



So entwickelst du eine professionelle Coaching-Webseite

Jasmin Grigutsch - Positionierungscoach

KundenKarma

0178-551 6282 - jg@kundenkarma.de

www.kundenkarma.de



Jasmin Grigutsch - Positionierungscoach



- ↳ **Mein Hintergrund:** Diplom Ökonomin mit 10 Jahren Erfahrung aus strategischem Marketing, Branding, Produktmanagement, Marktforschung, Web- und App-Gestaltung.
- ↳ **Mein Traum:** Menschliches Miteinander auch in der Businesswelt
- ↳ **Mein Motto:** Alles was Du als Unternehmer tust, kommt ähnlich wie Karma wieder zu Dir zurück.
- ↳ **Meine Themen:** Positionierung, Marketing, Strategie



*Du hältst hier mein geballtes
Wissen zum Thema Webseite
in der Hand.*

Wie gehst du mit diesem Guide um?

- ↳ Achtung, dieser Guide ist vollgepackt mit Informationen.
- ↳ Lies ihn also sorgfältig durch
- ↳ Fang am besten Schritt für Schritt an. Ich empfehle meist folgende Vorgehensweise:
 - ↳ Mach dir Gedanken über die Inhalte für die einzelnen Seiten
 - ↳ Gehe folgendermaßen vor: 1. Über mich-Seite, 2. Angebot, 3. Startseite, (4. Blog)
 - ↳ Überleg, dir, wie du einzelne Seiten aufbauen könntest und wo du statt Text noch etwas anderes nutzen könntest
 - ↳ Recherchiere Bilder die das unterstreichen, was du sagen willst und lass dich vom Fotografen ins rechte Licht rücken
 - ↳ Entscheide dich für ein Design-Theme und erstelle die rechtlichen Must-have-Seiten
 - ↳ Entwickle die Seiten nach und nach und mach sie immer besser
 - ↳ Verlinke die Seiten untereinander mit Button und passe das Menü an



Was solltest du darüber hinaus wissen?

- ↳ Wenn du merkst, dass dir die Texte nicht besonders gut von der Hand gehen, ist es ein Zeichen dafür, dass du noch nicht klar genug in deiner Ausrichtung bist. Ich bin gerne für dich da, wenn das der Fall ist.
- ↳ Eine Webseite ist nie „fertig“. Das heißt man kann immer noch etwas besser machen. Aber es bringt nichts, darauf zu warten, dass sie perfekt ist.
- ↳ Eine schöne Webseite allein hilft dir nicht mehr Kunden zu gewinnen. Sie muss auch gefunden und gelesen werden. Meist ist brauchst du dafür die passende Strategie. Auch dabei helfe ich dir gern.





*Bist du bereit?
Dann legen wir los.*

Wozu dient eine Webseite?

- ↳ Sie sollte deinem Kunden alle notwendigen Informationen geben, damit er/sie entscheiden kann, ob dein Angebot bzw. du als Person zu ihm/ihr passt
- ↳ Das Ziel sollte sein, dass dein Interessent mit dir in Kontakt treten möchte
- ↳ Meist kaufen Kunden nicht direkt beim ersten Kontakt. Interessenten wollen dich erst kennenlernen.
- ↳ Deine Seite sollte deswegen die Beziehung zu deinem Kunden aufbauen und ihn langsam Schritt für Schritt für dein Angebot anwärmen
- ↳ Dich als Person vorstellen und dich sympathisch machen
- ↳ Dein Angebot interessant und einzigartig präsentieren



Eine Webseite ist nicht:

- ↳ ...Der richtige Platz, um alles was du jemals angeboten hast und anbieten willst in epischer Breite aufzulisten
(Bitte keinen Bauchladen)
 - ↳ Überleg dir: Was muss dein Kunde wirklich von dir und deinem Angebot wissen, damit er mehr Informationen (= Vorgespräch) will.
 - ↳ Im Vorgespräch hast du mehr Gelegenheit die passenden Angebote für deine Kunden rauszusuchen.
- ↳ ... eine reine Verkaufsplattform, besonders nicht, wenn du eine Dienstleistung anbietest
(Bitte nicht zu sehr verkäuferisch sein)
 - ↳ Betrachte deine Webseite lieber als Möglichkeit in Beziehung zu deinen Kunden zu treten.
 - ↳ Der Beginn einer langen Reise, die mit seinem Besuch gerade begonnen hat.





Der allgemeine Aufbau deiner Webseite

Welche Hauptseiten brauchst du?

- ↳ Startseite: Dort fasst du kurz zusammen, für wen dein Angebot ist, was du anbietest, und stellst dich kurz vor.
- ↳ Über Dich: Deine Kunden wollen wissen, mit wem sie es zu tun haben. Sie wollen dich kennenlernen und dich mögen.
- ↳ Dein Angebot: Hier erklärst du genauer, was du tust, wie du vorgehst und welche Ergebnisse man bekommen kann.



Warum solltest du nicht ein One-Page-Design nutzen?

- ↳ Ein One-Page-Design ist ok, wenn du gerade anfängst. Es ist besser als gar keine Seite. Wenn du länger dabei bist, solltest du die Informationen auf mehrere Seiten verteilen.
- ↳ Mit mehreren Seiten hast du z.B. mit Google Analytics eher die Möglichkeit zu erkennen, was deine Besucher interessiert und was nicht.
- ↳ Du hast die Möglichkeit, deine Kunden gezielt auf bestimmte Informationen zu lenken.
- ↳ Du kannst einzelne Seiten als Landingpage für deine Kunden aufbereiten oder dafür sorgen, dass sie zu einem bestimmten Thema bei Google weit oben auftauchen.
- ↳ Du tendierst nicht dazu, alles auf eine Seite zu quetschen, sondern deine Informationen sinnvoll zu strukturieren.
- ↳ Bei einem One-Pager haben Besucher keine andere Wahl, als deine Seite wieder zu verlassen. Google bewertet durch dieses Verhalten deine Seite als „uninteressant“ und wird sie in der Suche nicht oben auflisten.



