

Der ultimative
Bauplan
für deine
Business-Website

Welchen Content deine Webseite
braucht und wo er hingehört, damit
Besucher zu Kunden werden.



Die meisten Webseiten haben ein Problem

Jedes Business braucht eine exzellente Webseite.

Leider haben viele Unternehmen eine falsche Vorstellung davon, was eine gute Webseite ausmacht.

Sie legen großen Wert auf beeindruckendes Design – und zweifellos spielt das visuelle Erscheinungsbild der Webseite eine wichtige Rolle.

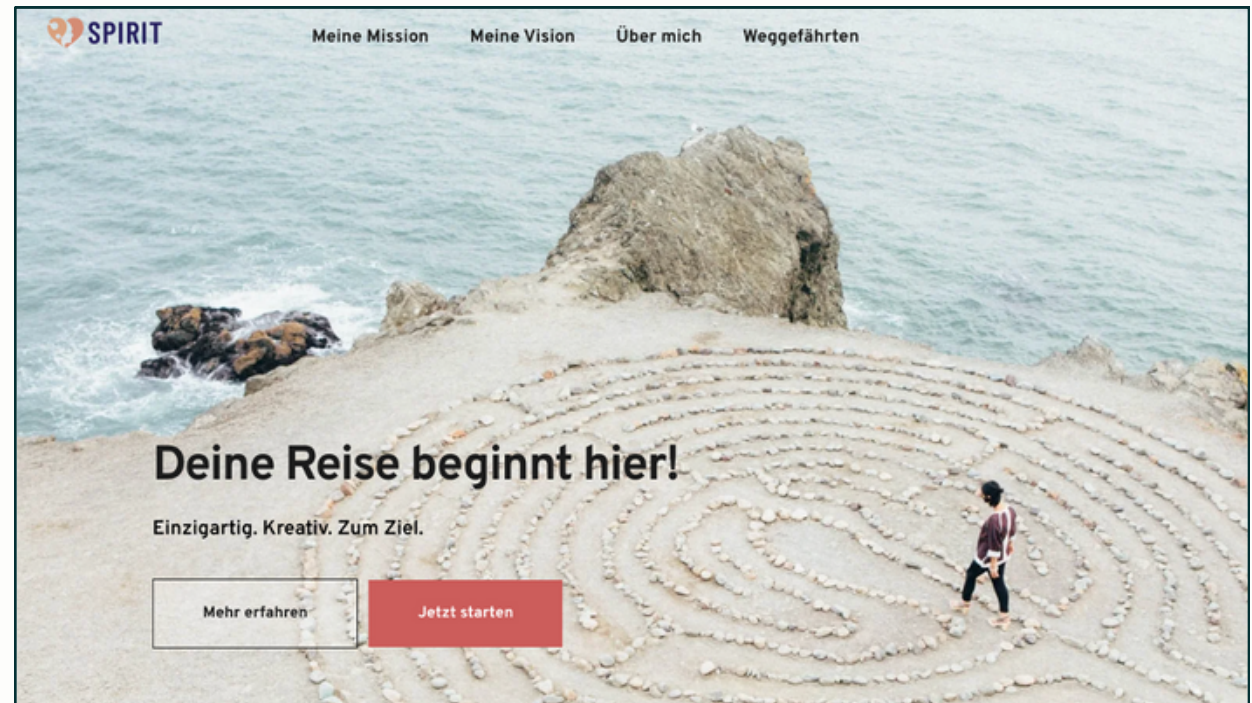
Aber wenn die Ästhetik wichtiger ist, als Verkäufe zu fördern, leidet das Unternehmen.

Zum Beispiel diese Webseite rechts →

Der Header ist schön, aber er sagt dem Besucher nicht, welches Produkt angeboten wird.

Auch nicht, wie es sein Leben besser macht und was er tun muss, um es zu bekommen.

Kurz: Diese Website führt nicht zu Verkäufen.



Der ultimative
Bauplan
für deine
Business-Website

Acht Bausteine, um Besucher zu Kunden zu machen.

LOS GEHT'S

1

Header

Der Header ist die erste Sektion deiner Webseite.



Hier positionierst du dich, in dem du folgende Fragen beantwortest:

1. Welches Problem löst du - und für wen?
2. Wie macht die Problemlösung das Leben deiner Kunden besser?
3. Was müssen Interessenten tun, um dein Angebot zu bekommen?

Pro-Tipp:

Schreibe nur sehr wenig Text, der in Sekunden erfasst und verstanden wird.

Benutze eine klare, starke Handlungsaufforderung wie "Gespräch vereinbaren".

