



TAG 2 | MEHR WUMMS FÜR DEINE STARTSEITE

Vielleicht spielst Du seit geraumer Zeit mit dem Gedanken, eine Webseite für Dein Business zu eröffnen. Vielleicht hast Du Deine Webseite sogar schon eine Weile, bist nicht unzufrieden, aber auch nicht so richtig zufrieden. In beiden Fällen bist Du *heute hier* genau richtig.

Was Du wissen musst: Eine Webseite ist DAS Aushängeschild für Dich. Sie repräsentiert Deine Persönlichkeit – also Deinen ganz besonderen Look&Feel und sie ist die Bühne, auf der Du Dein Können ins richtige Licht rückst. Wenn Du bisher dachtest, dass es ausreicht, via Social Media präsent zu sein, stimmt das nur zum Teil. Social Media ist ein Spielfeld, auf dem Du (wenn Du genau weißt, was zu tun ist), durchaus Dein Publikum erreichen kannst. Ich persönlich nutze Facebook & Co nur maximal zu 20% für mein Business.

Dafür habe ich gute Gründe:

1. Facebook (WhatsApp und Instagram) gehören zu einem Unternehmen namens META. Sollte META irgendetwas an meinem Auftritt oder meinem Geschäftsgebaren nicht passen, sind meine Accounts und Gruppen Ruckzuck unwiderruflich gesperrt, meist ohne die Angabe von Gründen. Ich wäre komplett abgeschnitten von meiner Kundschaft.
2. META lebt von Werbeeinnahmen. Dem unterliegt meine Reichweite – und zwar immer. Da kann ich mich anstrengen, wie ich will. Wenn META will, dass ein Post nicht funktioniert, weil META gerne sieht, dass ich Werbung schalte, dann drosseln sie die Reichweite des Threads mit einem einzigen Klick.
3. Die mehrmaligen Totalausfälle der Plattformen in den vergangenen Monaten zeigen mir, dass es wichtig ist, nach Alternativen Ausschau zu halten, mit denen ich Kontakt zu meinem Publikum aufnehmen und halten kann.

Sinnzentriertes E-Mail-Marketing ist kein One-Night-Stand, es ist der Beginn einer intensiven Beziehung.

80% meiner Teilnehmerinnen kommen über meine Webseite. Seit Oktober 2020 hat sich meine Mailingliste auf über 20.000 Abonnentinnen vergrößert. Alles potenzielle Kundinnen, die ich regelmäßig mit wertvollen Informationen, tiefgründigen Gedanken und Programmhinweisen inspiriere. Das geht nicht von heute auf Morgen, ist aber viel wirkungsvoller und nachhaltiger als Social Media.

Heute verrate ich Dir **sieben wertvolle Tipps**, was zu tun ist, damit Du einen bombigen ersten Eindruck hinterlässt.

1. Formuliere eine Begrüßung mit Wumms

Die typischen Fehler:

In der Regel gehen wir gezielt auf Webseiten, weil wir ein Problem haben. Wir suchen nach etwas, das dieses Problem löst – und Deine Webseite sollte auf den ersten Blick signalisieren: *Hier findest Du das Produkt, das genau jetzt weiterhilft! Hier gibt's genau die Informationen, die Du brauchst! Diese Dienstleistung ist Dein Retter in der Not!*

Im Idealfall schaffst Du es außerdem, dem Besucher sofort klarzumachen, dass er hier ein gewünschtes ERGEBNIS erreichen kann – und zwar so, dass er es ohne großes Nachdenken versteht, in verständlichen, alltagsnahen Worten.

Was deshalb gar nicht geht:

- „Herzlich willkommen auf meiner Homepage!“
(Hä? Wer spricht da? Worum geht's hier?)
- „Massagepraxis Walther, Traditionsunternehmen aus Wuppertal – wir massieren mit Leidenschaft!“ (Das tun alle anderen auch – was unterscheidet euch?)
- „Greta Hansen, Expertin für kindzentrierte Elternberatung mit Schwerpunkt auf Lese-Rechtschreib-Schwäche und ADHS in Lüneburg. Ich bin ausgebildete wing-wave-Therapeutin und lade Sie ein, sich über meine Workshops und Beratungs-Angebote zu informieren.“ (Gähn...geht's ein bisschen weniger langweilig?)
- „'Wer hohe Türme bauen will, muss lange beim Fundament verweilen.' Aristoteles.“
(Ach so, ja. Und was hat das mit mir und meinem Problem zu tun?)
- „Die Gesundheitspraxis Bauer ist Ihr zuverlässiger und kompetenter Begleiter in Fragen der ganzheitlichen Ernährung und anthroposophischen Lebensweise.“
(Doppelgähn...)