Welche Seiten brauchst du noch?

- ↳ Impressum
- ↳ Datenschutzerklärung (Tipp nutze einen Generator: <https://dsgvo-muster-datenschutzerklaerung.dg-datenschutz.de/>)
- ↳ Kontakt: Darf auch ein wenig persönlicher und individueller sein
- ↳ Optional aber empfehlenswert: Seite, wo man dein Freebie bestellen kann. Ein Freebie ist Geschenk, wo du zeigen kannst, wie du arbeitest. **Achtung**: DSGVO beachten!
- ↳ Optional aber empfehlenswert: Blog/Podcast/Video-Channel
- ↳ Optional: AGBs



Warum macht eigener Content Sinn? (1)

- ↳ Du kannst dich als Experte für etwas positionieren.
- ↳ Du kannst lange Erklärungen in Blogartikel verpacken und auf deiner Seite immer wieder darauf verweisen (für die Leute, die gerne mehr Informationen hätten). Dadurch bleiben deine Hauptseiten schlank. Du kannst auch das Datum ausblenden, so fällt es nicht auf, wenn du nur einen Beitrag im Monat machst.
- ↳ Besser einen guten Beitrag im Monat, als 5 schlechte pro Woche oder gar keinen.
- ↳ Du kannst auf Social Media in Kommentaren z.B. in Gruppen immer wieder deine Artikel ins Spiel bringen und so zeigen, dass du dich mit etwas beschäftigt hast.
- ↳ Du kannst deine Artikel z.B. bei Xing, LinkedIn, Facebook, Instagram verbreiten und dadurch mehr Sichtbarkeit für dein Thema bekommen.



Warum macht eigener Content Sinn? (2)

- ↳ Wenn Leute öfter deine Artikel lesen, glaubt Google, deine Seite wäre interessant und bewertet dich besser.
- ↳ Du kannst Artikel nutzen um Webseiten Besucher zu Newsletter Abonnenten zu machen. (SEHR empfehlenswert).
- ↳ Du kannst es nutzen, um über Google gefunden zu werden (Achtung: Suchmaschinenoptimierung ist nicht ganz einfach).
- ↳ Das gilt nicht nur für Text-Beiträge, sondern auch für deinen Video-Channel oder Podcast. Such dir das Medium (Text, Audio, Video) aus, was dir am besten liegt.



Freebie einbinden:

- ↳ Verweise an möglichst vielen Stellen auf dein Freebie.
- ↳ Wichtig: Stelle deinen Newsletter in den Vordergrund und das Freebie ist das Geschenk für ein Abonnement.
- ↳ Biete eine Möglichkeit an, das Freebie auch ohne Newsletter Eintrag zu bekommen, z.B. indem man es kaufen kann. (Kopplungsverbot)
- ↳ Nutze unbedingt ein Double Opt-in. Viele Newsletter Dienstleister bieten das automatisch an.
- ↳ In dem Formular, wo man sich anmelden kann, muss deine Datenschutzerklärung verlinkt sein und es muss darauf hingewiesen werden, dass man sich in den Newsletter einträgt, wo du hin und wieder Angebote unterbreiten wirst. Außerdem weise darauf hin, dass man jederzeit die Möglichkeit hat, sich wieder abzumelden.
- ↳ Das Häkchen, dass man mit den Datenschutzbestimmungen einverstanden ist, ist derzeit noch optional, aber empfehlenswert.
- ↳ Hier gibt es mehr Infos zum Thema DSGVO: <https://kundenkarma.de/dsgvo-keine-panik/>



Das ideale Menü

- ↳ Start
- ↳ Über mich
- ↳ Angebot
- ↳ Blog
- ↳ Kontakt
- ↳ Optional: Gratis (Mit Link zu deinem Freebie)

Tipp:

- ↳ Mach das Menü und die Wörter darin so kurz wie möglich.
- ↳ Nicht alle Seiten, die du entwickelst, müssen zwingend im Menü auftauchen. Du kannst sie auch mit Links in Texten, Button oder im Blog einbinden
- ↳ Variiere nicht allzu sehr mit den Namen im Menü. Deine Kunden erwarten bestimmte Informationen und sind irritiert, wenn sie sie nicht finden – und irritierte Kunden kaufen nicht



Was kommt in den Footer?

- ↳ Link zum Impressum und zur Datenschutzerklärung (sehr wichtig: diese Seiten müssen von überall erreichbar sein)
- ↳ Kurze Beschreibung von dir und was man auf der Seite bekommt
- ↳ Ggf. Foto
- ↳ Links, die dir wichtig sind (zb. Zu deiner Facebook-Gruppe, deinem Video Channel. Gib deinen Kunden die Möglichkeit, dich erstmal eine Weile zu beobachten ohne sich gleich in den Newsletter eintragen zu müssen)
- ↳ Wenn du hast: Siegel von Verbänden, Auszeichnungen...

