



SIEBEN QUICK TIPPS

**die deine
Website sofort
verbessern**



MACHE SOFORT KLAR, WORUM ES BEI DIR GEHT

*„Willkommen auf meiner Website“ ist ein No-Go.
Du verschenkst damit die wichtigsten 2 Sekunden.
Denn so schnell entscheiden deine Besucher,
ob sie bei dir bleiben oder weiterklicken.*

Die Neurowissenschaft hat es belegt:

90 % der Entscheidungen sind aus dem Bauch heraus.

In Millisekunden scannen wir das Gesamtbild ab.

Hier kommen dein Design und deine Überschriften ins Spiel.

Die Kombination sollte sofort folgende drei Fragen beantworten:

- WAS gibt es hier?
- Passt das zu mir?
- Was habe ich davon?

Formuliere deine Überschrift und deinen einleitende Text so, dass du eine Antwort auf diese Fragen gibst. Kreiere den Schaufenstereffekt:

Boah, das will ich haben!

Siehe auch meinen Blogartikel:

DER ERSTE EINDRUCK ZÄHLT



2

MACH AUS DEINEM SCHLÜSSELBILD EINEN „HERO“

*Wir nehmen Bilder **60.000 Mal schneller** wahr als Texte.
Ein flüchtiger Blick reicht, um uns einen ersten Eindruck zu
machen und emotional einzusteigen. Das bedeutet:
Das erste Bild auf deiner Website muss überzeugen!*

Mit einem authentischen **Portraitfoto** kannst du als Coach oder Berater Kompetenz und Sympathie ausstrahlen. Sympathie ist der Schlüssel zum Kunden! Stimmt die Chemie, geht vieles einfacher und leichter.

Dein „Hero“ kann aber auch das Ergebnis deiner Dienstleistung zeigen oder ein Statement abgeben. Viele Marketing-Profis raten von Fotos aus Stockarchiven ab. Das ist zu kurz gedacht. Insbesondere, wenn Bild und Text sich (humorvoll) ergänzen.

Wenn du ein hochwertiges Angebot verkaufst, dann bilde es auch hochwertig ab. Das geht auf jeden Fall nicht:

- unscharf
- schlechte Beleuchtung
- unruhige Komposition
- störende Elemente im Hintergrund

Bring deine Persönlichkeit ein.
Das macht dich unverwechselbar.





KÜRZE DEINE NAVIGATION AUF MAXIMAL 5-6 PUNKTE.

*Deine Besucher **scannen** deine Website.*

Bei max. 6 Punkte bleibt dein Menü übersichtlich.

Wenn die Auswahl zu groß ist, haken Leute ab. Auch Google liebt eine kurze übersichtliche Navigation.

Am besten verwendest du in deinem Menü dein Keyword.
„Buchhaltung“ statt Leistungen.

Verwende ein Pulldownmenü, wenn du mehr als drei Produktgruppen anbietest. In dem Fall solltest du dir überlegen, ob du richtig positioniert bist.

Wer als Einzelunternehmer Alles für Jeden anbietet, ist unglaublich unwahrscheinlich.

Folgende Punkte kannst du aus deiner Navigation streichen:

- **Home**

Verlinke dein Logo auf die Startseite.

Das versteht mittlerweile jeder.

- **Kontakt**

Eine extra Kontaktseite brauchst du nicht mehr. Nutze stattdessen auf jeder Seite eine Call to Action (Siehe Punkt 5) und deinen Footer.

- **Impressum und Datenschutz**

Die gehören in den Footer.



VERWENDE DIE „DU-FORMULIERUNG“

Auf vielen Websites steht der Unternehmer im Mittelpunkt.

„Ich betrachte mit Ihnen gemeinsam Prozesse und Abläufe.“

„Ich analysiere den Status Ihres Unternehmens.“

„Ich stehe mit meinem Wissen zur Verfügung.“

Papperlapapp! Und was hat dein Kunde davon?

Schau mal nach, wie oft deine Sätze sich um „(D)ICH“ drehen. Jetzt drehe die Sache einfach um, und stelle die Bedürfnisse deiner Kunden in den Mittelpunkt.

- Welche Wünsche hat deine Zielgruppe?
- Welches Problem will deine Kunde lösen?
- Welchen Verlust will deine Kunde verhindern?
- Welches Ergebnis bekommt deine Kunde?

Achtung – Deine Methoden sind zweitrangig!

Kunden kaufen dein Angebot, weil sie ein Ergebnis erwarten. Beispiel: Interessenten für eine Feng Shui Beratung wollen kein „Yuen Hom Hexagram Training“. Sie wollen sich in ihren Räumlichkeiten richtig wohlfühlen.

TIPP: Stell dir vor, du sitzt im Café und unterhältst dich mit einem Bekannten. Jetzt erzähl ihm, was er alles erreichen, lernen oder lösen kann mit deiner Hilfe. Schreib genauso, wie du sprichst: mit kurzen Sätzen und auf den Punkt gebracht.

