



Workbook 1

„Über mich“ - Seite



So schreibst Du eine legendäre „Über mich“ - Seite

Statistiken zufolge ist, nach der Startseite, eine „Über mich“ – Seite die zweithäufigst angeklickte Seite auf Websites – besonders, wenn Du ein personenbezogenes SoulBusiness hast, also Dein Business mit Deiner Persönlichkeit steht und fällt (z.B. Coachings, Beratungen oder Dienstleistungen).

Kund*innen wollen wissen bei wem sie ihr Produkt kaufen oder buchen. Sie möchten etwas zu Deiner Haltung im Leben erfahren. Sie wollen sich Einblicke in die Story, die dahintersteckt verschaffen, und auch zu den Werten und zur Ethik, mit der Du Dein Business betreibst.

Die meisten wollen den Grund erfahren, warum Du tust, was Du tust, und sie wollen sich davon überzeugen, ob Du wirklich über das nötige Know-how verfügst.

Aus diesem Grund lesen Deine Website-Besuchenden meist zuerst die „Über mich“ – Seite, bevor sie auf Deine Angebote oder in Deinen Shop schauen. Eine fundiert und interessant geschriebene „Über mich“ – Seite gehört zu den Pflichtseiten einer jeden Website.

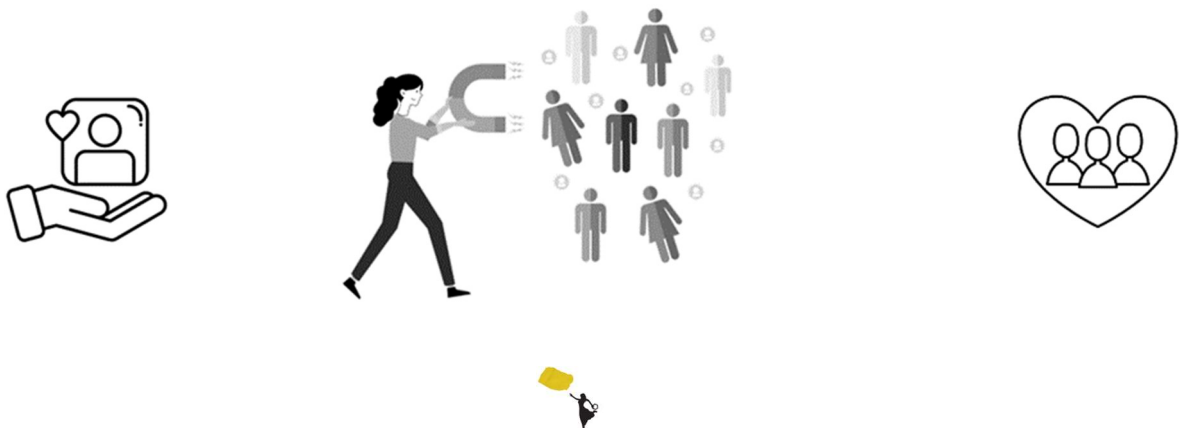
Wie Du sie so erstellst, dass die Menschen anschließend auch gerne Deine Angebote anschauen und sie natürlich auch buchen – das erfährst Du in diesem Workbook.

1. Das muss eine „Über mich“ – Seite können

Die „Über mich“ – Seite ist eine Info- Seite über Dich. (oder ggf. auch über Dein Team, falls Du eines hast).

Deine „Über mich“ – Seite hat, wie alle Deine Seiten, ein eindeutiges Ziel und ganz bestimmte Aufgaben. Zum Beispiel, Dich fühlbar zu machen und Dich so authentisch und so umfassend wie möglich zu zeigen – jedenfalls in den Punkten, die für Dein Business relevant sind.

Hier entscheidet sich, ob die Menschen **Vertrauen zu Dir** aufbauen und ob sie Dich für ihr Bedürfnis oder ihr „Problem“, interessant genug finden. Je mehr Du hier (natürlich businessrelevant) von Dir preis gibst, umso höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass Dich genau die Menschen finden, mit denen Du am besten und auch am liebsten arbeitest. (Business – Lieblingsmenschen / Deine beste „Zielgruppe“).



