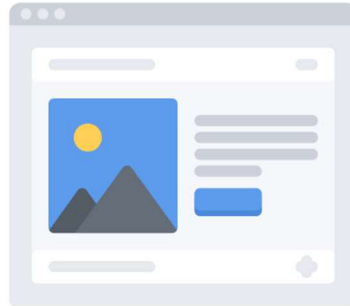


Websitemagie

In 12 Schritten zur verkaufstarken Angebotsseite

© Ariane Grünler
Die wilde Frau im SoulBusiness
www.arianegruebler.com



ARBEITSBUCH

SO ERSTELLST DU EINE EXZELLENT VERKAUFSSSEITE



©Ariane Grünler | Die wilde Frau im SoulBusiness
www.arianegruebler.com

4 Faktoren, die Deine Angebotsseite verkaufsstark machen

1. Brenne für Dein Produkt und zeig das auch! Deine **Leidenschaft** und Deine **Begeisterung** für Dein Produkt sind die wichtigsten Voraussetzungen für gute Texte. Wenn Deine Leser*innen **Deine Energie** im Text spüren, erhöht dies die Chance für den Verkauf erheblich.
2. Kenne Deine Keywords, mit denen die Menschen auf Deiner Produktseite landen. Nur wenn Du **die richtigen Keywords** nutzt, wird Deine Website auch **in Google** gefunden.
3. Achte in Deinen Texten auf **gute Lesbarkeit**. Mache eine **strukturierte Gliederung**, damit sich die Menschen auf der Seite gut zurechtfinden. Eine übersichtliche Gliederung erhöht die Bereitschaft der Menschen, auf Deiner Produktseite zu bleiben und sich **intensiv** mit Deinem Angebot zu befassen – und zu buchen/kaufen.
4. Kenne Deine potenziellen Käufer*innen! Starte immer mit der Frage: „für welche Menschen ist das Produkt hilfreich und mit wem davon möchte ich gerne arbeiten?“ (SoulBusiness-Lieblingsmensen aka „Zielgruppe“). Denk **aus der Sicht der Suchenden**, die auf Deine Website landen. Stell Dir möglichst konkret vor wie sie am Monitor oder am Handy sitzen und etwas bestimmtes suchen: **DICH UND DEIN ANGEBOT!**

Es liegt in Deiner Hand, Deinen Angebotstext **kundenorientiert** aufzubereiten und sehr klar zu formulieren, **wen Du Dir als Käufer wünschst**. Mach es konkret, damit sich auch **die richtigen** angesprochen fühlen! Das erspart Dir eine Menge Struggle in Form von Stress, Ärger und Enttäuschung mit Kund*innen, für die Du gar nicht die Richtige bist.

Nur mit Deiner **glasklaren Ausrichtung** können sich potenzielle Kund*innen glasklar orientieren. So bekommst Du zufriedene, treue Kund*innen, die happy mit Deinem Produkt sind und Dir gerne **ein positives Feedback** geben, bzw. Dich weiterempfehlen.



In 12 Schritten zur exzellenten Angebots-Seite

Schritt 1: Dein Angebotsname

Dein Angebotstext startet mit dem Namen Deines Angebotes. Hierin kommt idealerweise das Keyword der URL für dieses Angebot vor. Danach suchen die Menschen. Nenne diesen Namen exakt und zieh ihn durch Deine gesamte Website und Dein Marketing durch.

Wenn Dein Kurs „Intuitives Malen für Anfänger“ heißt, dann nenn ihn nicht an anderer Stelle „kreatives Malen für Neulinge“. Achte auf den exakten Produktnamen und behalte ihn bei!

Warum ist das wichtig? Ich erinnere Dich an die Haltezeit bzw. die Absprungrate Deiner Website, die Google „geranked“. Wird nicht umgehend klar, worum es hier geht, gehen Deine Websitebesucher*innen sehr schnell wieder. Das wirkt sich negativ auf Deinen Rankingfaktor aus.

