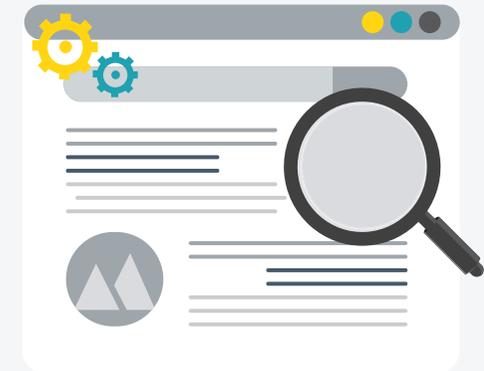




# Fünf Vorlagen für Startseiten, die Kunden gewinnen



## Wie textet und gestaltet man eine Startseite?

Die meisten gehen wie folgt vor: Sie gucken sich ein paar Webseiten der Konkurrenz an – und machen es dann irgendwie.

Nur: „Irgendwie“ gewinnt man keinen Kunden.

Um Kunden zu gewinnen, braucht man eine Strategie.

## Wenn Sie sich an meinen Vorlagen orientieren, dann

- ▶ machen Sie Ihren Websitebesuchern innerhalb von Sekunden klar, was Ihr Unternehmen Tolles im Angebot hat.
- ▶ verstehen Ihre Websitebesucher sofort, was sie als nächstes tun sollen (etwa einen Termin vereinbaren, anrufen oder direkt etwas kaufen).
- ▶ schaffen Sie Vertrauen, dass Sie Ihre Versprechen auch wirklich einlösen können – und sorgen so dafür, dass mehr Websitebesucher bei Ihnen zugreifen.

**Also: Gestalten Sie Ihre Website nicht irgendwie, sondern mit erprobten Konzepten, die funktionieren.**

Viel Spaß und Erfolg!

*Nicole Basel*



## Vorlage für Handwerker (und Dienstleister)

Wählen Sie ein Bild, das zeigt, was Sie anbieten und das möglichst emotional ist. Menschen sind übrigens emotionaler als Objekte.



**Knackige Überschrift**  
Sachliche Unterzeile

Button mit Handlungsaufforderung

Schreiben Sie hier, welchen Nutzen Ihre Kunden haben. Zum Beispiel: „Lehn dich zurück, und lass das Profis machen!“

Hier soll konkret stehen, was Sie tun und wie Ihre Firma heißt. Zum Beispiel: „Maler Müller – dein Malermeister in Pusemuckel“.

Zum Beispiel: „Jetzt beraten lassen“ oder „Jetzt online Auftrag erteilen“ oder „Jetzt Termin vereinbaren“ – je nachdem, was der Websitebesucher als nächstes tun soll. Achtung: Der Button sollte unübersehbar sein. Am besten mit einer starken Kontrastfarbe hervorheben.

Diese Zwischenüberschrift können Sie natürlich auch anders formulieren. Es sollte aber klarwerden, dass jetzt Ihr Angebot kommt.

**In diesen XXX-Arbeiten sind wir echte Profis**



**Leistung 1**  
(z.B. Tapezieren)

Hier kurz schreiben, welchen Vorteil Ihr Kunde von der Leistung hat.

Mehr erfahren



**Leistung 2**  
(z.B. Boden legen)

Hier kurz schreiben, welchen Vorteil Ihr Kunde von der Leistung hat.

Mehr erfahren



**Leistung 3**  
(z.B. Malerarbeiten)

Hier kurz schreiben, welchen Vorteil Ihr Kunde von der Leistung hat.

Mehr erfahren

Die Leistungen können Sie mit Fotos bebildern. Diese sollten im Stil zu den anderen Bildern auf der Seite passen.

Auch für diese Zwischenüberschrift können Sie andere Worte finden.

**Das können Sie bei uns erwarten**

1

**Vorteil 1**

Nennen Sie hier einen Vorteil, den Kunden haben, die bei Ihnen kaufen.

2

**Vorteil 2**

Nennen Sie hier einen Vorteil, den Kunden haben, die bei Ihnen kaufen.

3

**Vorteil 3**

Nennen Sie hier einen Vorteil, den Kunden haben, die bei Ihnen kaufen.

Tipp: Stellen Sie ein Schlagwort voran und erklären Sie dann, welchen Vorteil der Kunde dadurch hat. Z.B. „Schnelligkeit: Sie erhalten innerhalb von 24 Stunden einen Kostenvoranschlag – garantiert.“

Auch für diese Zwischenüberschrift können Sie andere Worte finden.