Vermeide vage Aufforderungen wie "Jetzt starten" oder "Mehr erfahren".

Problem

In der nächsten Sektion erkennen deine Besucher ihr Problem wieder - und dass du es verstanden hast.

Beispiel Unternehmensberater

Sie wollen Ihr Team und Ihr Unternehmen voranbringen, stoßen aber immer wieder auf Herausforderungen, die Sie ausbremsen?

- » Sie sind unzufrieden, weil Ihr Team nicht sein volles Potenzial ausschöpft?
- » Es schockiert Sie, wie oft Projektfristen und / oder geplante Kosten überschritten werden?
- » Es bereitet Ihnen Kopfzerbrechen, wie Sie die Effizienz Ihres Teams erhöhen und passendes Personal aufbauen können?
- » Sie stecken fest in operativer Arbeit, die Sie von wichtigen strategischen Aufgaben abhält?
- » Sie sind frustriert und erschöpft, weil Sie täglich Aufgaben übernehmen, die eigentlich Ihr Team erledigen sollte?
- » Sie sind überwältigt vom schieren Arbeitsvolumen, das auf Ihnen lastet?
- » Zehrt all dies an der Energie, die Sie benötigen, um langfristig geschäftlichen Erfolg zu erzielen UND gleichzeitig die richtige Work-Life-Balance zu finden?

Lösung

In der nächsten Sektion kommunizierst du den Nutzen deines Angebots und wie es zur Problemlösung führt.

Beispiel Life-Coach

Nimm an unserem Coaching-Programm teil und stelle die Weichen in deinem Leben so, wie es dir wirklich entspricht.



KLARHEIT SCHAFFEN

Dir wird bewusst, was wirklich für dich stimmt. Je mehr du deine Fähigkeiten und Talente erkennst, desto klarer wird dir, wie du immer mehr Sinn und Erfüllung in dein Leben ziehst.



BLOCKADEN LÖSEN

Du lässt blockierende und hinderliche Gefühle und Überzeugungen los. Deine neue innere Freiheit setzt ungeahnte Energie und Kreativität frei. Du kommst in deine Kraft.



VISION UMSETZEN

Und du entwickelst deine Vision - und setzt sie um. Mit jedem Schritt wachst du über dein altes Leben hinaus und bringst dein Business oder deinen Job auf ein neues Niveau.

**In der nächsten Sektion zeigst du dich als vertrauenswürdiger Mentor,
der kompetent* und empathisch* ist.**

Beispiel Immobilien-Fotograf

Mein Herzblut steckt in der professionellen Immobilien-Fotografie.

Zu Bauwerken habe ich eine besondere Beziehung.
Das liegt zum einen an meiner langjährigen Tätigkeit als Bauingenieur.

Aber eben auch an meiner Begeisterung dafür, das Außergewöhnliche zu entdecken und sichtbar zu machen.

Es ist meine Freude und mein Ehrgeiz, Bauwerke in ihrem besten Licht erscheinen zu lassen.

So wurde die Architektur- und Immobilien-Fotografie zu meiner beruflichen Liebe.

Mit meinen Fotos will ich es Maklern leicht machen, Immobilien zu vermarkten.

Denn ich verstehe nur zu gut:
Sie wünschen sich Zufriedenheit und finanziellen Erfolg in der Maklertätigkeit.

Nun, damit das gelingt, gehören perfekte Immobilien-Fotos dazu.

Fotos, die positive Emotionen auslösen, und deswegen die Interessenten zu Ihnen bringen.

**Kompetenz: Füge Referenzen, Logos von Unternehmen / Kunden hinzu, für die du gearbeitet hast.*

**Empathie: Mache Aussagen, die zeigen, dass du die Sorgen und Bedürfnisse deiner Kunden verstehst.*

5

Plan

In der nächsten Sektion zeigst du deinen Interessenten, dass es ganz einfach ist, dein Produkt oder deine Dienstleistung zu bekommen.

Beispiel Rhetorik-Trainer

So bekommen Sie für Ihre Mitarbeiter das passende Training

1

TERMIN VEREINBAREN

Im ersten Gespräch erfassen wir Ihr Anliegen und besprechen, wie wir Sie unterstützen können.

2

VORGEHEN ABSTIMMEN

Gemeinsam definieren wir Ihre Trainingsziele, klären Ihre individuellen Anforderungen und planen die Umsetzung.

3

VERÄNDERUNG SEHEN

Ihre Mitarbeiter durchlaufen das Training und Sie sehen sofort positive Veränderungen in der Kommunikation.