Schritt 2: Dein Teaser

Beschreibe zunächst kurz und knapp in einem Einführungstext (Marketingdeutsch: Teaser = Neugierigmacher), worum es geht. Der Teaser macht neugierig auf das, was jetzt kommt. 1-3 sehr kurze Sätze reichen hier aus. Nicht jeder Angebotstext muss einen Teaser haben. Du kannst auch einfach nur mit einem aussagekräftigen Foto starten und dann mit dem detaillierten Angebotstext starten.

Schritt 3: Überzeugende Fotos

Auf Deiner Angebotsseite spielt die Optik eine wesentliche Rolle. Ein eigenes Fotodesign (also Deine ganz persönliche, künstlerische Note bei der Art der Fotografie) kann für den Verkauf Deines Angebotes sehr wichtig sein, besonders, wenn Du etwas anbietest, was in gleicher, oder ähnlicher Variation öfter im World Wide Web angeboten wird. Unterscheide Dich in Deinem Style von Deinen Mitbewerber*innen. Hebe Dich ab! Du bist einzigartig!

Falls Du Produkte in einem Shop verkaufst, Sorge wirklich für erstklassige Fotos.

Falls Du Onlinekurse, Seminare, Beratungsdienstleistungen oder Trainings verkaufst. Überlege Dich gute Fotothemen (Storys), die bildlich veranschaulichen, was Kund*innen bei Dir kaufen können.



Schritt 4: Das Ziel und der Nutzen Deines Angebots

Was können die Menschen mit Deinem Angebot erreichen? Die Antwort auf diese wichtige Frage ist der Hauptanlass für einen Kauf oder eine Buchung. Auch z.B. bei physischen Produkten (Schmuck, Kosmetik, Handgefertigtes...).

- Du verkaufst einen Workshop? Wozu dient er?

„Am Ende dieses Workshops Onlinekurs erstellen für Anfänger bist Du in der Lage Onlinekurse zu erstellen und auf Deiner Website stattfinden zu lassen.“

- Du verkaufst eine Kette? Wozu dient sie?

„Dieser Halsschmuck wird Deinen femininen Look ausdrucksvoll untermalen.“

- Du verkaufst ein Onlineprogramm? Was haben die Menschen davon?

„Nach diesem 4-wöchigen Aufräumprogramm „Ordnung schaffen“ hast Du ein aufgeräumtes Zuhause und Deine alltäglichen Arbeiten werden Dir immer leichter gelingen.“

MERKE:

Nenne das Ziel in aller Deutlichkeit!

Menschen kaufen nicht nur ein Produkt, sondern sie haben ein Bedürfnis, das sie erfüllen wollen. Wenn Kund*innen bei Dir kaufen tun sie das, deshalb, weil sie Deine Werte, Deine Haltung und Deine Einstellung gut finden. Oder Dein Versprechen, das Du zu diesem Produkt abgibst.

Schritt 5: Überzeugende Beschreibung

Starte mit der detailgenauen und überzeugenden Beschreibung unterhalb eines Produkt- oder Actionfotos. Erst nach dem optischen Eindruck lesen die Menschen Deinen Text wirklich gerne weiter.

Du kannst mit einer kurzen Auflistung der wichtigsten Angebotseigenschaften starten und im Folgenden genauer darauf eingehen. Präsentiere darin alle Besonderheiten Deines Angebots.

Ich habe zum Schreiben von begeisternden und mitreißenden Texten die ultimative P.E.R.L.E. – Regel entwickelt, die ein wesentlicher Bestandteil meines Mentoring Programms LEGENDÄR! ist. Das würde hier den Rahmen sprengen – Die Essenz daraus: **Es gibt keine zu langen Texte, es gibt nur zu langweilige Texte.**



Schritt 6: Das Sahnehäubchen (plus Kirsche)

...auch bekannt als „Tüpfelchen auf dem „i“ “ oder einfach „Extra“

Dieser Schritt ist der Erfolgsfaktor, der Dich nochmals von der grauen Masse abhebt und deshalb sehr wirkungsvoll ist. Die meisten Websitebetreiberinnen lassen ihn außen vor, denn: Er macht extra Arbeit!

