

**NEU!**

# 5 Dinge, die deine Website haben muss.





# Warum die meisten Websites keine Verkäufe oder Umsatz erzielen?

In der Regel sollten die Leute innerhalb von fünf Sekunden auf deiner Website verstehen können, was du wirklich anbietest. Wenn es länger als fünf Sekunden dauert, gehen dir Umsätze verloren und Besucher kaufen bei der Konkurrenz.

## **Verstehen deine Kunden deine zentrale Botschaft?**

In diesem Whitepaper sind 5 Vorschläge und Schritte, die sich seit vielen Jahren extrem erfolgreich bewährt haben.

Setze diese fünf Änderungen um und du wirst deinen Umsatz innerhalb kurzer Zeit steigern, mehr Kunden generieren und gegen die Konkurrenz gewinnen.

Viel Erfolg & Spaß beim Lesen,

Matthias Ohnemus

# 01.

## Ein klarer, verständlicher Slogan.

Der Slogan muss einfach und überzeugend sein. Eine Website sollte deine allgemeine Markenstrategie ergänzen und klare Aussagen treffen, die du als Hauptbotschaft deiner Marke identifiziert hast.

Was ist die Botschaft deiner Marke? Es sollte darum gehen, was du anbietest und was dein Kunde damit zu tun hat. Einer meiner Kunden verkauft hochwertige Einrichtungen seit über 20 Jahren. Auf seiner Website waren keine Infos über die Art der Möbel, woher die Produkte stammen, wer hinter dem Unternehmen steckt, wie viel langjährige Erfahrung sie haben und was die Besonderheit ihrer Möbel sind. Nach dem er den Slogan “Ihr spezialist für Möbel seit 20 Jahren” und ein Button “Jetzt Anfragen” auf seiner Website platzierte, stiegen seine Anfragen rasant.

### **Beispiele:**

- Wir reinigen Dachrinnen problemlos
- Ihr Rasen wird perfekt aussehen
- Werte fit & schlank mit einem Personal Trainer
- Professionelles Catering für Ihren besonderen Anlass
- Mieten Sie Ihre Traumwohnung in Laufnähe zur Arbeit

**Checkliste: Überlege dir einen Slogan für deine Marke und stelle sicher, dass er leicht verständlich ist. Das ist das Erste, was du auf deiner Website brauchst.**

# 02.

## Ein eindeutiger Call-to-Action Button.

Wenn dein Unternehmen für etwas bekannt ist, stelle es auf jeden Fall auf deiner Website sehr prägnant und einfach dar und mache deutlich, wie die Leute es kaufen können mit z. B. einem “In den Warenkorb” Button. Was auch immer du verkaufst, dieser extrem wichtige Button sollte der Hauptfokus deiner Website sein. Am besten platziere den Button so, das er gut zu sehen ist in Farbe, oben rechts auf deiner Website. Und stelle sicher, dass er auf jeder Seite vorhanden ist, damit Kunden nie zu weit davon entfernt sind, ihn anklicken zu können. Du wirst erstaunt sein, wie viele Verkäufe du verlierst, weil deine Kunden zu lange brauchen um den Button zu finden.

Es ist zudem erstaunlich, wie viele Unternehmen nicht eindeutig nach dem Kauf bzw. der Aufforderung zu einer Handlung fragen.

### **Beispiele:**

- Jetzt kaufen
- Bestellen
- In den Warenkorb
- Angebot erhalten
- Termin vereinbaren

**Checkliste: Überlege, was du wirklich verkaufen möchtest, was sich bisher am besten verkauft hat und wofür du bekannt bist.**

# 03.

## Vorteile & Erfolge für den Kunden klar machen.

Wenn du z. B. Küchenböden verkaufst, zeigt deine Website möglicherweise eine glückliche Mutter, die ihr Kind vom schönen und funkelnden Küchenboden aufhebt. Du musst deinen Kunden sagen, wie ihr Leben nach dem Kauf deiner Produkte aussehen wird, sonst haben sie keine Motivation zu kaufen.

Du solltest Bilder auf deiner Website verwenden, welche deine Kunden zeigen, die dein Produkt oder Service erfolgreich nutzen. Wenn potentielle Besucher sehen, wie gut es anderen auf Grund deiner Lösung geht, wollen sie das ebenfalls.

