

## ***Die 7 magischen Elemente Ihrer Homepage***



**weltderworte**

Werbetexte - Internet, Print, Film

## Haben Sie sich schon einmal gefragt, warum Sie eine Website haben?

- Weil jeder eine hat und man schließlich *irgendwie* im Internet präsent sein muss. Sie ist also nur eine andere Form Ihrer Visitenkarte.
- Sie dient der Selbstdarstellung (Image).
- Sie möchten darüber Kunden gewinnen und Produkte/Dienstleistungen verkaufen.

Haben Sie sich bei einer der Antworten wiedergefunden?

Meine Erfahrung aus reichlich Kundengesprächen zeigt, dass viele Unternehmer das Potenzial ihrer Website noch immer nicht erkannt haben. Sie haben eine Website, „weil alle eine haben, weil man das heutzutage braucht“. Auf der anderen Seite ist ihr heimlicher Wunsch aber, leichter Kunden zu gewinnen und mehr zu verkaufen. Um scheinbar den Aufwand zu begrenzen wird in technisches SEO (Suchmaschinenoptimierung) investiert. Das ist auch gut so! Aber: Das ist nur eine Seite der Medaille. Es ist kein Allheilmittel, es braucht Zeit und schließlich wollen Sie doch Menschen erreichen.

## Was ist der Unterschied zwischen Homepage und Website? Gibt es überhaupt einen?

Ja, den gibt es.

Die Website ist die Gesamtheit Ihrer Webpräsenz, zum Beispiel [www.unserUnternehmen.de](http://www.unserUnternehmen.de)

Eine Webseite ist eine einzelne Unterseite davon, wie „Über uns“ oder „Produkte“. Die Homepage ist die Startseite/Hauptseite/Mutterseite Ihrer Webpräsenz, oft auch „Home“ genannt. Die Seite, mit der alles beginnt, die über allen anderen Seiten steht, von welcher die Unterseiten abgehen.

Anmerkung: Technische Aspekte lasse ich hier weg, um das Thema verständlich zu beschreiben.

## **Beobachten Sie sich selbst beim Einkaufen oder Surfen im Netz**

Welches Gefühl kommt in Ihnen auf beim Besuch der verschiedenen Seiten?

Fragen Sie sich: Was ist hier für mich drin, was gibt es noch zu entdecken? Und sind Sie nicht manchmal enttäuscht, wenn Sie nicht „unterhalten“ werden?

Sind Sie nicht froh, wenn Sie Erklärungen, Bilder oder ein Video vorfinden, die Ihnen eine Lösung des Problems zeigen? Vielleicht in Form eines kleinen Artikels, der Ihnen aufzeigt, wie ein Produkt/eine Dienstleistung funktioniert? Welche Vorteile es Ihnen bringt: es kostet wenig Zeit, die Funktion ist schnell zu erfassen, Ergebnisse ohne Umwege. Mit dem Produkt XY haben Sie den Kopf für andere Dinge frei und mehr Zeit für sich, Sie fühlen sich wohler, sind weniger gestresst ...

## **Verkaufen Sie noch oder lösen Sie schon Probleme? Ihr Kunde, seine Sicht der Dinge und seine Sprache**

Nur wenige machen sich die Mühe, ihren Kunden genau zu erkunden, welche Wünsche er hat oder welche Probleme ihn plagen.

Das ist aber das A und O! Zugegeben, es macht etwas Mühe. Dabei haben Sie jeden Tag im Geschäft oder vor Ort mit ihren Kunden zu tun, hören was sie erzählen, was sie brauchen.

Es geht um Empathie, reinfühlen. Was ist das wirkliche Problem meines Kunden? Hier ist Mit-Denken gefragt, mit den Augen des Kunden zu sehen und seine Sprache zu sprechen.

