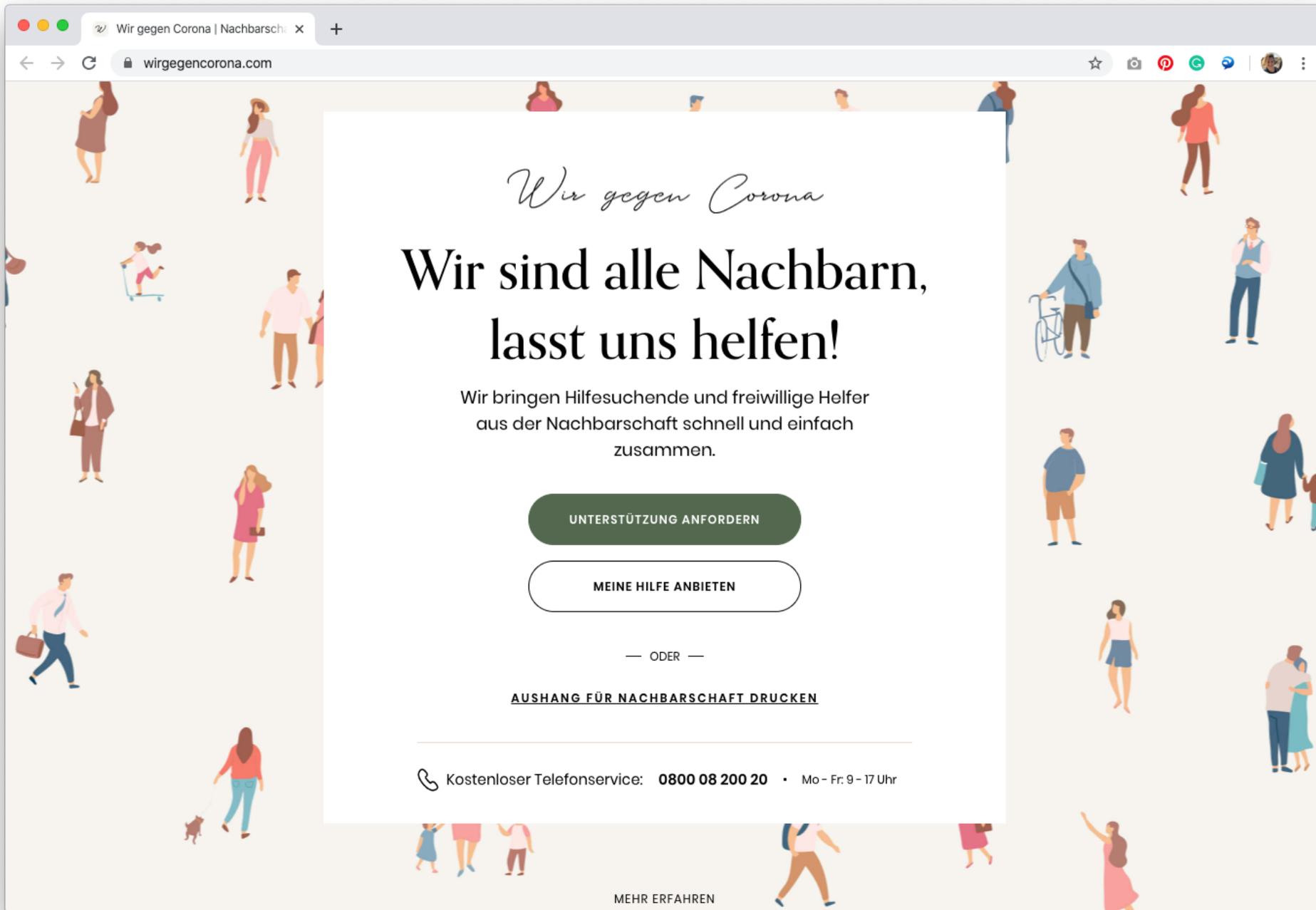
**Aktivierend**

**Eindeutig**

# Emotional

- Seid kreativ.
  - Seid empathisch: „Macht dich das auch wütend? Dann ....“
  - Gebt Hoffnung: „Gemeinsam können wir den Klimawandel aufhalten – spende jetzt!“
  - Geht auf Ängste ein: „Keine Sorge, wir geben deine Daten nicht weiter“
  - Arbeitet mit positiven Emotionen (Hoffnung, Humor, Dankbarkeit).
- Bietet Lösungen und Visionen!**

