

## Die Website Struktur erklärt

(Die Webseiten müssen nicht genau so aufgebaut sein, es sollten aber möglich viele Sektionen, die hier folgend, mit inbegriffen sein).

### Seitenaufbau (Einzelne Sektionen):

#### 1. Menü

Bestehend aus Logo, Menüpunkten und Button

#### 2. Header

Gibt Orientierung

*Das ist die wichtigste Sektion - Wenn diese nicht stimmig ist, dann ist die Wahrscheinlichkeit niedrig, dass deine Seite weiter gelesen wird.*

Was hier wichtig ist:

- Enthält deinen Angebotssatz (Besucher weiß direkt, worum es geht)
- Enthält einen Button mit einem Call to Action
- Zeige dich als Person, um direkt Verbindung aufzubauen (Sie haben dich möglicherweise vorher in Anzeigen/Videos gesehen)
- Mögliche Trust-Elemente schaffen Vertrauen in deine Expertise
- Halte diese Sektion einfach - Lieber einen klaren Satz, als überwältigende Texte, wo man nicht weiß, was man als erstes lesen soll

#### 3. Intro

Diese Sektion holt deine Zielgruppe in ihrer Ist-Situation ab und führt sie in die Wunschsituation: Dahin, wo sie hinwollen. Gleichzeitig gibst du ein klares Versprechen ab, was sie in einer Zusammenarbeit mit dir erwarten können. Du kannst auch bereits erste Einwände und Bedenken lösen. Eine Vorlage findest du auf unserer Seite. (Sektion schafft Empathie/Vertrauen "Der versteht mich...")

#### 4. Über die Ergebnisse unserer Kunden

Diese Sektion sorgt für eine Menge Vertrauen in deine Expertise und die Ergebnisse, die du lieferst. Stelle kurz und knapp dar, warum die Ergebnisse deiner Kunden so gut sind. (Alleine die Überschrift sorgt für Vertrauen, weil man - ohne den Abschnitt überhaupt gelesen zu haben - davon ausgeht, dass du gute Ergebnisse lieferst).

## **5. Über unsere Methode**

Dieser Abschnitt ist eine Erweiterung der 5. Sektion. Nachdem du in der 5. Sektion nun dargestellt hast, was deine Dienstleistung ausmacht, stelle nun kurz und leicht verständlich dar, welche (einzigartige) Methode du verwendest, um das Problem deiner Zielgruppe zu lösen. Schreibe deinen Text so, dass den Kunden das Wasser im Mund zusammenläuft und sie unbedingt diese Methode mit dir durchgehen wollen. Gehe hier nicht zu sehr ins Detail, sondern gebe nur Häppchen.

## **6. Vorteile deines Geschäftsmodells**

Falls du ein Geschäftsmodell hast, bei welchem du erst die Vorteile erklären musst, dann nutze diese Sektion dazu.

Vorteile sollen das Leben darstellen, welches die Zielgruppe gerne führen möchte. Wenn man also idealerweise alles umsetzt, was du ihnen sagst, welche enormen Vorteile hat man dann? In der Marketingsprache nennt man das Future Pacing. Diese Sektion überzeugt auch noch Zweifler. (In unserem Falle sind das Menschen, die vielleicht noch überlegen, was sie machen wollen.)

## **7. Über deine Betreuung**

In den meisten Fällen erfolgt die Dienstleistung online. Diese Form der Dienstleistung ist den meisten nicht bekannt und sollte erklärt werden. Wir nutzen das, um auch noch Vorteile dieser Methode zu erläutern.

## **8. Die nächsten Schritte**

Dieser Abschnitt zeigt die nächsten Schritte auf, die der Interessent gehen muss, wenn er mit dir zusammenarbeiten möchte. Halte die Schritte immer einfach und leicht verständlich. Der Interessent muss immer den nächsten Schritt im Voraus sehen können.

## **9. Die Team-Sektion**

Falls du ein Team hast, dann stelle hier deine Mitglieder vor. Das sorgt dafür, dass der Interessent ein größeres Bild von dir und deinem Unternehmen bekommt. Du hebst dich damit von kleinen Betrieben ab, die es zu Hauf da draußen gibt. Das was du machst ist so erfolgreich, dass du ein Team hast, welches dich unterstützt. Stelle hier idealerweise dein ganzes Team einmal kurz und knapp vor. Du kannst das auch nutzen, um Vorteile zu kommunizieren.

## **10. FAQs**

Diese Sektion eignet sich besonders gut für Einwandbehandlung. Beantworte hier die häufigsten Fragen. Im weiteren Verlauf dieser Phase wirst du eine Taktik kennenlernen, wie du diese Fragen überhaupt herausfindest. Teilweise kannst du auch Fragen und Antworten schreiben, die eigentlich gar nicht gefragt werden, die einen aber interessieren.

## **11. Call To Action Endsektion**

Am Ende deiner Seite sollte immer eine solche Sektion sein. Rufe hier klar dazu auf, die nächsten Schritte zu gehen und mit dir zusammenzuarbeiten.

## **12. Footer**

Die letzte Sektion enthält einen unauffälligen Disclaimer sowie Impressum, Datenschutzerklärung, Haftungsausschluss und ggfs. AGB.