Als Dienstleister sollte ich doch genau wissen, was der Kunde wirklich will, welche Sorgen oder Wünsche er hat. 80 Prozent Ihrer potenziellen Kunden suchen im Internet nach Problemlösungen und Problemlösern. 90 Prozent der Unternehmen erkennen es nicht.

## Was erwartet also der Kunde?

*Die Grundvoraussetzung für ein gutes Geschäft ist Vertrauen.*

Nicht erst seit der Erfindung des Geldes gilt: Vertrauen ist alles. Das trifft heute besonders für Geschäfte im Internet zu.

Wie können Sie es aufbauen? Gleich mit der ersten Seite! Lassen Sie uns also über Ihre Homepage/Startseite/Home-Seite sprechen.

Anhand ausgesuchter Webseiten zeige ich Ihnen, wie es gemacht wird.

Es geht immer um Menschen, um Beziehungsaufbau. Und wie gewinnt man einen Menschen am schnellsten für sich? Unter anderem mit einem Geschenk.

### 1. Geben Sie eine Kostprobe Ihres Angebotes

Wenn Sie über einen Wochenmarkt schlendern, sehen Sie die frischen Waren, riechen angenehme oder fremde Düfte und nehmen vielleicht exotische Aromen wahr. Wollen Sie da nicht am liebsten von dem kosten, was so lecker lockt? Ein Tuch oder eine schöne Holzschale vor dem Kauf anfühlen, in einem Buch blättern, die Qualität einer Frucht prüfen, ...?

Sie wollen sich mit dem Produkt vertraut machen, ein gutes Gefühl für eine Kaufentscheidung bekommen.

Genau so geht es dem Kunden im Internet. Er kennt Sie nicht und kann das Produkt oder die Dienstleistung nicht mit allen Sinnen prüfen. Er muss sich erst ein Bild von Ihnen und Ihrem Angebot machen, muss Vertrauen aufbauen.

Lassen Sie ihn kosten, testen, einen Eindruck gewinnen!

*Das machen Sie am besten mit einer kleinen Gratis-Probe Ihrer Arbeit. Es kann ein Gutschein, eine Anleitung, ein E-Book, ein zeitlich begrenzter Testzugang zum Mitgliederbereich, ein Video oder eine Einladung zum Kennenlern-Gespräch sein.*

Dieses Angebot sollte gut sichtbar an oberster Stelle der Seite sitzen und dem Besucher sofort auffallen.

## Beispiele einer Kostprobe

the virtual coach  
Shailia Stephens

WER BIST DU? | WER BIN ICH? | KUNDENSTIMMEN | PROGRAMME | BLOG | KONTAKT

♥ HERZGETRIEBENES  
Business und Marketing für  
Experten und "Soulpreneure"

Positioniere dich erfolgreich auf dem Markt, ziehe  
deine idealen Kunden mit Leichtigkeit an und  
navigiere dein Business mit Strategie und Herz.

**GRATIS ONLINE-TRAINING: "KEEP-IN-TOUCH STRATEGIE"**

SH SANDRA HOLZE  
DEIN ONLINE-BUSINESS KICK

STARTE HIER | ÜBER MICH | BLOG | KURSE | LOGIN

HOL DIR DEN 10-SCHRITTE FAHRPLAN FÜR DEIN 6-STELLIGES  
ONLINE-BUSINESS!

**KLICKE HIER**

Die rot eingerahmten Felder markieren das kostenlose Angebot.

## 2. Bin ich hier überhaupt richtig mit meinem Problem?

Sagen Sie dem Webseitenbesucher ganz klar, was Sie anbieten, an wen sich Ihr Angebot richtet.