Frage dich daher: Werden deine Kunden glücklicher sein wenn sie dein Produkt nutzen? Zeige genau diese Bilder von Menschen, die mit deinem Produkten zufrieden sind.

**Checklist: Der Erfolg des Kunden sollte spezifisch und klar sein. Was haben sie vorher/ nachher?** Können sie dadurch zum Beispiel einfacher rasenmähen, Autos reparieren oder software programmieren? Zeige genau diese Kundenvorteile!

# 04.

## In einfache Kategorien unterteilen und aufräumen.

Wenn du sehr viele Produkte, Services oder Informationen hast, ist es hilfreich, diese in unterschiedliche Kategorien oder Bereiche aufzuteilen. Analysiere welche Produkte sich am besten verkaufen, was deine Haupteinnahmequelle oder am meisten gefragt ist. Ein bewährter Schritt ist, eine begrenzte Auswahl anzubieten, um Besucher nicht zu überfordern. Auf diese Weise können Websitebesucher, leicht eine Kategorie oder bestimmte Produkte finden, die für sie geeignet ist oder nach denen sie suchen.

Wenn alle Produkte und Services auf deiner Website in Kategorien eingeteilt sind, findet der Besucher deutlich schneller, wonach er sucht. Wenn du jedoch all deine Produkte und Dienstleistungen auf deiner Startseite auflistest, werden die Besucher frustriert, verwirrt und springen ab. Viele Besucher mögen es nicht zwingend, so viel Auswahl auf ein mal zu haben, wie du denkst.

**Checkliste: Lassen sich deine Produkte oder Services in einfache Kategorien oder Bereiche unterteilen? Gibt es Ladenhüter oder eine hohe Nachfrage von einem Produkt?**

# 05.

## Verwirrende Kommunikation vermeiden.

**Checklist: Diese 7 kritischen Fragestellungen können dir dabei helfen, in deiner Kommunikation mit dem Kunde klarer zu werden:**

- 1. Was genau sucht oder möchte dein Kunde?
- 2. Wie fühlen sich Kunden auf Grund äußerlicher Faktoren?
- 3. Welche empathische Aussage kannst du machen damit sich Kunden angesprochen fühlen?
- 4. Warum ist genau deine Website die richtige, um das Problem deines Kunden zu lösen?
- 5. Was ist dein Plan, um die Angst und Verwirrung deiner Kunden zu lindern?
- 6. Was ist der direkte Handlungsaufruf/ Call-to-action Button?
- 7. Wie sieht das Leben für deine Kunden aus, wenn du ihr Problem löst?

# Deine Website Checklist

- Ein klarer, verständlicher Slogan** — Überlege dir einen Slogan für deine Marke und stelle sicher, dass er leicht verständlich ist. Das ist das Erste, was du auf deiner Website brauchst.
- Ein eindeutiger Call-to-Action Button** — Überlege, was du wirklich verkaufen möchtest, was sich bisher am besten verkauft hat und wofür du bekannt bist.
- Vorteile & Erfolge für den Kunden klar machen** — Der Erfolg des Kunden sollte ganz spezifisch und klar sein auf deiner Website. Was haben Kunden vorher/ nachher? Wie fühlen sie sich?
- In einfache Kategorien unterteilen** — Lassen sich deine Produkte oder Services in einfache Kategorien oder Bereiche unterteilen? Gibt es Ladenhüter oder eine hohe Nachfrage von einem Produkt?
- Verwirrende Texte vermeiden** — Umso genauer du weißt, was genau dein Kunde tatsächlich für eine Problemlösung braucht, desto eher kannst du deine Kommunikation auf ihn zuschneiden.

Die Antworten und Ergebnisse auf die Checklist-Fragen liefern dir alles Material, das du zum Erstellen deiner Website, E-Mail-Newsletter, Werbeanzeigen und sogar deiner Markenstrategie benötigst.


**ERSTGESPRÄCH VEREINBAREN**



*„Obwohl ich die besten  
Produkte auf dem Markt habe,  
verlierte ich gegen das schlechtere  
Produkt des Konkurrenten,  
weil dieser klarer & besser  
kommunizierte.“*

— **Frank Wieland**  
(Wieland Einrichtungen GmbH)

# Professionelle Hilfe erhalten?



**ERSTGESPRÄCH VEREINBAREN**