## Das sagen nicht nur wir, das bestätigen auch unsere Kunden



**Kundenstimme 1:** Hier Zitat des Kunden einfügen, möglichst mit einem konkreten Vorteil, den er durch Ihre Arbeit hatte (z.B. sein Problem wurde gelöst, er hat seine Ziele erreicht, ...)

Vorname und Nachname des Kunden



**Kundenstimme 2:** Hier Kundenzitat einfügen

Vorname und Nachname des Kunden



**Kundenstimme 3:** Hier Kundenzitat einfügen

Vorname und Nachname des Kunden

**Sagen Sie in einem Satz, warum es sich lohnt,  
jetzt Kontakt zu Ihnen aufzunehmen.**

Button mit Handlungsaufforderung

Kundenstimmen sind besonders wirksam, wenn die Kunden die Versprechen bestätigen, die Sie auf Ihrer Website machen – und auch beschreiben, wie sich das Ergebnis anfühlt. Zum Beispiel: „Ich bekam noch am selben Tag einen Kostenvorschlag und die Mitarbeiter waren immer top pünktlich und freundlich. Innerhalb von drei Tagen war mein Wohnzimmer fertig renoviert. Jetzt bin ich richtig stolz, wenn Gäste zu Besuch kommen.“

## Vorlage für Hotels, Ferienwohnungen, Pensionen

Denken Sie auch an Google: Die Unterzeile sollte das Keyword enthalten (z.B. „Tagungshotel Ulm“).

Wenn möglich: Geben Sie einen Extra-Anreiz, auf den Button zu klicken. Zum Beispiel: „Jetzt buchen und Frühbucherrabatt sichern.“ Oder: „Jetzt buchen und Ferienhaus mit Meerblick sichern.“

Alternative: Fügen Sie ein Statement darüber ein, was Ihnen bei der Arbeit mit Ihren Gästen besonders wichtig ist.

# Knackige Überschrift

Unterzeile: Was bieten Sie wo an?  
z. B. „Hotel Meier. Das Tagungshotel im Herzen von Ulm“

**Vorteil 1**

Zum Beispiel: **Entspann dich!**  
1000 Quadratmeter Wellness warten auf dich.

**Vorteil 2**

Zum Beispiel: **Spare!**  
Buche vier Tage zum Preis von dreien.

**Vorteil 3**

Zum Beispiel: **Schlemme!**  
Unser großes Frühstücksbuffet verwöhnt dich.

**Nennen Sie hier den wichtigsten Grund, warum man bei Ihnen buchen sollte.**

**1**

**Angebot 1**

Zum Beispiel:  
Dein Einzelzimmer

Jetzt anschauen

**2**

**Angebot 2**

Zum Beispiel:  
Dein Doppelzimmer

Jetzt anschauen

**3**

**Angebot 3**

Zum Beispiel:  
Deine Suite

Jetzt anschauen

Beschreiben Sie, was der Kunde davon hat, wenn er bei Ihnen bucht, z.B. „Lass dich mal richtig verwöhnen“ oder „Der Ferienort, an dem deine Kinder so viel Spaß haben, dass du dich erholen kannst.“ Oder Sie betonen, was Ihr Angebot von anderen abhebt, z.B. „Die Ferienwohnung mit Frühstücksservice“.

Bei Hotels und Ferienwohnungen gilt ganz besonders: Der erste Eindruck zählt. Wählen Sie ein besonders schönes Bild aus, das am besten das zeigt, was auch im Text steht, z.B. Familienurlaub mit Kindern, Erholung beim Wellness oder tolles Essen.

Wie immer gilt auch hier:  
Finden Sie Ihre eigenen Worte,  
die zu Ihrem Business passen.  
Wichtig dabei: Stellen Sie  
immer den Websitebesucher  
in den Fokus. Sprechen Sie ihn  
direkt an und machen Sie ihm  
klar, was er bei Ihnen erwarten  
kann.

## Darauf kannst du dich bei uns freuen



### Vorteil 1

z.B.: „auf die regionalen Kreationen  
unseres Küchenchefs Andreas.  
Unser Restaurant ist  
abends täglich geöffnet.“



### Vorteil 2

z.B.: „Auf die flauschigen  
Bademäntel, die im Wellnessbereich  
schon für dich bereitliegen.  
Geöffnet bis 22.30.“



### Vorteil 3

z.B. Auf unsere gemütliche Bar,  
in der wir dir bis in die  
Morgenstunden feinste Cocktails  
servieren.“

Fotos sind im Tourismus be-  
sonders wichtig. Lassen Sie die  
Bilder unbedingt von einem  
professionellen Fotografen  
machen. Sie können die Fotos  
auch klickbar gestalten. Dann  
kommt man etwa beim Klick  
auf das Buffet-Foto zur Unter-  
seite des Restaurants.