So hat der Besucher sofort die Möglichkeit zu entscheiden, ob das Angebot für ihn passt. Und Sie bekommen die Kunden, die Sie auch wirklich nur haben wollen.



the virtual coach  
Shaillia Stephens

WER BIST DU? | WER BIN ICH? | KUNDENSTIMMEN | PROGRAMME | BLOG | KONTAKT

### DU BIST HIER RICHTIG ALS ...

... selbständiger Coach, Trainer, Berater oder dienstleistender Einzel- oder Kleinunternehmer. Du befindest dich in der Aufbauphase deines Geschäftes. ODER du bist gerade dabei, dein Business neu auszurichten. Dein Fokus liegt aktuell darauf, dich als Experte (online) zu positionieren sowie mehr Kunden oder Klienten zu erreichen und anzuziehen. Und das am besten ohne hohe Werbekosten.



WOW! COACHING

HOME | AUFBRUCH | HEIKE KRETEN-LENZ | GIPFELBUCH | KONTAKT

## WAGE NEUE WEGE!

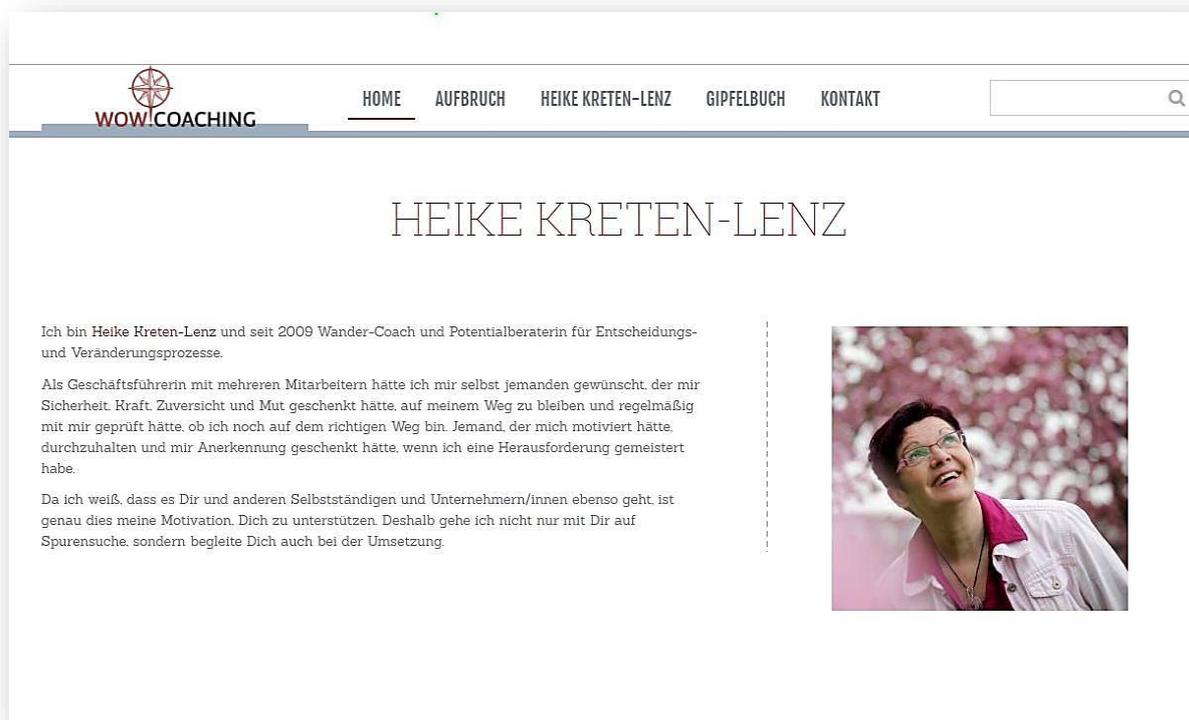
Jeder Schritt heraus aus Deiner Komfortzone befreit von Ballast und eröffnet Dir neue Möglichkeiten.  
Dabei bin ich Dein Wander-Scout, Deine Partnerin auf Augenhöhe.