2. Das sind die Aufgaben Deiner „Über mich“ – Seite:

1. Interesse an Dir wecken

Nur wenn Deine „Über mich“ – Seite interessant ist, verweilen Deine Website-Besucher*innen. Punkte hier mit Inhalten und mit Optik!

2. Vertrauen aufbauen

Mit Deiner „Über mich“ – Seite baust Du Vertrauen auf. Denn ohne Vertrauen, kein Kauf.

3. Dein „heiliges“ Warum und Deine Werte kommunizieren

Menschen wollen wissen, warum Du tust, was Du tust. Erzähle ihnen auf Deiner „Über mich“ – Seite, was Dich zu diesem Business bewogen hat und was Dich Tag für Tag antreibt. Dein Warum geht Hand in Hand mit Deinen Werten. Den Werten in Deinem Business darfst Du besondere Aufmerksamkeit schenken. Die „Über mich“ Seite ist der richtige Ort dafür.

4. Deine „Heldinnenreise“ schildern

Dein Weg, bis zum heutigen Tag ist das, was Menschen von Dir erfahren wollen. Sie interessieren sich für Deine wichtigen Meilensteine und für die Erfahrungen, die Dich geprägt haben (und die für Dein Business relevant sind).

Sie wollen wissen, welche Herausforderungen Du gemeistert hast und möchten die Höhen und Tiefen „miterleben“ und – vor Allem – wollen sie wissen, wie Du das geschafft hast, was sie noch schaffen wollen. Konzentriere Dich hier nur auf das, was maßgebend für Deine Expertise, Deine Haltung und Deine Einzigartigkeit im SoulBusiness ist. Alles andere lass weg.

5. Deine Expertise darlegen

Auf Deiner „Über mich“ – Seite erkennen die Menschen, warum Du die Expertin für Dein Business – Thema bist.

Das gelingt, weil es sich aus **Deiner Heldinnenreise** heraus ergibt. Du wirkst dann sehr glaubwürdig, weil sich Deine Entwicklung bis zum heutigen Business – Stand wie ein roter Faden durch Deine Heldinnengeschichte zieht.

Das darf sich auch in Deinen Angeboten zeigen. **WICHTIG:** Deine Erlebnisse, Erkenntnisse, Tiefschläge und Höhenflüge zählen weit mehr als Deine Ausbildungszertifikate und Diplome!

6. Deine einzigartigen Fähigkeiten zeigen

Tu Deinen Websitebesucher*innen den Gefallen und verwende auf Deiner „Über mich“ – Seite **keine Phrasen und allgemeingültiges Blabla**, die auf jeder zweiten Website zu finden sind. Finde Deine Stil!

Es gibt tausende CoachInnen, Beraterinnen, Yogalehrerinnen und Heilpraktikerinnen.

Was zeichnet **Dich** aus? Welche Gaben und Talente hast Du, die Dich und Deine Arbeit so besonders machen?

Für jede von uns gibt es die passenden Klient*innen. Die Frage ist: Wie zeigen wir uns, damit uns genau **die** finden, die **schon ewig** nach so jemandem wie uns suchen?



3. Gliederung, Überschriften, Lesbarkeit und Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Damit Du einen 1a – Text erstellst, den Deine Website Besucher*innen mit wachsendem Interesse lesen, und den auch „Google“ liebt, brauchst Du neben Top Inhalten und Formulierungen die richtige Gliederung.

Ein Fließtext mit sehr vielen Wörtern mit wenigen Absätzen und Überschriften ist fein, wenn er in einem Buch steht. Im Internet gelten andere Regeln.

Hier braucht das Auge Struktur. Achte daher immer auf eine übersichtliche und korrekt formatierte Gliederung auf Deiner Website. Die Gliederung bildet den Rahmen für Deine wertvollen Inhalte.

1. Gliederung

Sortiere Dein Skript für Deinen Website Text in thematisch sinnige Absätze. Dabei startest Du mit einer super-knackigen H1-Überschrift, die sozusagen als über-Überschrift gilt und nur 1-mal pro Seite genommen wird. Lass dann im Fließtext mehrere H2 Überschriften (und wenn Du magst auch H3 Überschriften) folgen, die, nacheinander gelesen Sinn ergeben (Google mag das!)

