

Online mehr verkaufen

Das Workbook zum Texter-Training



Training 1: Website-Check

Hat Ihre Website alles, was eine erfolgreiche Website braucht?

Websites, die erfolgreich verkaufen, haben eines gemeinsam: Sie sind klar, empathisch und strategisch. Damit man sich das besser merken kann, spreche ich auch von den **KEKS-Kriterien**:

- ▶ **K** wie klar
- ▶ **E** wie empathisch
- ▶ **KS** wie konsequent strategisch.

Testen Sie, ob Ihre Website den KEKS-Kriterien gerecht wird.



Gettyimages

1. Klarheit

Mein Lieblingspruch lautet: „Deine Website ist kein Quiz!“

Ihre Kunden sollen nicht **RATEN**, worum es bei Ihnen geht. Sie sollen es sofort **VERSTEHEN**.
Deswegen müssen Sie ihnen so klar wie möglichen vermitteln:

- ▶ Was Sie genau anbieten (Angebot)
- ▶ Wer bei Ihnen richtig ist (Zielgruppe)
- ▶ Warum es sich lohnt, bei Ihnen zu kaufen (Kundennutzen)

Check: Wie KLAR ist meine Website?

Wird Besuchern durch wenige Worte sofort klar, was mein Unternehmen bietet?

Nein, sie müssen raten

Geht so

Ja, glasklar

Zeigen die Bilder, was mein Unternehmen macht / worum es geht?

Gar nicht

Geht so

Absolut

Arbeite ich mit „echten“ Fotos, die meine Produkte, mein Team oder meine Kunden zeigen? Oder setze ich auf austauschbare Agenturbilder?

Ich setze nur auf „echte“ Fotos

Teils „echte“ Fotos, teils Agenturbilder

Bislang zeige ich keine „echten“ Fotos

Gibt es auf meiner Startseite Elemente, die vom Wesentlichen ablenken, etwa Slider, wilde Animationen, News aus dem Unternehmen?

Ja, mehrere

Wenige

Keine störenden Elemente

Wird klar, welche Kunden bei meinem Unternehmen richtig sind, wer meine Zielgruppe ist?

Nein, man muss raten

Wird angedeutet

Ja, glasklar

Wird klar, wie meine Kunden von meinem Angebot profitieren?

Nein, das muss er/sie sich denken

Teil, teils

Ja, das wird genau erklärt

Wird klar, warum Interessenten sich für mich entscheiden sollen – anstatt zur Konkurrenz zu gehen?

Nein, das muss er/sie sich denken

Wird angedeutet

Ja, das wird glasklar

Ist meine Seite klar strukturiert (auch in der mobilen Ansicht)? Enthält sie Aufzählungen, Zwischenüberschriften und Layout-Elemente, die Übersicht schaffen, zum Beispiel Kästen?

Nein, sie ist unübersichtlich

Geht so

Sie ist sehr übersichtlich strukturiert

Check: Wie EMPATHISCH ist meine Website?

Viele Websitetexte drehen sich nur um das Unternehmen („Wir machen dies, wir tun jenes. Schon seit 1860. Unsere Produkte sind ganz toll, unser Service fantastisch.“). Dabei weiß jeder Verkäufer: Um zu verkaufen, muss man ein GESPRÄCH führen. Man muss auf den Kunden und sein Problem eingehen. EMPATHIE zeigen. Das kann auch eine Website.

Stellt meine Website den Kunden und sein Problem/seinen Wunsch in den Fokus?

Ja, der Fokus liegt auf dem Kunden Nein, die Website kreist ums Unternehmen

Check: Wie KONSEQUENT STRATEGISCH ist meine Website?

Eine Website zu bauen ist wie Kuchen backen. Man muss jeden einzelnen Schritt der Anleitung ausführen und an alle Zutaten denken. Vergisst man zum Beispiel den Zucker oder das Backpulver, wird das Ergebnis miserabel.