## Auf dieses Feedback sind wir stolz



Hier Elemente einbauen, die das Vertrauen in Ihr Angebot stärken. Zum Beispiel:  
Positive Bewertungen von Tripadvisor oder Auszeichnungen.

Jetzt buchen

## Vorlage für Coaches, Berater und Freelancer

Schreiben Sie in die Überschrift das Ergebnis, das Ihre Kunden mit Ihrer Hilfe erzielen können – oder machen Sie Ihre Haltung klar. Zum Beispiel: „Es ist nie zu spät, einen Job zu finden, der zu dir passt.“

Im besten Fall machen Sie hier auch schon die Zielgruppe klar. Zum Beispiel: „Tina Müller, Karrierecoaching für Frauen“

Zum Beispiel: „Jetzt gratis Erstgespräch vereinbaren“, oder „Jetzt zum Newsletter anmelden“

Diese Formulierungen sind natürlich nicht in Stein gemeißelt. Wichtig ist, dass Sie sich jetzt als Lösung präsentieren.

### Knackige Überschrift

Unterzeile. Schreiben Sie hier Ihren Namen/Firmennamen und was Sie anbieten

Button mit Handlungsaufforderung



Als Coach oder Freelancer sind SIE das Produkt. Zeigen Sie sich in einem professionellen Foto von Ihrer besten Seite.

### Kennen Sie das?

1

Herausforderung 1

2

Herausforderung 2

3

Herausforderung 3

Sie möchten bei Ihrem Websitebesucher zwei Gefühle auslösen: 1. Hier bin ich richtig. 2. Der/die hat mein Problem verstanden. Nennen Sie hier also drei typische Herausforderungen, mit denen Ihre Zielkunden kämpfen.

### Wenn Ihnen das bekannt vorkommt, sollten wir uns kennenlernen!

Ich bin XXX und mein Spezialgebiet ist es ...

### So kann ich Ihnen helfen



#### Angebot 1

Beschreiben Sie hier kurz, für wen dieses Angebot das Richtige ist.

Mehr erfahren



#### Angebot 2

Beschreiben Sie hier kurz, für wen dieses Angebot das Richtige ist.

Mehr erfahren



#### Angebot 3

Beschreiben Sie hier kurz, für wen dieses Angebot das Richtige ist.

Mehr erfahren

Alternativ können Sie hier auch drei konkrete Situationen nennen, in denen Sie Ihren Zielkunden helfen können. Etwa: „Sie wissen nicht, wohin Sie sich beruflich entwickeln wollen?“ „Sie suchen einen Job und brauchen Hilfe bei der Bewerbung?“ „Sie haben Ihren ersten Führungsjob und suchen Orientierung?“

## Wissen, worauf es bei [hier Ihr Thema einfügen] ankommt – meine besten Blogposts



**Achtung:** Nicht für jeden macht ein Blog Sinn. Wenn Sie aber regelmäßig Blogbeiträge schreiben, sollten Sie die Highlights auf der Startseite verlinken.

### Ihr Statement

Schreiben Sie hier in ein, zwei Sätzen, was Ihnen wichtig ist: Was ist Ihre Haltung? Was möchten Sie erreichen? Was ist für Sie bei der Arbeit das Schönste? Worauf kommt es Ihnen an?



**Kundenstimme:** Hier Zitat des Kunden einfügen, möglichst mit einem konkreten Vorteil, den er durch Ihre Arbeit hatte (z.B. sein Problem wurde gelöst, er hat seine Ziele erreicht ...)

**Vorname und Nachname des Kunden**

Sie können hier auch noch weitere Elemente einbauen, die Ihre Glaubwürdigkeit stärken, etwa „Bekannt aus...“ oder Bewertungen von Proven Experts oder anderen Bewertungsportalen.

Kundenstimmen à la „Martina ist nett und kompetent“ sind austauschbar und wenig überzeugend. Besser ist es, wenn Ihre Kunden hier konkreter Ergebnisse nennen, die sie mit Ihrer Hilfe erreicht haben.