Tipp:

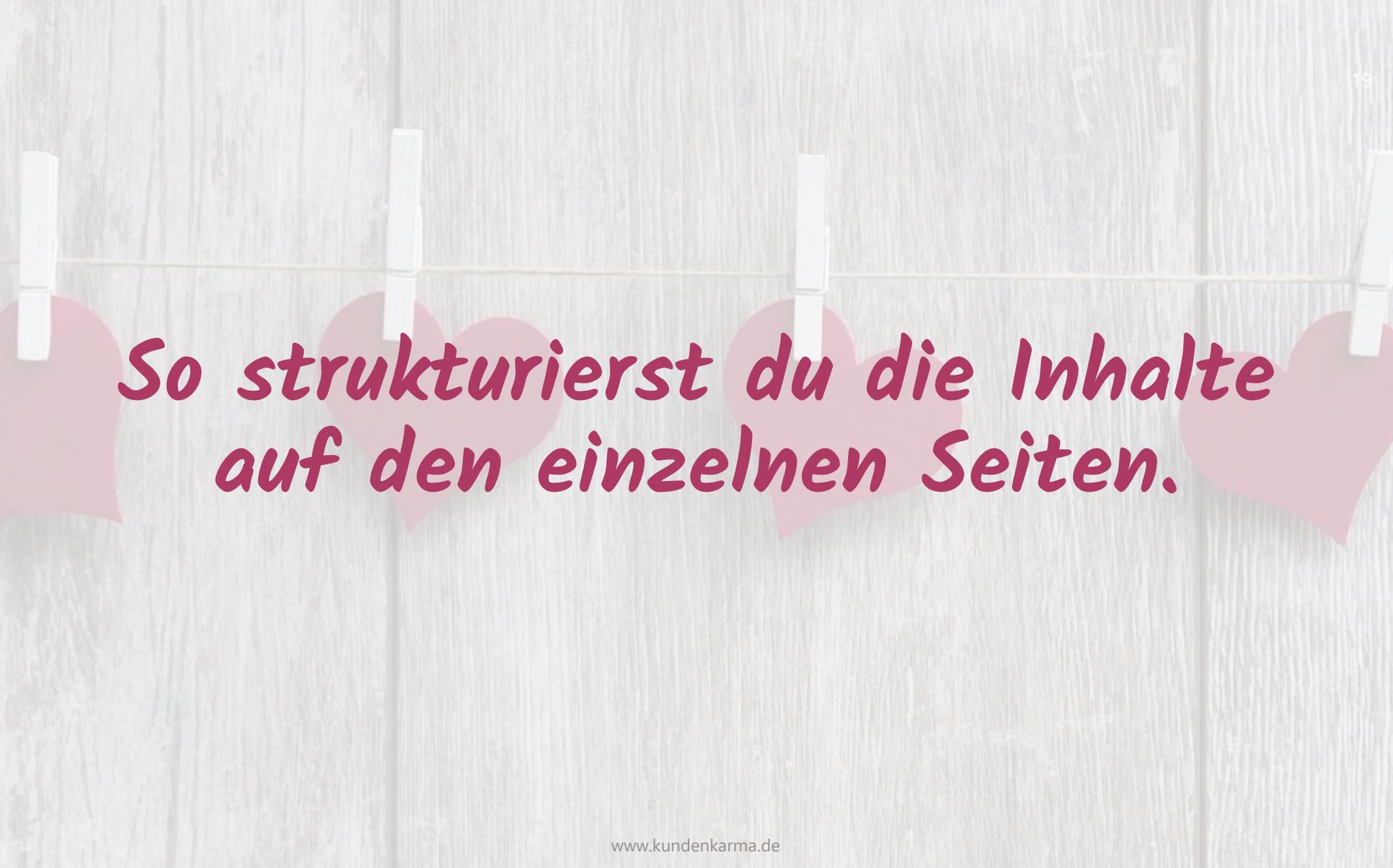
- ↳ Weniger ist mehr. Wenn es überladen wirkt, achtet keiner mehr drauf.
- ↳ Drei Spalten haben sich bewährt



Wie nennst du dich?

