LANDING PAGE

Einreichung für den Deutschen Agenturpreis 2022

DZR | H1

UNSER KUNDE

Die **Deutsche Zahnärztliche Rechenzentrum GmbH DZR** ist in Deutschland Marktführer in der zahnmedizinischen Privatliquidation. Der Hauptsitz befindet sich in Stuttgart, deutschlandweit arbeiten rund 300 Mitarbeiter in den Niederlassungen Stuttgart, Hamburg und Neuss. In Bayern ist das DZR durch das ABZ-ZR Zahnärztliches Rechenzentrum für Bayern GmbH vertreten. Das Leistungsspektrum des DZRs besteht darin, administrative Aufgaben wie Abrechnungen, Factoringleistungen und Mahnverfahren für Zahnarztpraxen zu übernehmen.

Die Microsite **https://dzr-h1.de/** ist eine Landingpage der Hauptwebpräsenz des Dienstleisters. Diese geht explizit auf das Produkt H1 des Unternehmens ein.

ANFORDERUNG / HERAUSFORDERUNG DES PROJEKTS

Ziel des Projekts war die Erstellung einer modernen und übersichtlichen Landingpage, deren Aufgabe wiederum in der Leadgenerierung bestehen soll. Die neue Landingpage soll dem potenziellen Kunden das DZR H1 Honorarportal auf verständliche Art näherbringen und zum Kauf animieren. Ein freundliches, aufgeräumtes und leicht animiertes Design soll dabei unterstützen.

UNSERE LÖSUNG

Bei der Umsetzung der Landingpage haben wir uns für die Digitalisierungsplattform Pimcore entschieden, da der Auftraggeber bereits Erfahrungen mit dieser Plattform vorweisen konnte.

In einem früheren Projekt mit dem Auftraggeber haben wir bereits ein webbasiertes Dashboard entwickelt, dessen Stil als Vorgabe an die optische Ausrichtung der Landingpage dienen sollte. Neben der Einhaltung der CI-Vorgaben waren dies jedoch die einzigen Einschränkungen für unsere Kreativabteilung. Als Eyecatcher dient above the fold eine **Mikro-Animation**, die die Bestandteile des DZR H1 anreißen und die Landingpage insgesamt interessant wirken lassen soll.

Die Landingpage wurde als Onepager konzipiert, sodass die Navigation aus **Ankerpunkten** besteht, jedoch über das Pimcore-Backend bequem organisiert werden kann. Die Navigation ist dabei „**sticky**“ realisiert und bleibt damit stets sichtbar.

Eine zentrale Aufgabenstellung lag in der übersichtlichen Darstellung der Seiteninhalte. Der potenzielle Kunde soll nicht überfrachtet werden, sondern die vielen Informationen leicht konsumieren können. Damit das große Ziel „Leadgenerierung“ erreicht werden kann, wurden an vielen Stellen **Call-To-Action-Elemente** platziert. Der Kunde sollte in jeder Phase des AIDA-Modells bereits eine Conversion-Möglichkeit erhalten.

ERGEBNIS

- Die Produktqualität wird fachlich, aktuell und umfassend durch die dezente Animation unterstrichen
- Dynamische, aber zurückhaltende Mouseover-Effekte halten das Interesse und die Aufmerksamkeit des Betrachters auf einem hohen Niveau
- Das Design spiegelt Seriosität und Kompetenz wider
- Komprimierte, übersichtliche Informationsvermittlung durch den Onepageraufbau
- Call-to-Action Elemente führen zu verbesserter Kundenakquise und Kundenbindung

Die Webseite ist unter diesem Link einsehbar:

https://www.dzr-h1.de/