**Begib Dich mit mir auf den Weg!**  
**Dafür sollten mindestens vier der nachfolgenden Punkte auf Dich zutreffen:**

- Du bist seit mindestens 3 Jahren selbstständig.
- Du führst als Unternehmer/in einen Betrieb mit bis zu 20 Mitarbeitern.
- Du bist auf der Suche nach jemandem, der Dich versteht, Deine Sprache spricht und Dich ermutigt, Deinem Weg zu folgen.
- Du identifizierst Dich sehr stark mit Deinem Beruf, kannst aber nicht loslassen.
- Du hast Spaß an Bewegung in der Natur.
- Du willst Deine unternehmerischen Ziele selbst bestimmen, Dein unternehmerischer Traum ist im Alltag aber in den Hintergrund gerückt.
- Du siehst Deine Mitarbeiter als wertvolle Ressource, verstehst sie aber oft nicht.
- Du suchst Deinen eigenen Weg, bist Neuem gegenüber offen und suchst das Besondere/die Herausforderung.

### 3. Wer spricht denn da?

Stellen Sie sich kurz persönlich vor, damit der Interessent weiß, ob Sie oder Ihr Unternehmen das richtige für ihn sind. Denn auch Sympathie spielt eine wichtige Rolle. Ausführliche Infos gibt es dann auf der „Über-mich-Seite“.



The screenshot shows the website for WOW!COACHING. The navigation menu includes HOME, AUFBRUCH, HEIKE KRETEN-LENZ, GIPFELBUCH, and KONTAKT. The main heading is HEIKE KRETEN-LENZ. The text on the page reads: 'Ich bin Heike Kreten-Lenz und seit 2009 Wander-Coach und Potentialberaterin für Entscheidungs- und Veränderungsprozesse. Als Geschäftsführerin mit mehreren Mitarbeitern hätte ich mir selbst jemanden gewünscht, der mir Sicherheit, Kraft, Zuversicht und Mut geschenkt hätte, auf meinem Weg zu bleiben und regelmäßig mit mir geprüft hätte, ob ich noch auf dem richtigen Weg bin. Jemand, der mich motiviert hätte, durchzuhalten und mir Anerkennung geschenkt hätte, wenn ich eine Herausforderung gemeistert habe. Da ich weiß, dass es Dir und anderen Selbstständigen und Unternehmern/innen ebenso geht, ist genau dies meine Motivation, Dich zu unterstützen. Deshalb gehe ich nicht nur mit Dir auf Spurensuche, sondern begleite Dich auch bei der Umsetzung.'



The screenshot shows the website for Shailia Stephens, 'the virtual coach'. The navigation menu includes WER BIST DU?, WER BIN ICH?, KUNDENSTIMMEN, PROGRAMME, BLOG, and KONTAKT. The main heading is WER BIN ICH?. The text on the page reads: 'Shailia Stephens ist erfahrene Online-Expertin und passionierter Business- und Marketing-Coach für digital-affine „Soulpreneure“. Sie hilft Coaches, Beratern, Trainern und anderen herzgetriebenen Solounternehmern dabei, sich erfolgreich auf dem Markt zu positionieren, ideale Kunden zu gewinnen und ihre Expertise zum Business zu machen. Hier auf diesen Seiten und in ihren kraftvollen und inspirierenden Online-Trainings teilt sie ihre mehr als 20 Jahre Marketing-Erfahrung gerne mit dir!'



## 4. Beweise, Kundenstimmen, Testimonials

Am besten sind echte (!) Kundenstimmen, die sich begeistert über die Zusammenarbeit mit Ihnen äußern oder zufrieden mit Ihrem Produkt oder Service sind.

Lassen Sie sich vorzugsweise dazu vom Kunden eine Freigabe mit Bild erteilen. Viele Kunden spielen mit, wenn man freundlich anfragt und dann auch einen Beweis-Link sendet. (Vertrauen!) Und klar, es kann auch ein Video sein.



the virtual coach  
Shailia Stephens

WER BIST DU? | WER BIN ICH? | KUNDENSTIMMEN | PROGRAMME | BLOG | KONTAKT

### KUNDENSTIMMEN

Die schönste Bestätigung, die ich erhalten kann, ist die Zufriedenheit meiner Kunden. Hier kommen sie zu Wort ...



