*Landing pages*

La landing page, appelée également page d’atterrissage ou page de destination, désigne la page sur laquelle arrive un internaute après avoir cliqué sur un lien (lien commercial, lien email, lien lié à un bandeau publicitaire, etc..).

L'optimisation de la landing page est une problématique transversale du marketing digital car elle concerne la plupart des leviers marketing digitaux. Il s'agit d'un élément très important des campagnes car elle conditionne la transformation d'un simple clique en prospect plus ou moins qualifié ou voire même en client.

L'optimisation de la landing page est parfois oubliée ou sous-estimée dans la mise en place de campagnes marketing Internet et cela peut parfois pénaliser lourdement les performances d'une campagne en cas de [taux de rebond excessif](https://www.definitions-marketing.com/definition/taux-de-rebond/) ou d'élément gênant la conversion. Le choix et l'optimisation des landing pages sont par exemple des composantes essentielles de campagnes de liens commerciaux et sur un plan plus général des campagnes de [génération de leads](https://www.definitions-marketing.com/definition/generation-de-leads/) basées sur des stratégies de [content marketing](https://www.definitions-marketing.com/definition/content-marketing-b2b/).