Was Du stattdessen tun solltest:

Mach in einem Satz klar, wofür Du stehst.

Kannst Du EINEN Satz formulieren, der klar macht, wofür Du stehst oder was man bei Dir bekommt? Hier ein paar Ideen, wie das gelingen kann:

- **Sprich über das Ergebnis.**
Welches drängende Problem bringen Deine Webseitenbesucher mit? Je besser und konkreter Du es benennen kannst, desto leichter wird es Dir fallen, ein mögliches Ergebnis zu formulieren, das Dein Produkt oder Deine Dienstleistung bieten kann.
- **Stell eine Frage, die ein Problem anspricht.**
Sprich das Problem, das die Webseitenbesucher mitbringen in einer Frage an. Etwa so: *„Würdest du gern weniger Zucker essen – aber dann kommen immer wieder die Heißhungerattacken dazwischen?“*
- **Sag etwas, das überrascht.**
Vielleicht kannst Du ein provokatives Statement machen? Etwas, das erst mal überrascht? Das nicht jeder erwartet? Eine Aussage, die Deine Haltung klar macht? Auf meiner Startseite steht zum Beispiel dieses Statement: „LANGWEILIG WAR GESTERN.“
Ok...soooo provokativ ist das zugegebenermaßen nicht – aber zumindest stelle ich sofort meine Haltung klar: Dass ich das klassische Online-Marketing mit der ganzen öden Marktschreierei für komplett gestrig halte.
- **Nutze Alltagssprache**
Du kannst Dir noch so viel Mühe geben, das Problem Deines Gegenübers zu erkennen und anzusprechen – wenn Du es in hochtrabenden, bürokratisch oder wolkig klingenden Worten (vor allem: in Substantiven – s. Lektion 1!) tust, wird es sie oder ihn nicht im Herzen erreichen. Es wird Deine Leserschaft höchstens angestrengt nachdenken lassen, bevor sie sich dann schnell aus dem Staub macht.
Und ja, das gilt auch, wenn Du hoch-seriös und professionell auftreten willst! Denn es geht bei der Alltagssprache ja nicht darum, dass du in Ghetto-Slang verfällst. Sondern darum, dass Du auf der Stelle verstanden wirst.
- **Halte Dich kurz**
Die Begrüßungs-Sätze, die ich hier formuliert habe, waren kurz und knackig – und genau das rate ich Dir für Deine ersten Sätze auch. Es braucht nicht viel Text, um einen Suchenden zu überzeugen, dass er an der richtigen Stelle ist!
Denn wir alle **scannen** Webseiten mehr, als dass wir wirklich lesen (sei ehrlich: Das ist bei Dir nicht anders!).

2. Zeig Dein Gesicht – Persönlichkeit rocks!

Die typischen Fehler:

Viele wollen möglichst professionell wirken, wenn sie ihre erste Webseite aufsetzen. Auf GAR KEINEN FALL sollen die Besucher merken, dass nur eine einzige Person hinter der Dienstleistung oder dem Produkt steckt! Das Ergebnis: eine gesichtslose, formell wirkende Seite, die auch von einem Steuerberatungs-Verein oder der städtischen Verwaltung stammen könnte. Das Problem dabei ist, dass wir im Internet häufig nach Sympathie entscheiden. Und die entsteht nicht durch ein perfektes Logo, ein gesichtsloses Symbol-Bild und viel Text.

Was Du stattdessen tun solltest:

- **Zeig Dich!**
Deine größte Hürde ist der Bildschirm: Du stehst nicht direkt vor dem Menschen, der sich Deine Webseite gerade anschaut, kannst ihn also nicht mit Mimik, Gestik, Stimme und freundlichem Verhalten für Dich einnehmen.
Deshalb ist es so wichtig, dass Deine Webseite das für Dich übernimmt. Sie sollte einladend wirken, freundlich, angenehm anzuschauen. Und das schaffst Du am besten, indem Du den Besucher anguckst. *An guten Fotos führt kein Weg vorbei!*
- **Drücke im Bild aus, wofür Du stehst.**
Kannst Du Dich *abheben* von den vielen anderen, die einfach nur nett in die Kamera lächeln? Vielleicht geht es bei Dir um Naturkosmetik – dann lass Dich doch in der Natur fotografieren! Vielleicht bietest Du Wander-Reisen an – warum also nicht ein Bild mit Rucksack in den Bergen? So wirken die Bilder automatisch weniger förmlich und „business-mäßig“.
- **Lass dich inspirieren**
Geh einfach mal auf andere Webseiten und mach Dir Notizen: Was gefällt Dir? Welches Bild wirkt auf Dich sofort ansprechend? Welche Ideen haben andere umgesetzt? In welcher Umgebung haben sie sich fotografieren lassen?
Ich selbst habe das ganz genau so gemacht! Erst, als mir klar war, was MIR bei anderen gefällt, hatte ich auch eine genauere Vorstellung davon, welche Art von Fotos ich auf meiner Seite haben will.
Wenn Du einen Foto-Termin machst, dann schicke dem Fotografen vorab ruhig ein *Best Of* der Seiten, die Dir gefallen. Und nicht vergessen: Wenn später neben Deinem Gesicht noch Text zu sehen sein soll, *muss* der Fotograf das vorab wissen!



3. Biete etwas Kostenloses an – mehrfach

Die typischen Fehler:

Alle reden von Freebies (das sind kostenlose Inhalte mit Mehrwert, für die die Leser Ihre Mailadresse dalassen).

Also hast Du Dich hingesetzt, viel Zeit in ein tolles E-Book gesteckt, Dir einen Newsletter-Anbieter ausgesucht, alles miteinander verknüpft – und dann? Lädt niemand das Ding runter.

Dafür gibt es zwei Gründe:

- Dein Freebie ist nicht interessant genug
- Du bietest dein Freebie zu wenig offensiv an

Was Du tun solltest:

Verbessere Dein Freebie!

Löst Dein Freebie WIRKLICH ein drängendes Problem Deines Kunden? Bietet es einen Mehrwert, bei dem ich sofort denke: «*Boah, das muss ich haben!*»?

Oder hast Du einfach nur ein paar Seiten zu einem x-beliebigen Thema gefüllt, das Ganze «E-Book» genannt und dann hoffnungsfroh auf die Seite gesetzt?

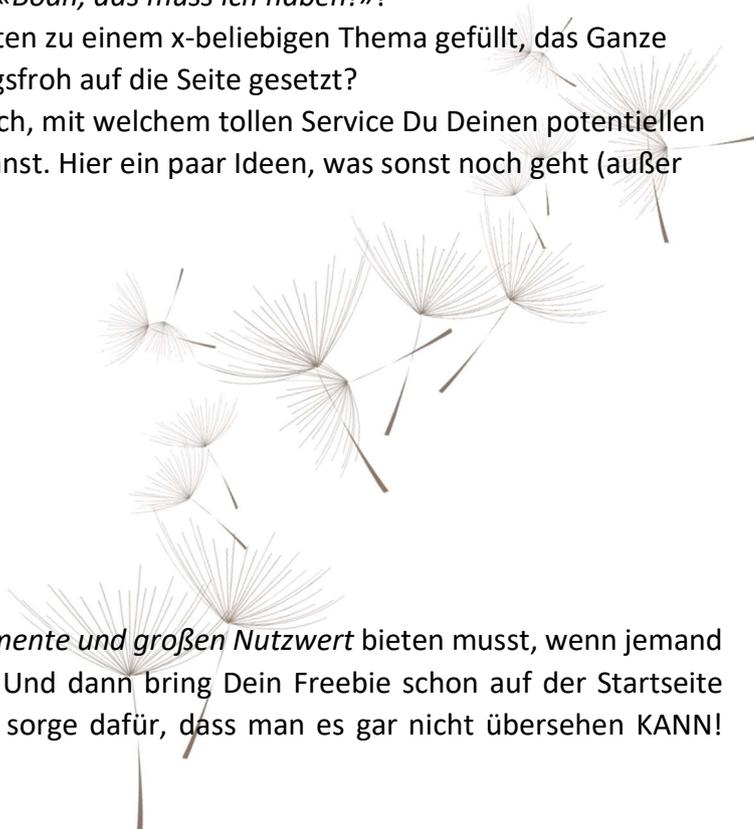
Dann denk doch mal bitte darüber nach, mit welchem tollen Service Du Deinen potentiellen Kund*innen wirklich weiterhelfen kannst. Hier ein paar Ideen, was sonst noch geht (außer einem E-Book):