Immobilienexpertin und Coach

„Nachdem ich die Entscheidung getroffen hatte, eine Business-Coaching-Ausbildung zu machen, war mir klar, dass ich später selbst Hilfe in Anspruch nehmen werde, um den riesigen Berg an Arbeit, der für eine gute Positionierung vor mir lag, zu bewältigen. Dank Shailias Unterstützung wurde dieser Berg auf drei wesentliche Aufgaben reduziert, und das fühlte sich grandios und vor allem machbar an.“



Strategische Beraterin für Unternehmensgesundheit und Karriere-Mentorin

„Am Anfang hatte ich weder eine klar definierte Zielgruppe noch eine Marketingstrategie. Ich war gefrustet, dass meine Bemühungen nicht den Erfolg brachten, den ich mir wünschte. Heute kann ich voller Stolz sagen, dass ich neben kleineren Aufträgen auch einen langfristigen Kunden gewinnen konnte. Ich habe absolute Klarheit über meine Zielgruppe und Mission und eine E-Mail-Liste die stetig wächst.“



SANDRA HOLZE

STARTE HIER | ÜBER MICH | BLOG | KURSE | LOGIN

## WAS ANDERE SAGEN



### HOCHZEITEN AM STRAND

„Nach Umsetzung von Sandras Tipps bekam ich schon nach drei Tagen die ersten Kundenanfragen.“

Innerhalb der nächsten drei Wochen wurden aus den Anfragen Kunden und ich darf nun für sie wunderschöne Hochzeiten am Strand in Almeria organisieren. Sandras Tipps sind Gold wert und ich kann sie jedem empfehlen, dem noch das entscheidende Puzzleteil fehlt, um mit seinem Business durchzustarten. Sie findet es!

● ● ● ● ●

## 5. Was soll der Interessent tun?

### Der CTA, „Call to Action“ (Aufruf zum Handeln)

Nicht zu unterschätzen: der Call to Action. Sagen Sie Ihrem Kunden, was er tun soll. Zum Beispiel kann er sich zu einer Beratungsstunde oder einem Webinar anmelden, ein Angebot anfordern, sich einen Gutschein sichern o.ä.

The screenshot shows a website banner for 'the virtual coach Shailia Stephens'. The banner has a dark grey background. On the left, there is a white coffee cup icon with steam rising from it, followed by the text 'KAFFEEPAUSE'. Below this, there is a paragraph of text: 'Du willst dein Business auf die nächste Stufe heben und bist bereit für den nächsten Schritt?' and 'Unser erfahrener Enrollment Coach Simone Förster hilft dir gerne dabei, die Form der Zusammenarbeit mit Shailia zu finden, die am besten zu deinen Zielen passt.' At the bottom left of the banner, there is a blue button with white text that says 'MELDE DICH JETZT KOSTENFREI AN'. This button is highlighted with a red rectangular border. On the right side of the banner, there is a large white coffee cup icon with steam rising from it.

The screenshot shows a website banner for 'DER FAHRPLAN FÜR DEIN 6-STELLIGES ONLINE-BUSINESS'. The banner features a woman with curly hair, wearing a red and white polka-dot shirt, pointing towards the right. The background is a textured, light-colored wall. On the right side of the banner, there is text: 'DER FAHRPLAN FÜR DEIN 6-STELLIGES ONLINE-BUSINESS' and 'Die 10 wichtigsten Schritte und Tools, die du zum Start wirklich brauchst'. Below this text, there is a green button with white text that says 'KLICKE HIER'. This button is highlighted with a red rectangular border.