Biete einen Mehrwert an. Ein Plus, ein Add-on, einen Bonus, eine Zugabe, ein wertvolles Extra. Das ist entscheidend für den Kauf.

Gerade wenn es Dein Angebot so oder ähnlich bereits ´zig Mal im Internet gibt, ist es wichtig, dass Du Deinen potenziellen Kund*innen jetzt einen Grund gibst, warum sie ausgerechnet bei Dir buchen sollen.

Spare nicht mit guten Tipps:

Dein Sahnehäubchen kann z.B. ein persönlicher Tipp sein, zur Anwendung Deines Angebotes. Oder eine Empfehlung, was Du damit noch alles machen kannst.

Beispiele:

- *„Meine besten Tipps, wie Du den Kurs „gewaltfreie Kommunikation im Job“ auch in Deinem privaten Umfeld anwenden kannst, erhältst Du in dieser PDF“ (PDF verlinken)*
- *„Damit der Workshop „Achtsam im Alltag“ Dein Wohlbefinden nachhaltig verändert, verrate ich Dir in dieser PDF (in diesem Audio) schon heute meine 5 Geheimnisse, für einen guten Start in den Tag. Du kannst sie Dir hier downloaden“ (PDF oder Audio verlinken)*
- *„Bevor Du Dich für den ganzen Kurs „Ordnung schaffen“ entscheidest, zeige ich Dir in diesem kurzen Video, wie Du mit ein paar Handgriffen das Chaos auf Deinem Schreibtisch wieder in den Griff bekommst“ (Video verlinken)*

Kreiere konkrete Momente, die **emotional** ansprechen und **sofort** ein Ergebnis bringen. Dabei zeigst Du auch gleich, was Du draufhast.

Jeder ausdrucksstarke Tipp, jede Idee, welchen Nutzen Deine potenziellen Kund*innen von Deinem Produkt haben, bringt Dich einen Schritt näher zum Verkauf.

Erzähle kleine Storys:

Biete Identifikationsmöglichkeiten an, indem Du Dein Statement, Deine Meinung, Deine Story ins Spiel bringst, a` la

- *„Diesen Online-Kurs habe ich entwickelt, weil...“*
- *„Dieses Bild habe ich gemalt, als...“*
- *„Diese Meditation habe ich immer praktiziert, als...“*



Werde kreativ! Der Mehrwert hebt Dich von der Masse ab! Das Sahnehäubchen kann ausschlaggebend dafür sein, dass die Menschen bei Dir kaufen und nicht irgendwo anders.

Biete **Inhalt plus Information**. Ein Angebot beschreiben kann jede*r. Ein wirkliches Erlebnis zu erzeugen, durch Deinen Text und spannende Inhalte plus Zusatzinfos das ist ganz großes Kino und kann das sprichwörtliche Zünglein an der Waage sein.

Schritt 7: Fragen und Antworten

Achte in Deinem Angebot darauf, dass Deine Websitebesucher*innen **mit weniger Fragen wieder gehen, als sie gekommen sind**, indem Du lösungsorientierte Zusatzinformationen erstellst.

Das lässt sich am besten in einem Aufklapptext (Akkordeon) verwirklichen. Gib hier kurze und prägnante Antworten auf die Fragen, die Dir tatsächlich immer wieder gestellt werden (FAQ). FAQ bedeutet „frequently asked questions“ und lässt sich mit „häufig gestellte Fragen“ übersetzen.

Gehe hier auch auf die Ängste, Zweifel und Vorannahmen Deiner potenziellen Kund*innen ein. Entkräfte diese Gedanken vorneweg. Das macht Dich in Deinem Tun noch klarer und verhindert Enttäuschungen und Missverständnisse

Schritt 8: Der Preis

Es ist wichtig, dass Du den Preis bzw. das Honorar deutlich nennst. Schreibe den Preis nah an den konkreten Angebots- bzw. Produktnamen. Hier integrierst Du auch den „Buchen-Button“.