- Checkliste
- Gesprächs-Leitfaden
- Video-Serie
- Vorlage/Blaupause
- Spickzettel
- Quiz
- Gut recherchierte Liste
- Mini-Kurs

Mach Dir klar, dass Du *echte Aha-Momente und großen Nutzwert* bieten musst, wenn jemand seine E-Mail-Adresse hergeben soll! Und dann bring Dein Freebie schon auf der Startseite überall unter. Steht dein Freebie, so Sorge dafür, dass man es gar nicht übersehen KANN!

Dafür eignen sich auf der Startseite:

- Ein Download-Button im Header-Bild
- Ein Download-Button direkt unter dem Foto
- Ein Punkt in der Menü-Leiste, z.B. «Kostenlos» oder «Tipps»
- Ein Download-Button ganz am unteren Ende der Seite



Stehst Du gerade erst am Anfang, so würde ich Dir raten: Konzentriere Dich auf **EIN** richtig gutes Freebie, damit Du schon mal loslegen kannst. Mach nicht den Fehler, bei anderen zu schauen und zu sagen: «Die haben aber drei oder vier!» Die anderen sind im Zweifel nämlich schon viel länger dabei als Du.

4. Formuliere einen klaren Call to Action (CTA)

Die typischen Fehler:

Steht auf Deiner Webseite «*Hier kannst du dich weiter informieren*», und dann kommt ein Button, in dem das Wort «*Download*» steht?

Mök–möööök – das wird leider nicht viel bringen. Solche Formulierungen sind viel zu vage und machen keine Lust, tatsächlich zu handeln.

Was Du stattdessen tun solltest:

Du brauchst über dem Button einen klaren «*Call to Action*», also eine **Aufforderung zum Handeln**.

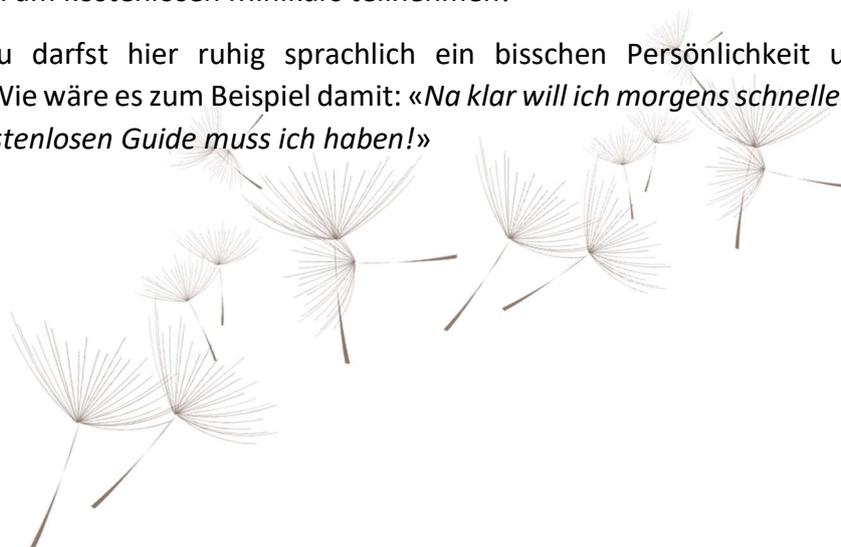
Das sind mögliche Call to Actions:

- Hol dir hier meine 7 besten Übungen, damit Du morgens schneller fit bist
- Lade Dir jetzt meinen kostenlosen Guide mit den schönsten Wanderzielen im Allgäu herunter
- Melde Dich hier für meinen Minikurs «Erziehen ohne Schimpfen und Drohen» an

Im Button brauchst Du dann nochmals etwas, das zum Handeln motiviert – am besten aus Sicht des potentiellen Kunden formuliert. Hier ein paar Beispiele:

- Ja, ich will morgens schneller fit sein!
- Schick mir den kostenlosen Guide fürs Allgäu!
- Ich will am kostenlosen Minikurs teilnehmen!