**Schreiben Sie hier, warum Ihr Webseitenbesucher jetzt den nächsten Schritt gehen sollte.**

**Button mit Handlungsaufforderung**

# Vorlage für wenig erklärungsbedürftige Produkte

Warum kaufen Kunden bei Ihnen? Welches Ergebnis erzielen Ihre Kunden? Z.B.: „Eine unvergessliche Torte für deinen unvergesslichen Tag.“ Oder: „Arbeitsschuhe, die du nach der Arbeit einfach anlassen kannst.“

Nennen Sie Ihren Firmennamen und beschreiben Sie Ihr Angebot – und – falls dies wichtig ist – auch wo Sie dieses anbieten. Z.B.: „Konditorei Krämer: Meisterhafte Festtagstorten aus Hamburg Eimsbüttel“. Oder: „Safeshoe: Sicherheitsschuhe, die nicht wie Sicherheitsschuhe aussehen“

Diese Zwischenüberschrift können Sie natürlich auch anders formulieren.

Der Vorteil kann auch ein besonderer Service sein, den Sie rund um Ihr Produkt anbieten.

## Überschrift, die den Vorteil für Ihren Kunden beschreibt

### Sachliche Unterzeile



**Produktkategorie 1**

Mehr erfahren



**Produktkategorie 2**

Mehr erfahren



**Produktkategorie 3**

Mehr erfahren

**Warum unsere [Produkt einfügen] genau das Richtige für dich sind**

**1 Vorteil 1**

Beschreiben Sie hier einen Vorteil, den Ihre Produkte bieten

**2 Vorteil 2**

Beschreiben Sie hier einen Vorteil, den Ihre Produkte bieten

**3 Vorteil 3**

Beschreiben Sie hier einen Vorteil, den Ihre Produkte bieten

Das sind Produkte, bei denen jedem klar ist, wofür sie gut sind. Z.B. Schuhe, Möbel, Kosmetik. Aber Achtung: Auch solche Produkte können erklärungsbedürftig sein, wenn es sich um eine Spezialausführung handelt.

Machen Sie hier Ihr Schaufenster auf und zeigen Sie, welche Produktkategorien Sie im Angebot haben (z.B. Hosen, Schuhe, Röcke). Alternativ können Sie hier auch Ihre Bestseller zeigen.

Dieser Button führt auf die jeweilige Unterseite. Sie können natürlich auch mehr als drei Kategorien einbauen.

## Das sagen nicht nur wir, das bestätigen auch unsere Kunden



**Kundenstimme 1:** Hier ein konkretes Ergebnis nennen, das Ihr Kunde mit Ihrem Produkt erreicht hat (z.B. Geld gespart, Zeit gespart, Sorgen losgeworden ...)

Vorname und Nachname des Kunden



**Kundenstimme 2:** Hier Kundenzitat einfügen

Vorname und Nachname des Kunden



**Kundenstimme 3:** Hier Kundenzitat einfügen

Vorname und Nachname des Kunden

**Schreiben Sie hier, warum Ihr Webseitenbesucher  
jetzt den nächsten Schritt gehen sollte.**

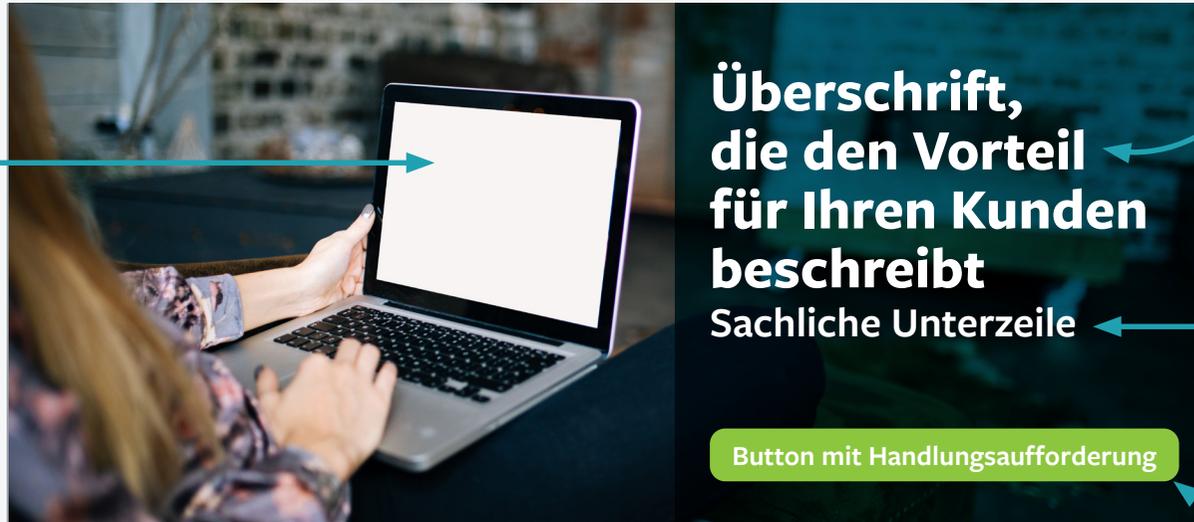
**Button mit Handlungsaufforderung**

Zum Beispiel: „Jetzt beraten lassen“, „Jetzt kostenlose Probe anfordern“, „Jetzt zum Newsletter anmelden“