Mach es Deinen Interessent*innen bitte einfach und lass sie nicht lange nach dem Preis suchen oder gar fragen!

Müssen sie z.B. per Mail erst nach dem Preis fragen, kann dies die Kaufentscheidung verhindern.

(Anmerkung: Für mich ist die Nicht-Nennung des Preises immer ein KO-Kriterium, weil es mir zeigt, dass dieser Mensch ganz offensichtlich ein Thema mit seinem (Selbst)Wert hat und sich darum drücken will, den Preis zu nennen.)



Schritt 9: Ablauf und Abwicklung

Nenne alle Bestell-, bzw. Kaufdetails **klar**. Zum Beispiel ob sie anrufen, mailen, das Kontaktformular ausfüllen auf den Bestellbutton klicken sollen, wenn sie Dein Angebot kaufen oder buchen möchten.

Menschen brauchen Klarheit und Führung.

Auch Infos über Räumlichkeiten, zur Anfahrt, falls es sich um eine Präsenz-Veranstaltung handelt, zur Bezahlung, sowie zu den Stornobedingungen und zu möglichen Absagen eines Termins sind wichtig.

Schritt 10: unübersehbarer Call to Action (CTA)

Ein Call to Action ist die Handlungsaufforderung, die Deine Interessent*innen zum Kaufen oder Buchen, oder auch zur Kontaktaufnahme animiert. Je nach Länge Deines Angebotstextes kannst Du den CTA- Button schon nach dem ersten Drittel erstmalig einbauen. Am Ende Deines Textes machst Du **einen finalen Handlungsaufruf**.

Der Klassiker ist der Bestellbutton. Mein Tipp ist, den CTA so kreativ wie möglich und so klassisch wie nötig zu formulieren und zu gestalten. Bleibe dabei klar und deutlich.

Achte darauf, Deinen CTA kurz und knapp zu halten. Nutzt Du einen Button gestalte ihn farblich passend zu Deinem Webdesign. Der Button sollte auffällig und gut lesbar sein (Kontrast Schrift & Hintergrundfarbe).

Schritt 11: Rezensionen, Feedbacks und Testimonials

Was sagen andere über Dein Produkt/Angebot? Das interessiert die Menschen immer sehr. Oftmals suchen sie gezielt nach Bewertungen im Internet. Nutze dafür auch wieder die Keywords!

Beispiele:

„Onlinekurs xy Bewertungen“

„Seminar xy Erfahrungen“

„Workshop xy Kundenstimmen“

Top Bewertungen sind solche, die nicht nur als Text erscheinen, sondern zudem ein Foto und den Namen der Käufer*innen enthalten. Ein glaubwürdiges Feedback gibt es online kaum.



Schritt 12: Sinnvolle Verlinkungen

Google erkennt Dein **bestes Angebot** daran, dass hier **die meisten Links Deiner Unterseiten** landen.

Baue jedoch **niemals** Links (nicht intern und schon gar nicht extern) in den Text eines Angebotes ein!

Deine Interessent*innen, sind jetzt genau dort, wo Du sie hinleiten wolltest. Mach jetzt nicht den Fehler, sie wieder wegzuleiten!

Zu guter Letzt:

Eine Angebotsseite ist die Seite, auf der die **Kaufentscheidung** getroffen wird.

Es ist ein sehr wichtiger Moment. Tue alles dafür, dass sich Deine SoulBusiness-Lieblingmensen **bis zuletzt wohlfühlen** und sich bei Dir richtig gut aufgehoben fühlen.

Ich wünsche Dir viel Freude bei der Überarbeitung Deiner Angebotsseiten.

Wenn Du Fragen dazu hast, nimm gerne Kontakt zu mir auf oder **komm einfach in meine Website Sprechstunde- jeden letzten Dienstag im Monat live & for free!**

<https://www.arianegruenler.com/website-sprechstunde/>

(einfach Link kopieren und im Browserfenster einfügen)

Ariane



Ich bin Ariane, die wilde Frau im SoulBusiness

Sichtbarkeitsenthusiastin, Website-Profi und SoulBusiness-Expertin