*Always start from  
a place of empathy!*



# Aktivierend

- Löst Enthusiasmus aus und erzeugt Bilder im Kopf:  
„Spende für eine Zukunft mit saubereren Seen.“
- An Dankbarkeit appellieren: „#wirbleibenzuhause – und hilf mit, dass alle ein Zuhause haben!“
- Humor: „Spende jetzt – erleichtert den Geldbeutel, gut für die Seele“
- Negativ konnotierte Wörter wie „registrieren“ möglichst vermeiden

# Aktivierend

- persönliche Ansprache: „Hilf jetzt!“
- Dringlichkeit hervorheben: „Uns fehlen noch 200€, um die Schule zu bauen.“



## Petition: Beenden wir die Plastikflut in unseren Meeren

Jetzt die Petition unterschreiben!

→ weiterlesen

*“ Marketing is no longer  
about the stuff you make,  
but the stories you tell. ”*

*– Seth Godin*

# Eindeutig

- Nutzt starke **Verben**: „Hilf durch ...“ / „Schenke Freude durch ...“
  - Formuliert möglichst konkret: „Spende jetzt 25 € für ...“
  - Bietet auf keinen Fall zu viele Optionen.
- **Kommuniziert deutlich**, was ihr vom User erwartet und was durch die Handlung **erreicht** werden kann.



# AUSBREITUNG VON CORONA

CARE hilft vor Ort

50 €

Jetzt spenden

94 €

## Ihre Spende für Kinder im Jemen

Mit 94 € helfen Sie z.B. eine 7-köpfige Familie im Jemen einen Monat mit Nahrung zu versorgen.

Jetzt spenden



# Aufgabe: Verfasse einen CTA

**Verfasse einen CTA inklusive Text und Button.**

- Nutze dabei Sprache, die emotional, aktivierend und eindeutig ist.

*5 min*

- Hole dir dafür Feedback im Breakout-Room ein:
  - Ist die Formulierung emotional, aktivierend und eindeutig?
  - Würden die anderen den CTA ausführen? Wenn nicht, warum nicht?

*5 min*

# Platzierung

# Platzierung auf der Website

Euer CTA soll auffällig sein:

- idealerweise nur einen Haupt-CTA pro Seite
- **klimatisch**: Wenn die User an einer Stelle sind, die sie in positive Stimmung gebracht hat
- **keine Ablenkung** (ggf. sogar Menü ausblenden), sondern Fokus auf den CTA
- durch Farbe und Form **auffallen**
- Klickbarkeit kommunizieren, z. B. durch **Hover-Effekt für Button**
- Above the Fold? Nicht unbedingt!

*“ A user interface is like a  
joke. If you have to explain  
it, it’s not that good. ”*

*– Martin Leblanc*

# Testen

# Nicht vergessen: testen!

- Testet verschiedene **Formulierungen** und Platzierungen.
- Erste oder zweite Person? „Ich will ...“ / „Buche jetzt ...“
- Holt von Bekannten / Familien / Kolleg\*innen Feedback ein.
- Falls ihr **Analytics-Programme** einsetzt, wertet auch die Daten aus!

# Stammtisch für die gute Sache

**Online-Kommunikation für NGOs  
& nachhaltige Unternehmen**

## Interaktiver Teil

Wiederholungsfragen (Kurzfragen)  
Diskussion zu jeder Fragestellung

- Einführung
- Grundlagen
- Beispiele
- Diskussion
- Fazit

# Danke

Danke für eure Aufmerksamkeit  
Her mit euren Fragen!



**allcodesarebeautiful**  
Design & Kommunikation