*Die rot eingerahmten Felder markieren die Handlungsaufforderung.*

## 6. Eine aussagekräftige E-Mail-Adresse

Oft kann man schon froh sein, überhaupt die Kontaktdaten des Anbieters zu finden. Sie sollten vorsichtig werden, wenn Sie keine finden oder sich diese auf dubiosen Unterseiten verstecken. Zwar sind Impressum und Datenschutzangaben gesetzlich vorgeschrieben. Aber es gibt immer Ausnahmen.

Zudem wirkt es sehr unprofessionell, wenn Ihre E-Mail dann Name@yahoo.com/freenet.de/gmail.com oder @gmx.de lautet. Besser passt es zu Ihnen und wirkt seriöser, wenn die Mailadresse zur Website passt: Zum Beispiel: [Meister@Farbenfroh.de](mailto:Meister@Farbenfroh.de), wenn die Webseite: [www.farbenfroh.de](http://www.farbenfroh.de) heißt.

## 7. Halten Sie die Seite aktuell!

Es ist schon erstaunlich, wie lange manche Internetseite ohne Aktualisierung im Netz unterwegs ist. Die „jüngsten“ habe ich aus dem Jahr 2016 gefunden. Manche nennen gar nicht erst ein Datum. Die sind dann noch aus den 90-ern. Man erkennt sie an ihrer Darstellung. Da frage ich mich doch als Internetsurfer: Lebt das Unternehmen überhaupt noch? Und spare mir den Klick.

### Fazit

Sie sehen, es ist wie im Leben. Der erste Eindruck zählt. Wie bei einem Menschen entscheiden Sie innerhalb weniger Sekunden und anhand kleinster Merkmale, ob der Anbieter zu Ihnen passt oder nicht. Ob er seriös ist oder ob Vorsicht geboten ist.

Machen Sie es von Anfang an besser. Geben Sie Ihrer Website alles für Ihren Auftritt im Netz. Sie werden staunen und es erleben, welches Potenzial in diesen „Kleinigkeiten“ steckt.

Und schließlich: Das Internet ist im steten Wandel. Websites verändern sich, jeden Tag bewegt sich etwas. Bieten Sie Ihren Kunden und Besuchern nützliche Informationen an, führen Sie ihn unterhaltend durch die Seite. Dann kommt er auch ins Handeln.

## Hier noch einmal die Mindestanforderungen an Ihre Startseite:

- ❖ ein kostenloses Schnupper- oder Kennenlern-Angebot
- ❖ den Kunden-NUTZEN deutlich nennen: Was habe ich davon?
- ❖ WER bietet WAS hier an?
- ❖ Beweise/Kundenstimmen/Referenzen  
(oft auch *Testimonial* oder *Social Proof*)
- ❖ eine Handlungsaufforderung (Call to Action)
- ❖ eine aussagekräftige E-Mail-Adresse
- ❖ Halten Sie die Seite aktuell!



Hallo, mein Name ist Karin Hoffmann. Einzelunternehmer und mittelständische Unternehmen finden mit meiner Hilfe leichter Kunden im Internet. Dazu schreibe ich Texte, die klar und verständlich die Angebote und Dienstleistungen dieser Unternehmen auf ihren Webseiten darstellen.

Was ist zurzeit Ihre größte Herausforderung, wenn Sie an Ihre Website denken?

Lassen Sie uns besprechen, wie ich Sie unterstützen kann. Vereinbaren Sie ein kostenloses Kennenlerngespräch.

[Hier klicken und Termin für ein Kennenlerngespräch sichern.](#)

Ihre Texterin

*Karin Hoffmann*

## Dank

Vielen Dank für die super Unterstützung an:

Shailia Stephens, [shailiastephens.com](http://shailiastephens.com)

Sandra Holze, [sandraholze.com](http://sandraholze.com)

Heike Kreten-Lenz, [richtungs-coaching.de](http://richtungs-coaching.de)

*Bildnachweis:*

*Titelfoto: © A:97296879/Maria Savenko - ClipDealer.com*

*Autorenfoto: © Fotostudio Lhotzky*