

Easy Business im Sommer

# Woche 2



## Präzise und vertrauensfördernd: Deine Angebotsbeschreibung

### Inhalt:

- Zielgruppen-Recherche: wer sind Deine Wunsch-Kund\*innen?
- Dein kristallklarer Startsatz
- Deine Angebotsbeschreibung
- Die P.E.R.L.E - Schreibformel
- Aufbau und Struktur einer Verkaufsseite (Teil 2)

### Deine Wunsch-Kund\*innen

Es liegt in Deiner Hand, Deinen Angebotstext auf der einen Seite kundenorientiert aufzubereiten und auf der anderen Seite kristallklar zu formulieren, **wen Du Dir als Käufer wünschst**. Mach es konkret, damit sich auch die richtigen angesprochen fühlen!

So kommst Du in den Genuss von zufriedenen, treuen Kund\*innen, die happy mit Deinem Produkt (bzw. mit Deiner Leistung) sind und Dir gerne ein positives Feedback geben, und Dich gerne auch weiterempfehlen.

## Dein kristallklarer Startsatz

Es braucht nicht viele Worte, um Deinen Website-Besuchern klarzumachen, ob sie bei Dir richtig sind.

**Bevor** Du in die genaue Angebotsbeschreibung gehst, fasse zunächst **in einem Satz** zusammen, worum es geht.

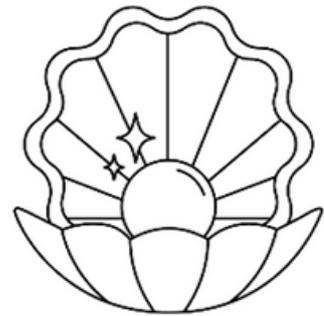
Anhand folgender Beispiele wirst Du sehen, dass es möglich ist, mit **einem einzigen präzisen, kristallklaren Startsatz** zum Ausdruck zu bringen, worum es in Deinem Angebot konkret geht, für wen es geeignet ist (und für wen **nicht**).

- Du willst raus aus den alten Schuhen? Wenn Du **eine hohe Bereitschaft** hast, etwas in Deinem Leben zu verändern, bist Du in diesem Potenzialentfaltungskurs genau richtig. (Bedeutet: Es ist nichts für die, die lieber an alten Gewohnheiten festhalten)
- Gehören Sie zu den **Unternehmer\*innen, denen die Gesundheit und Resilienz der Mitarbeitenden am Herzen liegt?** Mein Yogakurs „Entspannt im Office“, ist auch für Ungeübte geeignet und versetzt Ihr Team in die Lage, auch in Zeiten hoher Belastung einen kühlen Kopf zu bewahren. (Bedeutet: Jemand hat verstanden, dass zufriedene Mitarbeiter einfach besser arbeiten)
- Kinder aus dem Haus, und nun? **Frauen in den Wechseljahren**, die auf der Suche nach einer neuen Ausrichtung für diesen besonderen Lebensabschnitt sind, finden im Transformation-Gold Retreat auf Mallorca neue Inspiration und Orientierung. (Bedeutet: Es ist nicht für 25-jährige, sondern für Sinnsucherinnen im gereiften Alter)
- Schluss mit 08/15 Einheitslook! Meine maßgeschneiderten Kleider aus hochwertiger Bio-Naturseide nähe ich für Frauen, die ihren Selbstwert auch durch ihren Kleidungsstil zum Ausdruck bringen wollen **und bereit sind, dafür auch ein paar Euro mehr zu investieren**. (Bedeutet: Wer was Günstiges sucht, ist hier verkehrt)



## Deine Angebotsbeschreibung

Erst jetzt kommt die detailgenaue und überzeugende Beschreibung Deines Angebots. Du kannst mit einer kurzen Auflistung der wichtigsten Angebotseigenschaften starten und im Folgenden genauer darauf eingehen.



Präsentiere darin alle Besonderheiten Deines Angebots. Dabei hilft Dir meine **P.E.R.L.E. – Schreibformel:**

## P - wie Präzision

Beschreibe alles haarklein. Wie lange, wie oft, mit wem, wodurch, - stelle alles dar! Denke wirklich an alles, auch an das, was Dir persönlich längst glasklar ist. Deinen Websitebesucher\*innen ist vieles überhaupt nicht klar.

Beispiele:

- „Das Workbook kannst Du Dir als PDF downloaden. Es hat 32 Seiten“
- „Der Kurs besteht aus xy Einzelmodulen zu je 30 Minuten“
- „Beim Seminar ist voraussichtlich von xx bis yy Pause“

Hebe die Besonderheiten hervor und gehe auf alle Details ein. Je mehr tolle Infos Du raus gibst, umso größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass die Menschen kaufen...und happy mit ihrem Kauf sind.

## E - wie Emotion

Ein weiterer wichtiger Faktor für eine attraktive Angebotsbeschreibung ist Emotionalität.