Beratungsgespräch vereinbaren

Erklärung

In der nächsten Sektion schreibst du einen ausführlicheren Absatz, der deinen Kunden mehr Details und damit das Gefühl gibt, dass sie ihre Sorgfaltspflicht erfüllt haben, wenn sie sich für dein Angebot entscheiden.

Benutze die Vorlage auf der nächsten Seite



Vorlage Erklärungs-Absatz

Bei [Firma] wissen wir, dass Sie [transformierte Identität] sein wollen.

Um das zu erreichen, brauchen Sie [Kundenwunsch].

Das Problem ist [Externes Problem], das Ihnen das Gefühl gibt
[Internes Problem].

Wir glauben, [so sollte die Welt sein / nicht sein].

Wir verstehen [Empathie], darum tun wir [Kompetenz].

So gehen wir dabei vor:

1. [Plan Schritt 1]
2. [Plan Schritt 2]
3. [Plan Schritt 3]

Tun Sie [Handlungsaufforderung].

Ihr erster Schritt ist [Handlungsaufforderung erster Schritt].

So stoppen Sie [Scheitern] und erreichen stattdessen [Erfolg].

Beispiel Erklärungs-Absatz

Wir verstehen: Als Unternehmer möchtest du leichter Wunschkunden gewinnen, die in deine Dienstleistung investieren, ohne lange zu zögern und ohne nervige Preisdiskussionen zu führen.

Um das zu erreichen, brauchst du Business-Botschaften, die genau den Nerv deinen Kunden treffen.

Deine Dienstleistung ist sehr hochwertig.

Trotzdem wirst du nicht so anerkannt und nachgefragt, wie du es verdienst. Manchmal wirst du sogar mit schlechteren Wettbewerbern in einen Topf geworfen. Das kann ziemlich frustrierend sein.

Wir glauben, gute Experten sollten ein großartiges Business haben, das sich lohnt und Freude macht.

Wir verstehen auch, dass exzellente Fachleute sich oft mit "Marketing-Herausforderungen" plagen. Darum unterstützen wir sie dabei, gesehen, gehört und verstanden zu werden und systematisch Kunden zu gewinnen.

Wie gehen wir dabei vor? Stell dir vor, du wirst unser Kunde. Dann:

- Erarbeiten wir mit dir die unverzichtbaren Grundlagen: Personenmarke, Positionierung und Alleinstellung.
- Wir entwickeln die Business-Botschaften für dich, die zu deinem stärksten Verkaufswerkzeug werden.
- Wir bauen mit dir die geeigneten Systeme auf, die dein Business wachsen lassen - nicht deine Arbeitslast.

Lass uns zusammen das richtige Vorgehen für dich finden:

Beratung, Umsetzungs-Coaching oder "Done-for-you"-Leistungen.

Vereinbare ein Strategiegespräch, in dem wir die nächsten Schritte für deinen Marketing-Plan entwickeln.

So ebnest du den Weg zu einem Business, das läuft und wächst - ganz ohne Hamsterrad.

Lead Generator

Eine weitere Schlüssel-Sektion ist dein Lead-Generator bzw. Lead-Magnet.

Ein Lead-Generator ist eine kostenlose Ressource, die du im Austausch für die E-Mail-Adresse einer Person verschenkst. Warum brauchst du einen Lead-Generator? Damit du...

- E-Mail-Adressen von potenziellen Kunden erfasst
- eine Kontaktliste aufbaust, an die du E-Mails senden und
- Glaubwürdigkeit aufbauen kannst, indem du Mehrwert lieferst

Was uns die Statistik verrät

Du denkst vielleicht, dass es nicht so wichtig ist, die E-Mail-Adresse eines Kunden zu bekommen.

Die Statistik zeigt aber, dass E-Mails an deine Kunden der beste Weg sind, um Verkäufe für dein Unternehmen zu generieren - mit einem durchschnittlichen "Return of Invest" von 4200 %.

Sie kannst jedoch nur dann E-Mail-Adressen erfassen, wenn die Leute einen Grund haben, dir ihre E-Mail zu geben - und deshalb brauchst du einen Lead-Generator.

Unabhängig davon, welche Art von Produkt oder Dienstleistung du verkaufst, kannst du einen wertvollen Lead-Generator erstellen, den du an deine Zielgruppe weitergeben kannst.