2. Überschriften

Kreiere geniale Überschriften! Formuliere sie so, dass die Menschen Lust bekommen den nächsten Textabschnitt zu lesen. Eine gute Überschrift besteht aus mindestens 3 und höchstens 9 Worten.

Überschriften müssen nicht immer nur Aussagen sein. Nutze z.B. auch:

- Fragen (Beispiel: Willst Du wissen, was eine gute Website ausmacht?)
- Antworten (Beispiel: Das war bis heute mein größtes Learning im SoulBusiness.)
- Zahlen (Beispiel: 7 Gründe, warum Social Media für mich ausgedient hat)
- „Geheimnisse“ (Beispiel: Mein Geheimtipp, damit Dein Newsletter auch gelesen wird)

3. Lesbarkeit (besonders mobil)

Tolle Inhalte sind als Rankingfaktor in Suchmaschinen superwichtig. Gleich an zweiter Stelle kommt die sehr gute Lesbarkeit.

Viele Menschen kommen heutzutage mobil (übers Handy) auf Deine Website. Daher ist es wichtig, dass Du Deinen Text in übersichtliche Absätze gliederst, damit hier kein Buchstaben-Einheitsbrei daraus wird.

Es ist wichtig, dass das Auge einen Anfang und ein Ende sieht. Ein Absatz sollte daher ungefähr 2-4 Sätze umfassen. Der Absatz muss Sinn machen. Falls noch ein 5. Satz nötig ist – okay. Ansonsten formuliere lieber um.

Setze außerdem **sinnige fette Markierungen** (ca. 1 -3 Worte pro Absatz). Markiere die wichtigen Begriffe so, dass sie beim drüber Schauen bereits Aufschluss über den Inhalt geben.



4. Keywordrecherche: So findest Du Deine Schlüsselwörter:

Eine gute Keyword Recherche ist für das Schreiben Deiner Texte sehr wichtig, denn sie gibt Dir Anregungen, Inhalte und Inspirationen. Surfe zu Deinem Business-Thema im Internet und lass Dich inspirieren. Das ist eine sehr kreative Arbeit, Nimm Dir Zeit, um möglichst viele Informationen zusammenzutragen. Das brauchst Du nicht nur für die „Über mich“ – Seite, sondern für all Deine Seiten.

Frag Dich:

- Welches „Problem“ haben Deine potenziellen Kund*innen?
- Was geben sie ins „Suchfeld“ bei Google ein? (genauer Wortlaut)
- Was schreiben Deiner Mitbewerber*innen über dieses Thema und welche Keywords nutzen sie?

Aus dieser Recherche wird sich sehr klar Dein Haupt – Keyword auf Deiner Website ergeben? Damit Du es geschmeidig in Deine Texte einfügen kannst, finde hier auch Synonyme bzw. semantische Begriffe (bedeutungsverwandte Wörter).

Positioniere das Keyword Deines Textes unbedingt auch in Deinen Überschriften:

H1: Das Keyword 1x – möglichst am Anfang der Überschrift

H2: In nur einer einzigen H2 Überschrift kommt das Keyword 1x rein. Die Position ist hier beliebig

Alle anderen **H2, H3** oder vielleicht sogar **H4** Überschriften enthalten idealerweise Synonyme und/oder die Fragen, die die Menschen in den Suchmaschinen eingeben. Bei der „Über mich“ – Seite ist das nicht so relevant. Auf jeder anderen Deiner Seite kann es sogar sehr relevant sein.

Ideal ist es, wenn es Dir gelingt, dass sich – **allein aus den Überschriften** heraus – schon eine Story ergibt, die durch Deinen Fließtext nur näher erläutert wird.

4. Wie ausführlich soll Deine „Über mich“ – Seite sein?

Eine richtig gute „Über mich“ – Seite darf durchaus ca. **1.000 – 2.000 Wörter** oder mehr beinhalten. Dabei zählt es natürlich, dass Du Deinen Text wirklich erstklassig aufarbeitest.