Sprich Gefühle an. Lass bei Deinen potenziellen Kund\*innen richtiggehend ein Kopfkino entstehen. Erzähle eine Story. Die Menschen kaufen nicht ein Produkt, sondern das Gefühl, das sie damit verbinden. Verwende für eine emotionale Angebotsbeschreibung **Verben und Adjektive**, um eine Atmosphäre zu erzeugen, in der die Menschen spüren, was sie davon haben, wenn sie Dein Angebot kaufen.

## R - wie Relevanz

Gib in Deinem Angebot alle wichtigen Infos an und lass Unnötiges weg!

Die Länge eines herausragenden Angebotstextes darf gerne **400-600 Wörter** umfassen. Allerdings nur, wenn der Text gut aufgearbeitet, gut lesbar, strukturiert und relevant ist. Alles andere kannst Du Dir sparen, denn es wird nicht funktionieren.

## L - wie Lesbarkeit

Hervorragende Lesbarkeit ist das A&O. Niemand liest einen Text, der flattrig aussieht oder der wie ein unübersichtlicher Wörterbatzen auf dem Bildschirm erscheint. Die Struktur und Gliederung Deines Textes ist wie eine wunderschöne, hochwertige Verpackung, in die Du Dein Angebot packst.

Sieht die Verpackung schon bescheiden aus, weckt der Inhalt selten großes Interesse.

Achte daher darauf, Deinen Text sinnvoll zu strukturieren, z.B. mit

- Absätzen
- **Fett** markierte Schlüsselwörter
- Aufzählungen (max. 7 Punkte!)
- sinnvolle Zwischenüberschriften
- ggf. Grafiken oder Bildern

## E - wie Einzigartig

Es gibt ein Phänomen in der Suchmaschinenoptimierung (SEO), das heißt **Duplicate Content**. Es bedeutet, dass duplizierte Inhalte von Google ignoriert werden. Stellt Google fest, dass der Text so oder so ähnlich auf einer anderen Website steht, rutschst Du nach unten durch.

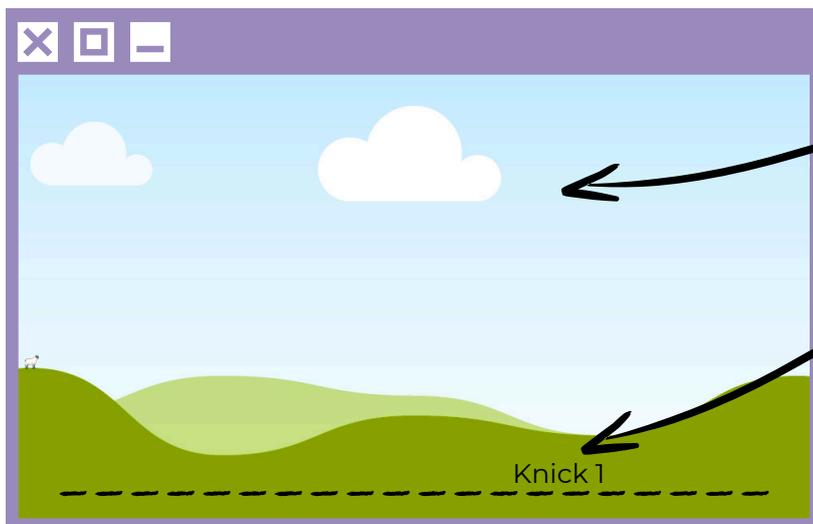
### Merke:

- Verzichte auf Texte, die Du z.B. unbearbeitet von KI übernommen hast.
- Falls Du physische Produkte beschreibst, verwende niemals Herstellertexte.
- Hüte Dich davor, Texte **von Deiner eigenen Website** zu kopieren, auch das ist Duplicate Content!

Schreibe immer einzigartige Texte. Schreibe Texte, die sich vom Mainstream abheben und die Deine Website-Besucher mit wachsender Begeisterung lesen. Auch Google wird Dich so mit besseren Rankings belohnen.

# Aufbau und Struktur einer Sales Page

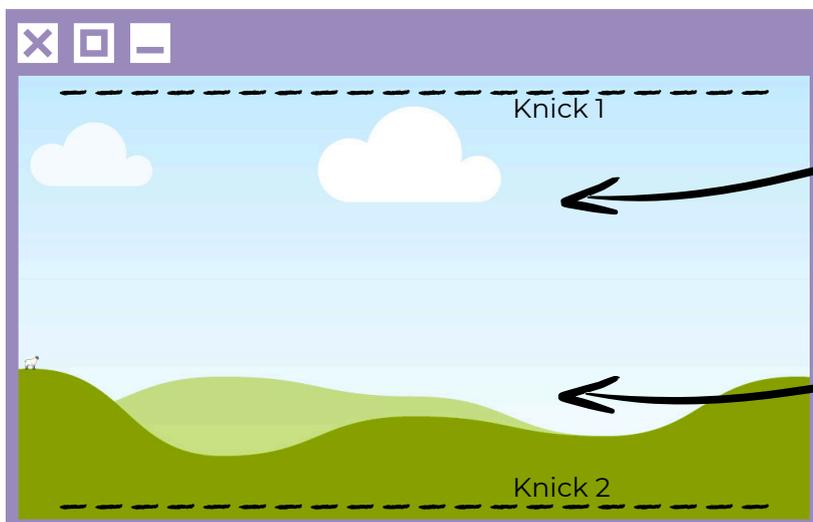
**Woche 1: Above the Fold** (über dem Knick) heißt der Bereich, den die Menschen sehen, wenn sie auf Deiner Angebotsseite landen.