Beispiele aus verschiedenen Branchen

- **Fitnessstudio:** ein E-Book mit effektiven 30-Tage-Fitnessplänen für Anfänger.
- **Ernährungsberatung:** ein Leitfaden mit Rezepten für gesunde Mahlzeiten, die in Minuten zubereitet werden können.
- **Unternehmensberatung:** ein interaktives Tool, das Unternehmen hilft, ihre Prozesse zu analysieren und Verbesserungspotenziale zu identifizieren.
- **Online-Bildungsplattform:** ein Mini-Kurs über die Grundlagen des Zeitmanagements.
- **Umweltberatungsfirma:** ein E-Book über nachhaltige Praktiken für kleine Unternehmen inkl. Umsetzung
- **Eventplanungsunternehmen:** eine Checkliste für die Planung von Firmenevents, inklusive Zeitplan & Budgetierung.
- **Rechtsanwaltskanzlei für Startups:** ein Leitfaden mit den wichtigsten rechtlichen Überlegungen für neue Unternehmen.
- **Personalvermittlung:** ein Webinar über die besten Strategien zur Talentgewinnung und Mitarbeiterbindung.
- **Finanzberatung:** eine Vorlage für persönliche Finanzpläne, die hilft, Einkommen und Ausgaben zu organisieren.
- **Karrierecoach:** ein Leitfaden zur Optimierung von Lebensläufen u. LinkedIn-Profilen, inkl. Vorher-Nachher-Beispielen.

Die richtige Stelle für den Lead-Generator

Platziere den Lead-Generator an zwei Stellen auf deiner Webseite:

- in einem Pop-up, und / oder
- an einer statischen Stelle auf deiner Homepage - z.B. im Header oder direkt oberhalb des Footers

Footer

Der Footer ist die “Reste-Schublade”. Dorthin gehören all die Dinge, die auffindbar sein sollen, aber keinen Beitrag zur verkaufspsychologischen Führung der Besucher durch die Webseite leisten.

Beispiel Unternehmensberatung



Bemerkung zu SEO

Wenn es um die Erstellung der Website geht, machen sich viele Unternehmer Gedanken wegen der Suchmaschinenoptimierung.

Eines der besten Dinge, die du für eine gute Suchmaschinenoptimierung tun kannst, ist, dich zu fragen:
"Was googeln meine idealen Kunden?"

Dann solltest du diese Begriffe auf deiner Website einbauen - vor allem im Kopfbereich und in den Überschriften deiner gesamten Website. Dies geht Hand in Hand mit diesem "Bauplan"! Damit erstellst du eine SEO-freundliche Website.

Viele andere Faktoren fließen in die Suchmaschinenoptimierung ein, wie z. B. On-Page-Optimierung, Backlink-Strategien, Keyword-Recherche, die Verwendung von Alt-Text für Bilder, die regelmäßige Veröffentlichung neuer, relevanter Inhalte auf deiner Website (z. B. Blogbeiträge). SEO ist ein fortlaufender Prozess, der viel Zeit und Mühe erfordert.

Für die meisten kleinen Unternehmen, ist es viel effektiver, Zeit und Geld in die Erstellung eines soliden Lead-Generators und überzeugender Follow-up E-Mails zu investieren.

E-Mail-Marketing bringt im Durchschnitt einen ROI von 4200 %, während SEO im Durchschnitt nur einen ROI zwischen 738 % und 2.200 % erzielt.

Es ist also besser, dich darauf zu konzentrieren, wie du den Traffic, den du durch Mund-zu-Mund-Propaganda oder soziale Medien erhältst, mit einem nützlichen Lead-Generator und dem Follow-up mit E-Mails konvertieren kannst, bevor du viel Geld in die Steigerung des Traffics auf deiner Website durch SEO investierst.

Du kannst so viel Traffic haben wie du willst - aber wenn du keine Möglichkeit hast, diesen Traffic zu konvertieren, wird er nicht zu Verkäufen führen.

Herzlichen Glückwunsch!

Mit diesem Bauplan für deine Business-Webseite hast du einen Leitfaden an der Hand, der dir beim Erstellen deines Webauftritts jede Menge Versuch und Irrtum erspart.

Jetzt kennst du den Weg zu einem erfolgreichen Webauftritt.

Einen Webauftritt, der dich als Problemlöser positioniert und es dir leichter macht, genau die “Richtigen” als Kunden zu gewinnen.

Wenn du tiefer in die Materie einsteigen und noch mehr Anleitung bekommen willst, dann ist dieses **kostenfreie Online-Training** genau das richtige für dich:

Deine Webseite:

Wie du den perfekten Draht zu deinen Wunschkunden bekommst

Melde dich einfach hier an:



<https://draht.campfirmarketing.de>



*“Ich helfe guten Experten ein
großartiges Business aufzubauen”*

Hans-Joachim Löblein

Marketing-Coach & Copywriter