Merke: Es gibt keine zu langen Texte, nur zu langweilige.

Ich fasse nochmal zusammen, wie Du dafür sorgst, dass Dein Text Deine Leserschaft nicht anödet:

- kurze Absätze
- spannende Zwischenüberschriften
- Leerzeilen dazwischen, damit sich das Auge erholen kann
- Bilder, Grafiken oder gar Videos, zur Auflockerung

Sinnig gesetzte **fette Markierungen** (1-3 Wörter pro Absatz)



5. Interne Vernetzung durch Ankerlinks

Füge mindestens 2-3 interne Links in Deinen „Über mich“ – Text ein. Abhängig von der Wörteranzahl kannst Du sogar mehr Links einfügen. Diese Links führen zu weiteren Informationen, die Deine Leser*innen jetzt, nachdem sie Deine „Über mich“ – Seite gelesen haben gut gebrauchen können. Interne Links sorgen dafür, dass alles auf Deiner Website miteinander verwoben und vernetzt ist.

Überlege Dir, was für die Leser*innen die nächste informative Unterseite nach der „Über mich“ – Seite sein könnte:

- Die Infoseite? (z.B. über besondere Tools oder Techniken)
- Ein Produkt? (z.B. ein niedrigschwelliges Angebot)
- Ein Blogbeitrag (z.B. zum Thema Deiner Heldinnenreise?)

Denke daran, dass die meisten Leser*innen von der Startseite aus auf Deiner „Über mich“ – Seite gekommen sein werden. Frage Dich: wohin sollen sie als nächstes idealerweise gehen?

Einer der Links sollte auf jeden Fall zu einem Deiner Angebote führen. Denn dorthin möchtest Du ja so viele Websitebesucher*innen, wie möglich lenken...und zwar ohne aufdringlich zu sein.

Verteile die Links gleichmäßig auf Deinen Text (Anfang, Mitte und Ende). Die Text Verlinkung geschieht anhand eines so genannten Ankertextes. Damit ist das Wort, bzw. die Wörter gemeint, die das jeweilige Keyword der verlinkten Seite darstellen, zu welcher der Link führt.

Beispiel:

Du verlinkst von der „Über mich“ – Seite zu Deinem Beratungsangebot zum „*Zeitmanagement für selbstständige Mütter mit Kleinkindern*“. Die Angebotsseite hat als Keyword **Beratung für selbstständige Mütter** und die URL lautet dementsprechend www.deinedomain.de/beratung-fuer-selbststaendige-muetter

Du fügst den Ankerlink in den Text demnach auf die Wörter **Beratung für selbstständige Mütter** ein.

Das schaut im Text dann z.B. so aus:

„...daraus ist meine Praxis entstanden, in der ich [Beratung für selbstständige Mütter](#) anbiete...“

Frag Dich:

- Zu welchem Angebot verlinkst Du von Deiner „Über mich“ – Seite aus?
- Wie lautet der Ankertext dazu?
- Wohin verlinkst Du außerdem und mit welchem Ankertext?



6. Aufruf zur Handlung / Call to Action (CtA)

Am Ende Deines Textes brauchst Du eine klare Handlungsaufforderung für Deine Websitebesucher*innen. Wenn jemand einen „Über-mich“ – Text bis zum Ende gelesen hat (zur Erinnerung 1500 – 2000 Wörter!), dann will diese Person wirklich zu Dir und ist definitiv interessiert.

Was soll der/diejenige nun tun? Überlege Dir das genau und leite bewusst dorthin! Möchtest Du, dass er/sie Dich anruft? Dir schreibt? Deinen Newsletter abonniert? Ein Freebie bucht, oder eines Deiner Angebote? Formuliere ein klare Handlungsaufforderung! Einen so genannten Call to Action.



Einen CtA kannst Du bei einem sehr langen Text auch bereits zwischen einzelne Abschnitte setzen. Es kann ein Text sein, wie z.B. „Schreib mir!“ oder „Mach den ersten Schritt und hol Dir...!“ Oder auch ein Button auf dem ein klarer Apell steht:

Wichtig ist, dass Du mit dem CtA direkt eine Möglichkeit anbietest, sodass Menschen dieser Aufforderung auch nachkommen können. Ein „Schreib mir“ ohne einen Link zum Kontaktformular, oder eine Mailadresse ist nutzlos. Biete mit dem CtA direkt einen Link an, der die Handlung **leicht** ausführbar macht!