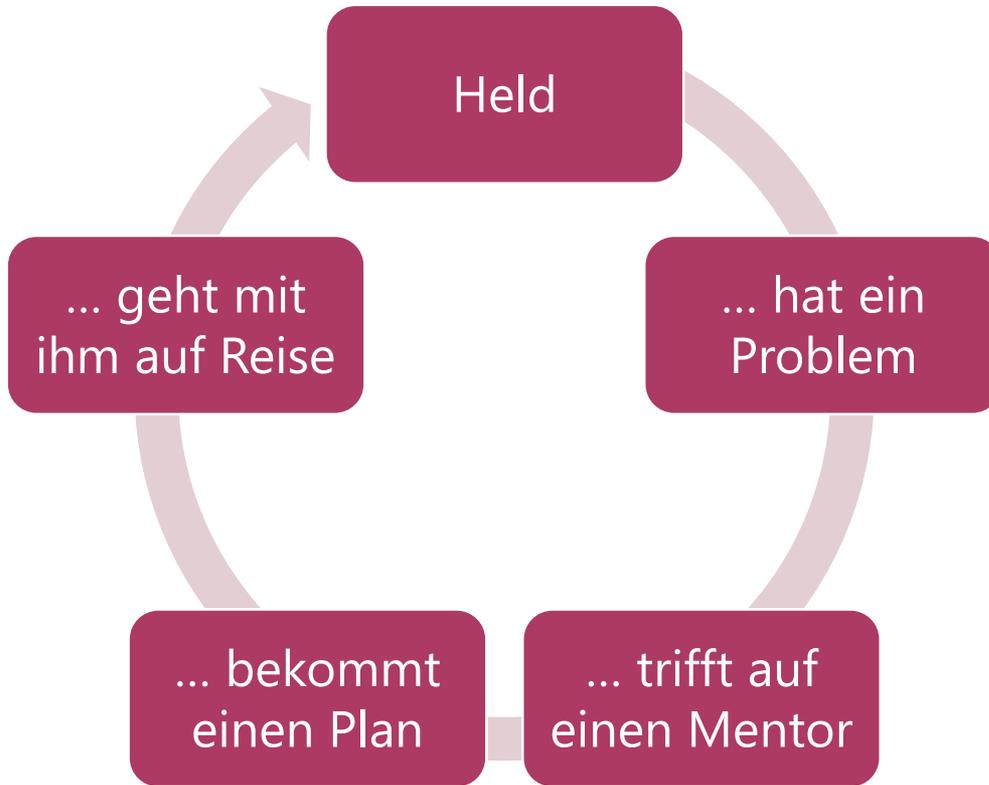
- ↳ Coach, Mentor, Berater, Wegbegleiter oder doch eine Phantasie-Jobbezeichnung?
- ↳ Ich kann ja verstehen, dass der Begriff Coach abgenutzt ist, dennoch bin ich strikt gegen Phantasienamen:
 - ↳ Deine Kunden haben eine Vorstellung davon, wen sie für ihr Problem brauchen und suchen danach. Mit einem Phantasienamen finden sie dich nicht
 - ↳ Bei den meisten Phantasienamen müssen deine Kunden erst lange überlegen, was du damit gemeint hast. Deine Kunden sind dann irritiert – und irritierte Kunden kaufen nicht.
- ↳ Ich habe hier genauer erklärt, warum ich es wichtig finde, dich Coach zu nennen, wenn du eine/r bist: <https://kundenkarma.de/ich-bin-coach/>





*So strukturierst du die Inhalte
auf den einzelnen Seiten.*

Nutze Storytelling



- ↳ Dein Kunde ist dein Held
- ↳ Die Geschichte ist umso interessanter, je größer das Problem ist
- ↳ Manchmal haben Kunden kein Problembewusstsein. Dann arbeite mit dem, was sie sich wünschen
- ↳ Du bist der Mentor
- ↳ Dein Kunde braucht einen Mentor um sein Problem zu lösen
- ↳ Mit deinem Angebot/Produkt löst dein Held sein Problem
- ↳ Die Reise ist die Anwendung deines Angebotes
- ↳ Die Story endet mit einer Aufforderung, die Reise jetzt zu starten. (Call to Action – CTA)



Struktur einer Start-Seite

Story Überschrift

Problem/Wunsch

Lösung

Dein Plan/Angebot

Konsequenzen fürs
nicht Handeln

Referenzen

Mentor-Beschreibung

Aufforderung aktiv zu
werden

- ↳ Wenn es für dich nicht passt, kannst du auch von der Struktur abweichen.
- ↳ Es ist wichtig, die Konsequenzen für das Nicht-Handeln emotional aufzuzeigen, weil dein Kunde sonst nicht aktiv wird.
- ↳ Wenn du nur eine Seite hast, darf hier alles etwas ausführlicher.
- ↳ Wenn du auch eine Angebots-Seite hast, kannst du dich kürzer fassen und einzelne Bereiche kombinieren.
- ↳ Es macht nichts, wenn man scrollen muss (aus Handy-Zeiten sind wir es gewohnt).
- ↳ Achte darauf, dass deine Seite mobil-optimiert ist.
- ↳ Optional auf der Startseite: Neues aus dem Blog.



Struktur der Über-Mich Seite

Slogan/Motto

↳ Deine Kunden wollen dich kennenlernen.

Wer bist du

↳ Deine Kunden wollen wissen, warum sie dich mögen sollen.

Deine Geschichte

↳ Deine Kunden wollen wissen, warum sie dir und Deiner Erfahrung vertrauen können.

Deine Fähigkeiten

Motivation/Dein
Warum

↳ Sie wollen verstehen, was dich antreibt: Warum bist du selbstständig, warum in diesem Feld, warum auf diese Weise?