Verwende die „Du-Formulierung“ (bei Bedarf die Sie-Version):
„Du bekommst“ statt „Ich liefere“

5

SAG DEINEN KUNDEN, WAS SIE ALS NÄCHSTES TUN SOLLEN

*Du hast es geschafft. Deine Besucher sind auf deiner Website geblieben. Sie haben vielleicht ganz bis nach unten gescrollt. **UND WAS NUN?***

Call to Action

Sage deinen Interessenten klipp und klar, was sie als Nächstes tun sollen:

- sich für deinen Newsletter anmelden
- ein Gratis-Session buchen
- mit dir zusammenarbeiten
- kaufen!



Tipp: Nur eine einzelne Call to Action pro Unterseite.

Sonst ist es so wie beim meterlangen Kühlregal in den großen Supermärkten. Von lauter Angebot findest du nie diesen einen leckeren Joghurt. Wo zum Teufel ist das Ding versteckt?

Bei zu viel Auswahl, springt dein Kunde eventuell ab.

Mache die Auswahl auf deiner Website so einfach wie möglich.

Eine Ausnahme ist die Startseite. Die kann wie ein Wegweiser oder Inhaltsverzeichnis funktionieren. Hier darfst du schmackhaft machen, was für tolle Sachen es bei dir gibt, und deine Kunden direkt dorthin schicken.



SIMPLIFY YOUR WEBSITE

Jeden Tag prasseln Millionen von Informationen auf uns ein. Den Meisten ist das schlichtweg zu viel. Deine Besucher wollen sich schnell zurechtfinden. Mache es ihnen einfach.

Entrümple deine Website!

Alles was nicht zielführend ist, solltest du sofort von deiner Website entfernen. Entscheidend ist das Wort „zielführend“.

Bestimme **für jede einzelne Seite das Ziel**, und entferne alles, was davon ablenkt. Für deine Landingpage ist das natürlich etwas anderes als für deine Über-Mich-Seite oder deinen Blog.

Ein Beispiel: Entferne folgende Punkte von deiner **Landingpage**:

- Interne (oder gar externe) Links
- Social Media Shares
- Informationen die nicht relevant sind

Diese drei Elemente haben definitiv nichts auf deiner Landingpage zu suchen. Sie würden deine Besucher verwirren oder dazu verführen, die Seite zu verlassen, bevor sie etwas gekauft oder sich angemeldet haben.

Das gilt NICHT für deine Blogbeiträge. Hier sind diese Elementen sinnvoll, weil du möchtest dass deine Interessent länger auf deiner Website verweilt. (Auf jeden Fall sieht Google das gerne.)



DAS RICHTIGE KEYWORD FÜR JEDE *EINZELNE* SEITE

Jede einzelne Seite braucht ein Keyword. Wenn weder Google noch deine Wunschkunden verstehen, worum es auf deiner Seite eigentlich geht, kannst du es gleich bleiben lassen.

Google ist daran interessiert, seinen Kunden das bestmögliche Suchergebnis zu bieten. Die Algorithmen werden zwar immer besser darin, das Thema einer Seite aus dem Kontext heraus zulesen. Doch wer kein Fokus-Keyword für jede seiner Internetseiten festlegt, überlässt es dem Zufall, ob er in den Suchergebnissen auftaucht.

Ein gutes Keyword beschreibt deine einzelne Seite so konkret und präzise wie möglich. Folgende Elemente sollten auf dein Keyword optimiert werden:

- Überschriften (h1 bis h6)
- Snippet (Meta Title, Meta Description)
- Bildtitel
- Alt-Attribute von Bildern
- Verlinkungen (interne und externe Links)
- URL („sprechende“ URLs)

TIPP: Keywordstuffing ist verboten! Das wird von Google sofort abgestraft. Ein gutes Keyword sollte nur so oft vorkommen, wie es natürlich zu deinen Inhalten passt. Nicht wie oft, wie ein SEO-Tool es gerne hätte.



Hi, ich bin Corrine

und wenn ich nicht mit meinem Hund am Rhein spazieren gehe, helfe ich Gründerinnen und Selbstständigen, dabei, ihr Business authentisch und souverän in die (online) Welt hinauszutragen.

Wenn du nicht genau weißt, wie du alles umsetzen solltest, dann lass dich vom Profi unterstützen.

Dann kommst du garantiert schneller voran.

Bei akuten Problemen hilft eine Mentoringstunde.

Erzähl mir kurz, wo es bei dir hakt, dann schauen wir gemeinsam per Zoom, wie du das lösen kannst. Das könnten deine Themen sein:

- Positionierung: Finde deine Nische.
- Design/Branding: Wie kannst du dein Look & Feel optimieren?
- Content: Wie überzeuge ich meine Kunden, ohne Psychotricks.
- Seitenstruktur: Aufbau deiner Seiten optimieren.
- Basic SEO: Snippets, Keywords, bei Google anmelden usw.
- WordPress: Einstellungen/Einrichten
- PlugIns: Welche brauchst du
- Elementor: Gestalte alles, wie du willst, ohne Programmieren

MENTORING-STUNDE BUCHEN