Kundenstimmen sind besonders wirksam, wenn die Kunden genau beschreiben, wie sie profitiert haben. Zum Beispiel: „Die Sicherheitsschuhe von Safeshoe sind die bequemsten und leichtesten, die ich je hatte. Sie geben mir festen Halt, ohne dass ich sie lange schnüren muss. Ich kaufe seit zehn Jahren keine anderen mehr.“

# Vorlage für Software-Anbieter und andere erklärungsbedürftige Produkte

Software ist oft schwer im Bild darzustellen. Zeigen Sie entweder ein Mock-up wie hier im Beispiel – in den weißen Bildschirm bauen Sie dann die Ansicht Ihrer Software ein. Oder Sie zeigen den Einsatzbereich Ihrer Software.



**Überschrift, die den Vorteil für Ihren Kunden beschreibt**  
**Sachliche Unterzeile**

Button mit Handlungsaufforderung

Überlegen Sie, welchen großen Vorteil Ihre Kunde haben. Typische Kundenvorteile bei Software sind z.B.: Zeit sparen, Prozesse beschleunigen / vereinfachen, weniger Fehler machen, mehr Umsatz machen.

Nennen Sie in der Unterzeile Ihren Firmennamen/Produkt-namen und das Thema Ihrer Software/Ihres Produktes. Z.B. „Wikisoft – Software für betriebliches Wissensmanagement“

z.B. „Jetzt Demo-Version herunterladen“ oder „Jetzt 30 Tage testen“

Menschen wollen sich verstanden fühlen. Holen Sie daher Ihren Interessenten bei seinem Problem ab. Die Zwischenüberschrift können Sie natürlich auch anders formulieren.

## Sie haben keine Lust mehr auf

- |  |  |  |
|--|--|--|
| <p>1</p> <p><b>Ärgernis 1 Ihres Kunden</b></p> <p>z.B. umständliche Prozesse</p> | <p>2</p> <p><b>Ärgernis 2 Ihres Kunden</b></p> <p>z.B. Zeit- / Geldverschwendung</p> | <p>3</p> <p><b>Ärgernis 3 Ihres Kunden</b></p> <p>z.B. viele unterschiedliche Programme im Einsatz</p> |
|--|--|--|

## ... dann setzen Sie auf [Produktname]

Nutzen Sie hier Icons, um die Vorteile zu illustrieren.

- |   |   |   |
|---|---|---|
|  <p><b>Vorteil 1</b></p> <p>Beschreiben Sie hier, wie Ihr Kunde profitiert</p> |  <p><b>Vorteil 2</b></p> <p>Beschreiben Sie hier, wie Ihr Kunde profitiert</p> |  <p><b>Vorteil 3</b></p> <p>Beschreiben Sie hier, wie Ihr Kunde profitiert</p> |
|---|---|---|

Besonders eingängig wird der Text, wenn Sie ein Schlagwort voranstellen und dann den Vorteil erklären. Zum Beispiel: „Individuell anpassbar: [Software] richtet sich nach Ihren Bedürfnissen – ohne zusätzlichen, teuren Programmieraufwand.“

## Das steckt in [Produktname]

- **Eigenschaft 1** – Vorteil für den Kunden
- **Eigenschaft 2** – Vorteil für den Kunden
- **Eigenschaft 3** – Vorteil für den Kunden

## Das sagen unsere Kunden



**Kundenstimme 1:** Hier ein konkretes Ergebnis nennen, das Ihr Kunde mit Ihrem Produkt erreicht hat (z.B. Geld gespart, Zeit gespart, Sorgen losgeworden ...)

Vorname und Nachname des Kunden



**Kundenstimme 2:** Hier Kundenzitat einfügen

Vorname und Nachname des Kunden



**Kundenstimme 3:** Hier Kundenzitat einfügen

Vorname und Nachname des Kunden

## Darauf können Sie sich bei uns verlassen

Fügen Sie hier einen besonderen Service oder eine Garantie ein

Fügen Sie hier einen besonderen Service oder eine Garantie ein

Fügen Sie hier einen besonderen Service oder eine Garantie ein

Button mit Handlungsaufforderung

Überlegen Sie, was Ihren Kunden besonders wichtig ist, zum Beispiel die Erreichbarkeit Ihres Kundenservices, regelmäßige Updates oder Datensicherheit.

Mit derselben Handlungsaufforderung wie oben.