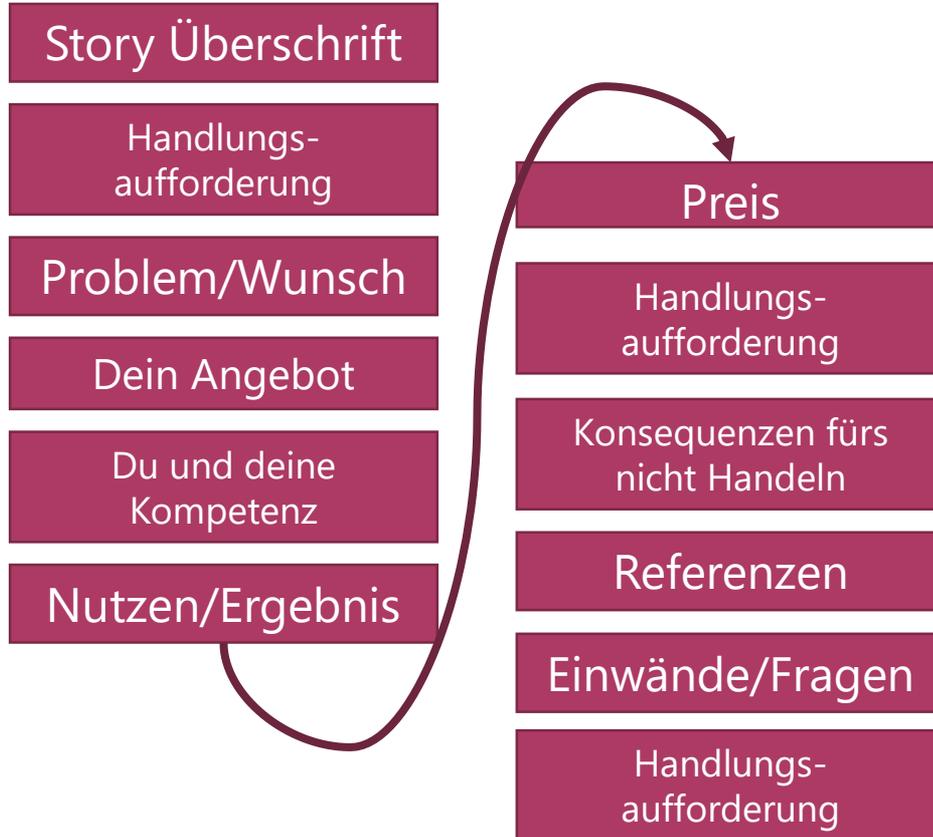
Wofür stehst du

Persönliches

Referenzen & andere
Beweise



Struktur einer Angebots-Seite und von Landingpages



- ↳ Erkläre hier, wie du deinen Kunden hilfst, ihr Ziel zu erreichen
- ↳ Dazu hilft, es wenn du dir ein Ziel für deine Kunden überlegt hast
- ↳ Nutze hier oft Stichpunkte
- ↳ Angebot: Warum ist das was du machst so toll/anders/besonders & wie gehst du vor (zb. Module)
- ↳ Nutzen: Was hat dein Kunde von deinem Angebot, was ist hinterher besser?
- ↳ Referenzen: müssen nicht als Block am Ende eingebunden werden, sondern können auch immer mal wieder zwischendurch die Seite auflockern.



Hinweise zum Angebot

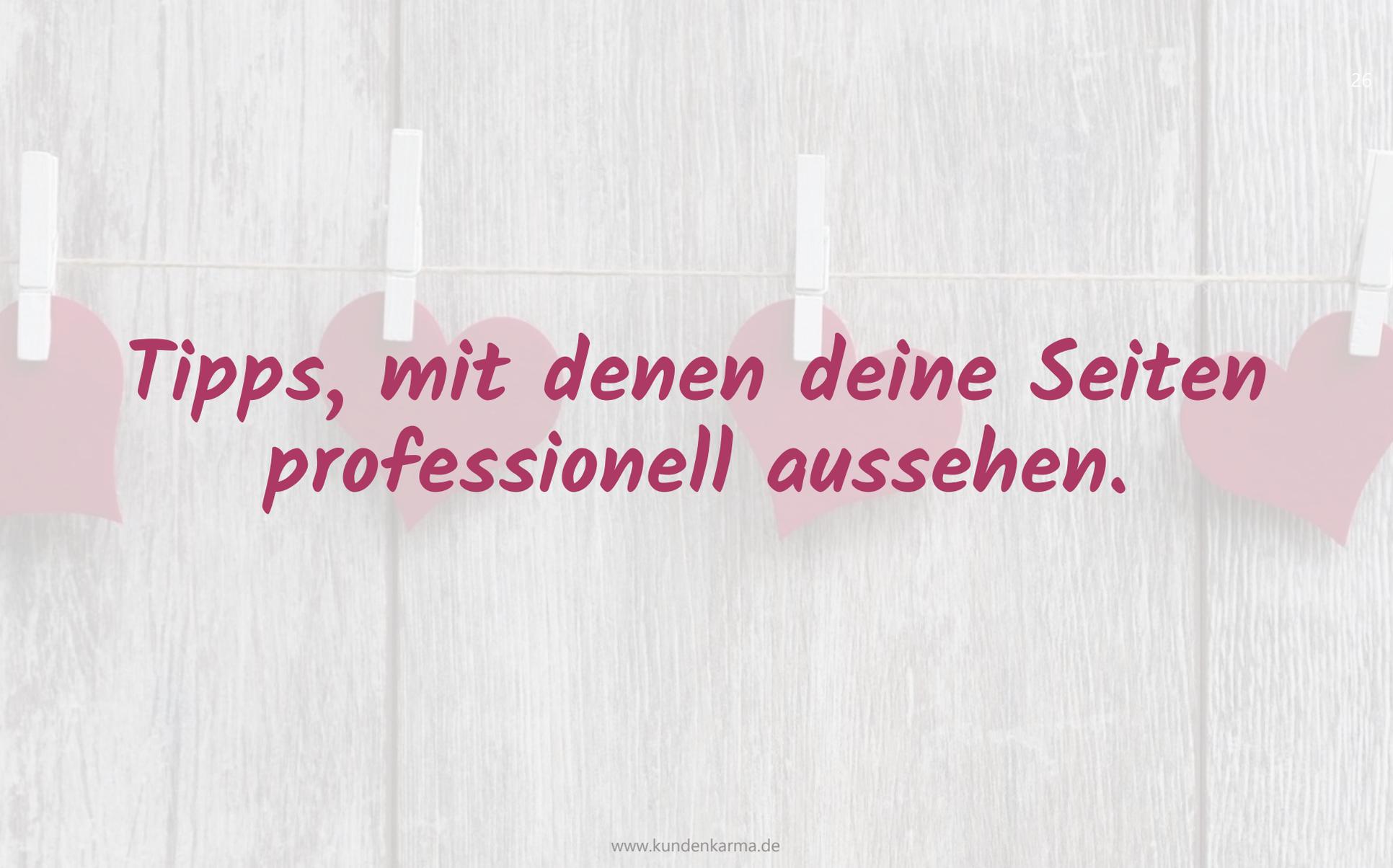
- ↳ Bei zu vielen Entscheidungsmöglichkeiten ist dein Kunde überfordert. Optimal sind 2-3 Auswahlmöglichkeiten:
 - ↳ Einmalzahlung/ Ratenzahlung
 - ↳ 3 Pakete: klein, mittel, groß (meist nehmen Leute das mittlere)
- ↳ Wenn du viele Angebote hast, baue eine Angebotsübersichtseite und bilde schlaue Kategorien, so dass du am Ende wieder nur 3-5 Möglichkeiten hast.
- ↳ Ein Beispiel findest du bei [Amanda Trachsel](#). Auf der Startseite sind unterschiedliche Kategorien, die auf eine extra Seite verweisen, auf denen die passenden Angebote mit einer Landingpage verlinkt sind.
- ↳ Es ist schlau, sinnvolle Pakete zu bilden, damit deine Kunden ein Ergebnis bei dir kaufen können und du nicht auf Dauer Zeit gegen Geld tauschen musst.