7. Fotos: Zeig Dich authentisch!

Ein absolutes **Must Have** auf Deiner „Über mich“ – Seite sind authentische und aktuelle Fotos. Die Menschen wollen Dein Gesicht sehen. Sie wollen Dir in die Augen schauen und wissen, ob sie dem, was Du da alles so schreibst auch vertrauen können.

Aus diesem Grund gehören mehrere Fotos von Dir – am besten in unterschiedlichen Situationen auf Deine „Über mich“ – Seite. Zeig Dich in privaten Situationen (die zu Deinem Business passen – neiiiiin nicht die von der letzten Geburtstagsparty!). Zeig Dich auch in business-relevanten Situationen, z.B. während eines Gesprächs oder einer Behandlung.

Fotos erzeugen eine **Atmosphäre des Vertrauens** und transportieren Emotionen.

Wähle für Deine „Über mich“ – Seite aussagekräftige und gut belichtete Fotos, die eine **Themenrelevanz** zu Deinem Business und zugleich zu Deiner Heldinnenreise haben. Fotos und Text sollen zueinander passen.

Ein professionelles Fotoshooting ist immer super, doch auf Deiner „Über mich“ – Seite ist es wichtig, nicht nur sterile Studio-Bilder zu verwenden, sondern auch Fotos, die Dich z.B. in Deinem **Arbeitsumfeld** zeigen.

Deine Website-Besucher*innen **sehnen** sich nach dem Gefühl auf Deiner „Über mich“ – Seite auch einen Einblick „hinter die Kulissen“ zu erhalten.

Heutzutage sind auch **Smartphones** durchaus für ein Business Shooting geeignet, das Du – vielleicht alleine, oder mit einer guten Freundin mal an einem Nachmittag veranstalten kannst.

Auch Stimmungs-Fotos, die z.B. nur Deine Hände zeigen, die etwas produzieren, oder von einem vorbereiteten Behandlungsraum können den Text auf Deiner „Über mich“ – Seite abrunden.



Zu guter Letzt:

Auf Deiner „Über mich“ – Seite lässt Du Deine Interessent*innen ganz nah an Dich heran. Zeigst Du Dich mit all Deinen Facetten, ist dies der Beginn oder die Vertiefung einer **emotionalen Beziehung** zu Deinen Website-Besucher*innen.

Mag sein, dass es Dich zunächst etwas Überwindung kostet, genau über die Schmerzpunkte in Deinem Leben zu schreiben, die Dich zu dem gemacht haben, was Du heute bist. Je mehr es Dir gelingt Dich **authentisch und berührbar (ACHTUNG: Ohne ins Drama einzutauchen!)** zu zeigen, umso eher vertrauen Dir die Menschen.

Werden aus Interessent*innen dann später Kundinnen, darf **keine Lücke** klaffen, zwischen dem, wie Du Dich auf Deiner „Über mich“ – Seite zeigst und dem, wie sie Dich in Deiner Arbeit erleben.

Erzeuge auf Deiner „Über mich“ – Seite ein Momentum **echter Nähe** und gib den Menschen einen authentischen und berührenden Einblick in Dein Sein.

Du wirst Dich natürlich weiterentwickeln, daher ist es wichtig, auch Deine „Über mich“ – Seite von Zeit zu Zeit zu überarbeiten.

Deine Website ist Deine **digitale Visitenkarte**. Sie wächst mit Deinem Business. Und Dein Business wächst mit Dir.

In diesem Sinne wünsche ich Dir viel Freude bei der Umsetzung.



Ariane

P.S.: Wie versprochen hast Du Gelegenheit, mit mir im 1:1 an Deinem „Über mich“ Text und am Aufbau der Seitenstruktur zu arbeiten. Hol Dir gerne einen Termin, wenn Du einen ersten Entwurf hast.