Um mit Ihrer Website mehr Kunden zu gewinnen, brauchen Sie ein Reihe Zutaten, aber zwei sind absolut unverzichtbar:

1. **Traffic:** Menschen aus Ihrer Zielgruppe (!) müssen den Weg auf Ihre Website finden.
2. **Conversion:** Menschen, die auf Ihre Website kommen, müssen den nächsten Schritt gehen (und zum Beispiel einen Termin vereinbaren oder sich für Ihren Newsletter anmelden).

	Ja	Nein
Weiß ich, wie viele Besucher auf meine Website gelangen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Weiß ich, wo diese Besucher herkommen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Weiß ich, wie ich die Zahl der Websitebesucher erhöhen kann?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ist MIR klar, was der nächste Schritt meiner Websitebesucher sein soll?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mache ich den WEBSITEBESUCHERN klar, was der nächste Schritt ist?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Weiß ich, wie viel Prozent meiner Websitebesucher aktuell den nächsten Schritt gehen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Training 3: Texter-Tricks

Wie Sie Ihr Angebot unwiderstehlich machen

Das Nutzenversprechen

Welchen Nutzen ziehen meine Kunden aus meinem Angebot?

- Sie sparen Zeit
- Sie sparen Geld
- Sie werden erfolgreicher / leistungsstärker
- Sie sparen Aufwand / Arbeit / Nerven
- Sie werden oder bleiben gesund
- Sie werden attraktiver
- Sie gewinnen an Sicherheit / ersparen sich ein Risiko
- Sie erhalten mehr Anerkennung

Anderer Nutzen: _____

Erster Versuch einer Überschrift mit Nutzenversprechen

Texten Sie eine Überschrift mit der „Nie wieder“-Formel

Nie wieder + [etwas Negatives]

Nie wieder _____

Was wünscht sich mein Zielkunde oder meine Zielkundin? Wovor hat er/sie Angst?

Wünsche _____

Ängste _____

Die „Kennen Sie das“-Formel

Kennen Sie das + [Problem/Wunsch des Zielkunden]

Kennen Sie das?

▶ _____

▶ _____

▶ _____

Wovon sind Kunden in meiner Branche genervt?

Service-Positionierung mit der „Haben Sie keine Lust mehr auf“-Formel

Haben Sie keine Lust mehr auf + [Aufreger]

Haben Sie keine Lust mehr auf..

▶

▶

▶

Bald geht es los!

Im Mai startet mein Online-Kurs
„Webseitexte, die verkaufen“

Buchbar
vom
3. - 6.
Mai 2021

Gemeinsam texten wir Ihre Website neu, und zwar so, dass

- ▶ Sie Ihren Wunschkunden sofort vermittelt: Wir haben genau das, was du suchst!
- ▶ Sie Ihren Websitebesuchern (charmant!) zeigt: Wir sind ein Top-Anbieter!
- ▶ Ihre Interessenten verstehen, warum Sie sympathischer, besser oder einfach anders sind als die Konkurrenz
- ▶ Ihre Seite bei Google möglichst weit oben platziert wird
- ▶ Sie über Ihren Internetauftritt mehr Interessenten gewinnen und mehr verkaufen
- ▶ Sie Ihre Website voller Stolz vorzeigen



Wir begleiten Sie dabei: Sie bekommen einen Schreibcoach an Ihre Seite gestellt, der Ihnen Feedback zu Ihren Texten gibt und Ihnen zeigt, wie Sie noch klarer und attraktiver formulieren.

Das sagen ehemalige Teilnehmerinnen und Teilnehmer:



Meine Newsletter-Anmeldungen haben sich schon nach kurzer Zeit vervielfacht.

Mareike Löchte, Inhaberin klix kleine Sachen



Kunden schreiben in jeder zweiten E-Mail, wie toll sie unsere neue Website finden.

Sarina Schiffner, Online Marketing Manager M & C Travel Events



Mit meiner neuen Website gewinne ich deutlich mehr Kunden.

Matthias Herzberg, Führungskräftecoach

Alle Informationen finden Sie auf impulse.de/webseitexte.