Hinweise zum Preis

- ↳ Auf der allgemeinen Angebots-Seite deiner Webseite ist es optional den Preis zu nennen. Die soll hauptsächlich informieren.
- ↳ Wenn du wirklich eine Verkaufsseite baust, wo man direkt etwas bestellen kann, ist er zwingend erforderlich.
- ↳ Dein Kunde will wissen, ob er sich dein Angebot leisten kann.
- ↳ Wenn du keinen konkreten Preis nennen willst, nutze einen Preis-Anker. Das ist eine Preisspanne oder ein Startwert z.B. „Meine Pakete starten bei 1.500€“ oder „Meine Coaching-Pakete liegen zwischen 1.500 und 5.000€“.
- ↳ Du kannst mit einem Preisankern auch auf die Konkurrenz verweisen: „Bei anderen Coaches, kostet ein ähnliches Angebot oft 10.000€. Aber durch [besondere Herangehensweise] bin ich deutlich schneller und gebe das preislich an dich weiter.“ Dann weiß dein Kunde, dass es keine 10.000€ kostet, sondern deutlich günstiger ist. Weil du den Wert deutlich machst, hat er trotzdem nicht das Gefühl etwas billiges zu bekommen.
- ↳ Nenne nie den Preis ohne den Gegenwert. Was bekommt/gewinnt man dadurch? Dein Kunde will den Preis ins Verhältnis zum Wert/Nutzen setzen können.





*Tipps, mit denen deine Seiten
professionell aussehen.*

Was passiert über dem „Fold“ (1)

- ↳ Der „Fold“ ist der Bereich, den man im Bildschirm beim Laden sehen kann, ohne dass man runterscrollen muss
- ↳ Den „Fold“ gibt es auf jeder Seite, unterscheidet sich aber leicht, wenn es eine Landingpage ist
- ↳ Hier sollten alle wichtigen Informationen vorhanden sein
 - ↳ Slogan
 - ↳ Pitch/Kurze Beschreibung
 - ↳ Call to Action für dein Freebie bzw. erster Schritt, für deine Kunden, um mit dir zu arbeiten
 - ↳ Foto von dir
 - ↳ Social Proof (beeindruckende Anzahl Abonnenten/Fans/Kunden, bekannt aus Zeitung/Fernsehsendung, Bewertungen bei Google/Facebook/Proven Expert)
- ↳ **Wichtig:** das Wesentliche muss auch mobil gut sichtbar sein



Was passiert über dem „Fold“ (2)



Slogan

Pitch

Social Proof

Foto

Call to Action



Hinweise zum Call to Action (CTA) (1)

Damit ist die Aktion gemeint, die dein Besucher auf einer Seite durchführen soll.

- ↳ Nur ein Ziel pro Seite. Die Besucher, sollen genau diese eine Sache tun, nicht 1000. Also verweise entweder auf ein Freebie **oder** auf ein kostenfreies Gespräch.
- ↳ Wenn du unterschiedliche Produkte hast und deine Kunden mit Hilfe von Freebies segmentieren willst, überleg dir einen Hauptweg und stell dann in der Mitte der Seite deine unterschiedlichen Wege vor. (z.B. wie bei [Amy Porterfield](#))
- ↳ Im Blog kannst du theoretisch zu jedem Beitrag ein eigenes Freebie anbieten (Macht bspw. [Marike Frick](#) total clever).
- ↳ Du kannst 8-13 CTA auf einer Seite haben (wie gesagt, alle zum gleichen Ziel)



Hinweise zum Call to Action (CTA) (2)

Damit ist die Aktion gemeint, die dein Besucher auf einer Seite durchführen soll.

- ↳ Sie müssen immer anders benannt werden. Also nicht 13x mal den Button mit „jetzt anmelden“ benennen, sondern variieren. (Kann man sich bspw. bei [Alexander Christiani](#) ansehen)
- ↳ Nutze lieber einen Button, mit dem du auf eine extra Seite weiterleitest, wo man sich bspw. in den Newsletter eintragen kann, statt überall Eintragungsfelder für Namen und Email zu haben.
- ↳ Wenn du Eingabe-Felder für Email verwendest, mach dies maximal einmal pro Seite.