Profi-Tipp: Du darfst hier ruhig sprachlich ein bisschen Persönlichkeit und Lockerheit reinbringen. Wie wäre es zum Beispiel damit: «*Na klar will ich morgens schneller fit sein!*» oder «*YES! Den kostenlosen Guide muss ich haben!*»



5. Entrümpele Deine Menü-Leiste

Die typischen Fehler:

Du hast ja soooo viel zu sagen und es gibt soooo viel über Dein Angebot zu wissen – und deshalb sieht es in Deiner Menüleiste aus wie in einem ALDI-Regal: vollgestopft und dicht an dicht.

Du stellst Deine Webseitenbesucher also vor unzählige Möglichkeiten. Und weißt Du was? Die Gefahr ist groß, dass sie sich am Ende für GAR NICHTS entscheiden.

Was Du stattdessen tun solltest:

- Halte Dich an *5 oder 6, maximal 7 Menü-Punkte* – alles andere wirkt unübersichtlich. Entscheide Dich im Zweifelsfall lieber für ein Drop-Down-Menü, das sich öffnet, wenn man mit der Maus über einen Menü-Punkt fährt.
- Einer der Menü-Punkte verlinkt im Idealfall auf Dein Freebie. Ich habe das auf meiner Seite einfach unter «Kostenlos» verlinkt, aber Du kannst das natürlich auch noch etwas gewitzter anstellen. Noch eine Idee wäre zum Beispiel *“Geschenk für dich”* – wichtig ist nur, dass bei aller Kreativität sofort klar wird: **Hier gibt es was Nützliches, und zwar gratis!**



6. Zeig Deinen Content

Typischer Fehler:

Du hast viel Zeit und Mühe in Blogposts, Podcasts oder Videos investiert – dann stoßen Deine Leser*innen nur eher zufällig auf irgendwelchen Unterseiten auf sie. Das ist natürlich doof. Dein Content zeigt erst so richtig, was Du kannst und draufhast! Er ist Dein allerbestes Verkaufs-Argument!

Was Du tun solltest:

- Nimm dir die Zeit, regelmäßig hochwertigen Content zu veröffentlichen. Du wirst so in Google gefunden, wenn potenzielle Kunden*innen nach einer Problemlösung suchen – und Du überzeugst Webseitenbesucher davon, dass Du auf Deinem Gebiet eine Expertin bist.
- Zeig Deinen Content prominent auf Deiner Startseite – zum Beispiel, indem Du in Canva hübsche Titelbilder für Deine Blogposts, Podcasts oder Videos erstellst und diese auf der Startseite zeigst.
- Pass dabei auf, dass es nicht *irgendwelcher* 08/15 Content ist: Fokussiere Dich glasklar auf Deine Nische, auf Schmerzpunkte und Probleme potentieller Kund*innen.

7. Werde übersichtlicher

Die typischen Fehler:

Zu viel Text, zu viele Bilder in unterschiedlichen Formaten, zu viele Farben, zu viele Schriftarten... die Liste der Fehler auf Startseiten ist lang (*ist doch auch kein Wunder: Schließlich gestalten viele Online-Heldinnen ihre Webseite selbst – und müssen plötzlich zum ersten Mal in ihrem Leben Grafikdesigner spielen. Genau deshalb ist es ja so gut, dass Du in diesem Bootcamp bist!*).

Was Du stattdessen tun solltest:

Hier ein paar grundlegende Tipps, mit deren Hilfe Deine Startseite sofort aufgeräumter aussieht. Sie stammen aus meinem **Legendär!**- 6 Monats Programm. Hier gebe ich noch viel mehr handfestes Feedback, das für Webseiten-Selbstermacherinnen prima umsetzbar ist.