Hier platzierst Du **Deine Message** (Überschrift, „Unter“-Überschrift und ggf. das Sahnehäubchen)

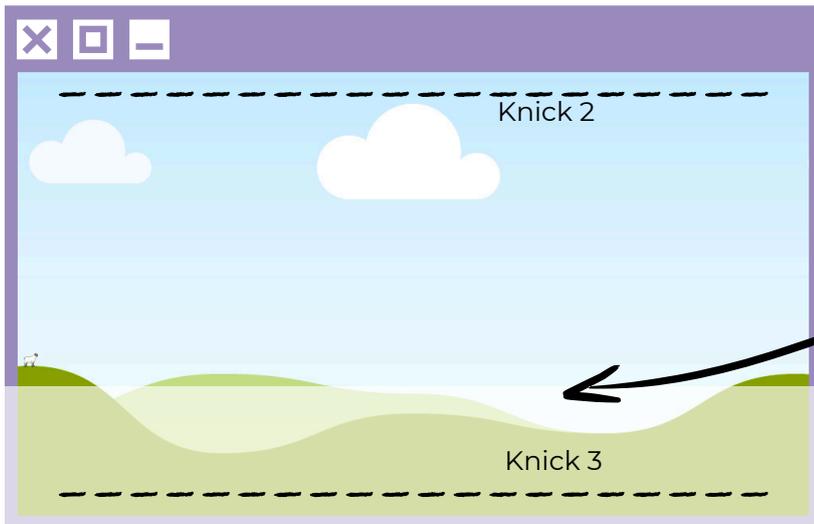
Am unteren Bildschirmrand befindet sich der „Knick“. Deine Website-Besucher müssen so interessiert sein, dass sie **auf jeden Fall** scrollen, um weitere Informationen zu erhalten.

**Woche 2: Below the Fold** (unter dem ersten Knick) heißt der Bereich, den die Menschen sehen, wenn sie das erste mal gescrollt haben

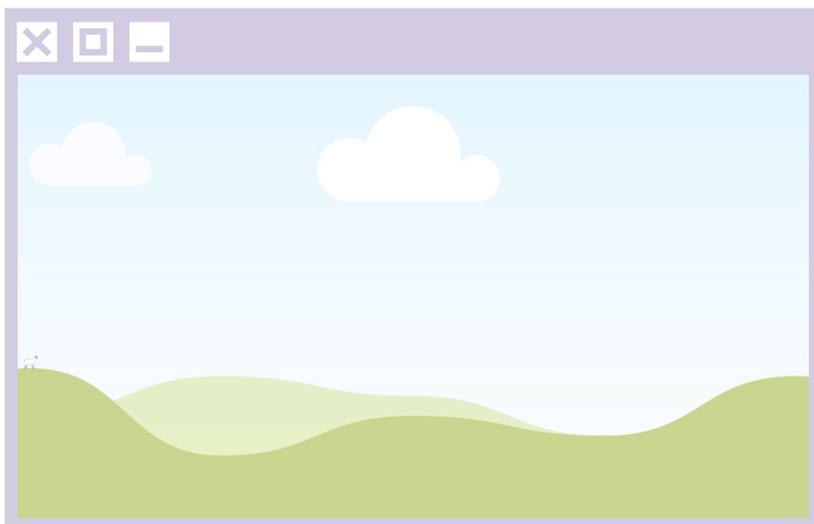


Hier steht **Dein kristallklarer Startsatz**, mit dem Du gleich klarmachst, worum es geht, und für wen Dein Angebot geeignet ist.

Gleich darunter startest Du mit Deiner präzisen Angebotsbeschreibung. Diese wird natürlich **über den zweiten Knick hinausgehen**.



Deine Angebots-  
beschreibung sollte aus ca.  
**400 bis 600 Worten**  
bestehen. Sie sollte auch  
eine Aufzählung beinhalten.  
Sehr wahrscheinlich wird  
daher der Text erst kurz vor  
dem (sehr wichtigen)  
dritten Knick enden.



Was genau am **dritten Knick** so wichtig ist, und womit Du den Platz **nach dem dritten Knick** füllst, erfährst Du nächste Woche.

Bleib locker und entspannt, dann wird Dir Dein Angebotstext ganz easy aus der Feder fließen.

Go slow, but go!

Deine Ariane