Dem Lesefluss folgend, können auch zwei Call to Action über dem Fold Sinn machen

Lesefluss



Tipps, um moderne Seiten zu entwickeln (1)

- ↳ Denke und arbeite in Blöcken.
 - ↳ Pro Block nur ein Thema/Ziel
 - ↳ Jeder Block hat eine sprechende Überschrift
 - ↳ Jeder Block setzt sich farblich von einem anderen Block ab
 - ↳ Ein Block darf (muss nicht) einen Button haben, der einen zu einer anderen Seite weiterleitet
 - ↳ Ein Block kann bspw. auch ein Zitat sein
 - ↳ Überleg dir, wie du einen Inhalt besser darstellen kannst, als mit Fließtext
- ↳ Halte dich kurz.
 - ↳ Pro Block nur maximal eine halbe Seite Text
- ↳ Leute lesen nicht.
 - ↳ Hebe wichtige Dinge, die ins Auge springen sollen, hervor (z.B. Fett)
 - ↳ Wiederhole dich. Erkläre wichtige Dinge immer wieder in anderen Worten/aus unterschiedlichen Perspektiven auf mehreren Seiten. (In der Wiederholung liegt der Gehirnwäscheeffekt 😊)



Tipps, um moderne Seiten zu entwickeln (2)

↳ Hab Abwechslung

- ↳ Moderne Seiten wirken modern, weil sie mit Elementen spielen, damit sie nicht langweilig sind.
- ↳ Nutze Bilder mal rechts, mal Links, mal im Hintergrund
- ↳ Nutze Stichpunkte (mit oder ohne Icons) aber maximal 7
- ↳ Variiere die Spaltenanzahl (1, 2, 3 oder 4 Spalten; oder eine Aufteilung in 1/3 und 2/3)

↳ Nutze Bilder

- ↳ Wähle Bilder, die deine Werte verdeutlichen
- ↳ Du kannst Bilder auch großformatig einsetzen
- ↳ Bilder dürfen selbstverständlich bunt sein, sollten aber zu deiner Farbwelt und zu deiner Bildersprache passen
- ↳ Versuch einen bestimmten Stil in der Bildsprache zu finden (ähnliche Motive, ähnliche Farben, ähnliche Filter...)

↳ Halte dich mit zu vielen Farben zurück

- ↳ Nutze eine Signal-Farbe als Eyecatcher, eine dezentere Farbe zur Unterstützung und ggf. noch eine Komplementär-Farbe zu deiner Signal-Farbe
- ↳ Setze die Komplementär-Farben sehr, sehr sparsam ein (z.B. für Button, die ins Auge fallen sollen)
- ↳ Nutze deine Hauptfarbe z.B. bei Überschriften, Button...



Tipps, um moderne Seiten zu entwickeln (3)

↳ Tipps für dein Branding:

- ↳ Nutze einen Brand-Archetyp, der dir hilft deine Zielgruppe leichter zu erreichen. Hier kannst du ein Quiz machen, um deinen Archetypen zu finden (Achtung: englisch): <https://www.kayeputnam.com/brandality-quiz/>
- ↳ Super interessante Seite mit unterschiedlichen modernen Farbkombinationen <https://www.canva.com/learn/100-color-combinations/>
- ↳ Adobe Color Wheel <https://color.adobe.com/de/create>
- ↳ Bild hochladen und Farb-Kombi rausbekommen <https://www.canva.com/colors/color-palette-generator/>
- ↳ Super interessante Seite mit unterschiedlichen Schriftkombinationen <https://www.canva.com/learn/canva-for-work-brand-fonts/>

↳ Grafiken/Freebies/Facebook-Posts günstig gestalten:

- ↳ Bei Canva gibt es viele tolle Vorlagen jede Gelegenheit und ist super leicht zu nutzen: <https://www.canva.com/>
- ↳ Bei <https://www.fiverr.com/> bekommst du recht günstig einen Designer, der Dinge für dich umsetzen kann. Muss man allerdings ein wenig Zeit investieren, um den passenden zu finden.



Beispiele für Inhaltsblöcke (1)

Diese 1/3 Opt-In-Kombo spricht drei Unterschiedliche Menschentypen an: den der was geschenkt haben will, den der loslegen will und einen der dabei sein will

Positioniere dich klar und werde erfolgreich

1. Gratis anmelden

Melde dich zu meinen Positionierungs-Tipps an und erhalte meine 10 Geheimnisse als Geschenk

Jetzt gratis anmelden

2. Geheimnisse entdecken

Erfahre, wie ich dir helfen kann, ein erfolgreiches Coaching Business aufzubauen.

Jetzt eBook herunterladen

3. Dabei bleiben

Werde Teil meiner Community und erhalte regelmäßig Tipps, um deine Positionierung zu verbessern

Ja, ich will dabei sein

Call to Action



Beispiele für Inhaltsblöcke (2)

Fließtext funktioniert, wenn er kurz ist und gut strukturiert wirkt.

Du bist ein großartiger Coach und fast niemand weiß es?

Dann solltest du unbedingt daran arbeiten, aus der Masse der Coaches herauszustechen. Durch deine ganz individuelle Kombination aus Fähigkeiten und Erfahrungen bist auch DU etwas ganz Besonderes.
Die Welt verdient es mehr von dir zu sehen.

Mit meinem **3 Schritte Strahlkraft-Prinzip** helfe ich dir, dein einziges Thema klar vor Augen zu haben, die passenden Kunden zu identifizieren und mit der richtigen Strategie am Markt sichtbar zu werden.