- Reduziere die Zahl der *Farben*: Lege zwei, maximal drei Farben fest, die zueinander passen und Sorge für Einheitlichkeit (Text immer in einer Farbe, Buttons in einer anderen Farbe, Überschriften eventuell in einer dritten Farbe).
- Reduziere die Zahl der *Schriften*: Wähle maximal zwei Schriften aus, die Du durchgängig in derselben Größe verwendest. Das heißt, Überschriften erscheinen alle in Schrift A mit Punktgröße A. Alle anderen Texte erscheinen in Schrift B mit Punktgröße B. Achte bei der Schriftauswahl auf eine Sache ganz besonders: Deine Fließtexte (das sind die Texte, in denen Dein Inhalt steht) sollten *sehr gut* leserlich sein.
- Mehr Weißraum, weniger Text: Für das menschliche Auge ist es anstrengend Texte am Bildschirm zu lesen. Mach es Deinen Besuchern möglichst einfach, die wesentlichen Inhalte zu erfassen. Achte darauf, dass eine Textzeile nicht von links nach rechts über den ganzen Bildschirm läuft, sondern in einer angenehmen Breite begrenzt ist. Nutze die weiße Hintergrundfläche bewusst, um Inhalte sauber zu strukturieren. Der häufigste Fehler: Um den Text herum gibt es rechts und links viel Weißraum, oben und unten jedoch nicht.
- Wähle großzügigere Bilder: Es gibt Startseiten, da weiß das Auge des Besuchers nicht, wo es vor lauter Bilder und Grafiken zuerst hinsehen soll. Mach es Deinen potenziellen Kunden einfach und verwende große Fotos. Überleg Dir genau, was Du mit Deinem Foto aussagen möchtest (unterstreicht es Deine Botschaft?) und setze es bewusst ein. Teste Dein Design unbedingt auf unterschiedlichen Geräten (Laptop, Smartphone ...) und Betriebssystemen. Was häufig passiert: Köpfe oder gar Teile des Gesichts sind abgeschnitten. Das solltest Du unbedingt vermeiden.
- Nutze professionelle Fotos: Wer großzügige Fotos verwendet, sollte auf die Qualität achten. Ein zu kleines Smartphone-Foto sieht im großen Format unscharf, verpixelt und laienhaft aus. Das Bild auf der Startseite ist das erste Element, das der Besucher Deiner Website wahrnimmt. Solltest Du keine passenden Fotos zur Hand haben, investiere in ein Fotoshooting beim Fotografen.

Freude am Üben Tag 2:

Falls Du bereits eine eigene Webseite hast, unterziehe sie einmal einer genauen Überprüfung auf die Tipps des heutigen Tages. Stopp! Nicht einfach drauflosstürzen. Notiere Dir zuerst, welche Änderungen Du wo vornehmen willst.

- Verfasse eine knackige Begrüßungszeile
- Entrümpel Deine Menueleiste
- Kürze und kläre Deine Texte
- Verfeinere Deine Bildersprache
- Überlege, wo Du Deine Gründungsgeschichte (s. Tag 1) unterbringen kannst
- Erstelle ein Freebie, das einen wirklichen Mehrwert für Deine potenziellen Kund*innen hat

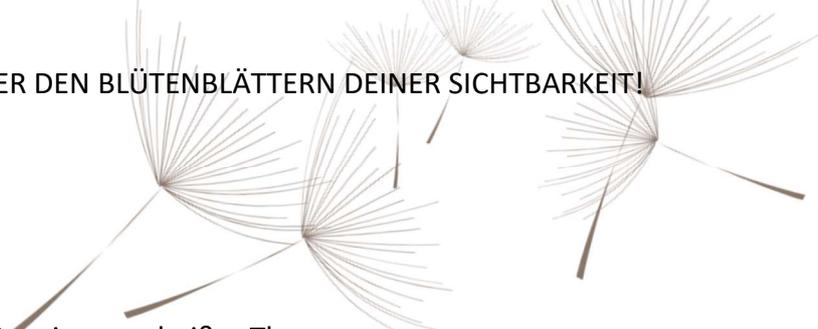


Erst dann nimm Dir jeden Tag eine Stunde Zeit, um Deiner Webseite ein knackiges Makeover zu verpassen.

Falls Du noch keine Webseite hast, und jetzt auf den Geschmack gekommen bist, geh die Punkte oben in Gedanken und auch schriftlich durch. Dann reserviere Dir eine Domain mit Deinem Namen und setze die Punkte nach und nach um.

Wenn Du Dir Unterstützung dabei wünschst – vielleicht um technische Hürden zu meistern oder auch um weitere hilfreiche Tipps von mir zu bekommen, dann bist Du in meinem **6-monatigen Online-Business-Mentoring „LEGENDÄR!“** gut aufgehoben, das am 15. Januar 2021 startet. Morgen in unserem dritten Live-Webinar des Bootcamps erzähle ich noch etwas mehr darüber.

Let's make some WIND UNTER DEN BLÜTENBLÄTTERN DEINER SICHTBARKEIT!



Morgen im Bootcamp - Tag 3 – ein superheißes Thema:

„So werden aus Interessent*innen Kund*innen“ – oder auch „Verkaufen? Igitt!“)

Bis morgen,

Ariane