Dadurch erreichst du mehr Kunden mit deiner Botschaft und **wirst finanziell unabhängig**.
Nimm es nicht weiter hin, dass so viele schlechtere Coaches so viel erfolgreicher sind als du.

Beginne jetzt, deine Einzigartigkeit zu entdecken und nach außen strahlen zu lassen.

Finde heraus, was du wirklich tun musst, um mehr Kunden zu gewinnen

Jetzt herausfinden, wie du erfolgreicher wirst

Call to Action

Mehr über mein Angebot erfahren

Angebotsseite



Beispiele für Inhaltsblöcke (3)

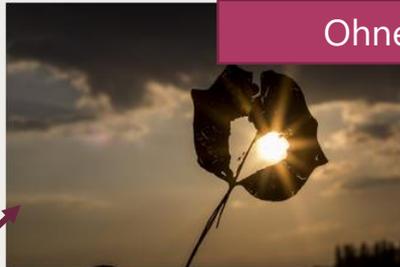
Wechsle nach jedem Abschnitt den Hintergrund. Dadurch grenzen sie sich noch besser von einander ab.
Spiele mit Spalten, um es interessant zu machen

Baue ein solides Fundament für dein Business

Auch Foto-Hintergründe möglich

Besonders, wenn deine Marketingaktionen bisher noch nichts gebracht haben oder du planst größer zu werden, ist jetzt genau der **richtige Moment** für deine Positionierung. Eine klare Positionierung ist wie ein Fundament für dein Business, mit der du dir dein Business-Leben stark vereinfachst.

Mit einer klaren Positionierung wirst du:



Ohne Spalten

- ✓ Erlangen können
- ✓ Dein Selbstbewusstsein aufbauen, weil Du genau weißt, was Du kannst und wofür Du stehst
- ✓ Einfacher und ressourcenschonender Deine Kunden erreichen können
- ✓ Dich nicht mehr nur auf Empfehlungen verlassen müssen, sondern Wege kennen, wie Du aktiv Kunden gewinnst
- ✓ Leichter Deine Expertise nach außen vertreten können und damit Kunden besser überzeugen können

Listen lassen sich gut lesen

Bilder lockern die Seite auf

Spalten in 1/3 - 2/3



Beispiele für Inhaltsblöcke (4)

Icon-Listen zeigen total gut einzelne Schritte auf. Drei Schritte können gut in einer Reihe gezeigt werden, bei 4-5 kann man zwei Spalten nutzen. Vorsicht... die Icons gut wählen, sonst sind sie lächerlich. Durch Schatten können die einzelnen Felder hervorgehoben werden





*Tipps für die technische
Umsetzung*

Warum ich auf Wordpress setze

Ich hab in der Vergangenheit mit vielen anderen Systemen gearbeitet (Typo3, Joomla) und habe Seiten händisch in HTML geschrieben. Für mich gibt es nichts besseres als Wordpress.

- ↳ Es ist einfach aufzusetzen.
- ↳ Es ist sehr leicht zu bedienen, wenn man die richtigen Tools nutzt.
- ↳ Kann mit tausenden Plugins auf alle Bedürfnisse angepasst und erweitert werden.
- ↳ Es gibt Schnittstellen zu allen erdenklichen externen Tools, die dich erfolgreich machen.



Du willst Wordpress nicht nutzen?

Dann achte bei der Auswahl deiner Plattform auf folgendes:

- ↳ Wie leicht kannst du selbst Änderungen an Texten, Bildern oder Menüs vornehmen, selbst Seiten entwickeln oder Button einbauen? (Du willst dich auf Dauer nicht von einem Entwickler abhängig machen. Manchmal müssen Dinge schnell gehen und es nervt, wenn man bei Kleinigkeiten immer warten muss, bis der Entwickler Zeit hat)
- ↳ Kannst du deinen bevorzugten Newsletter-Dienstleister leicht anbinden?
- ↳ Hast du die Möglichkeit (im Nachhinein) einen Blog zu verwenden?
- ↳ Lädt die Plattform schnell?
- ↳ Können Seiten mobil optimiert erstellt werden (Mittlerweile läuft 50-70% des Internet-Verkehrs über das Mobil-Telefon)
- ↳ Kannst du DSGVO-konform arbeiten (z.B. das Häkchen im Bestellformular deines Freebies oder das Cookie Banner)?
- ↳ Kannst du die Darstellung von Links für Google oder Facebook optimieren?
- ↳ Kannst du moderne Elemente (wie oben beschrieben) benutzen?
- ↳ Wie stark lässt sich die Plattform auf dein Branding anpassen und was wäre, wenn sich das ändert? Wie gut würde das funktionieren?



Themes die ich empfehle

Design Vorlagen für Wordpress

- ↳ Avada: Bietet viele Einstellungs-Möglichkeiten, sieht echt super aus und ist recht bugfrei.
- ↳ Devi: Hab ich selbst noch nicht benutzt, aber ich kenne sehr viele, die damit erfolgreich arbeiten.
- ↳ Bei der Auswahl deines Themes auf folgendes achten:
 - ↳ Farben und Schriften müssen sich komplett editieren lassen. (Ist bspw. bei Thrivethemes Themes nicht der Fall, weswegen ich diese Themes nicht empfehle, obwohl ich sonst voll der Fan der Firma bin)
 - ↳ Mobil kompatibel
 - ↳ Schnelle Ladezeiten
 - ↳ Blog muss dir gefallen (den Rest kann man mit Thrive Architekt/Elementor machen)
 - ↳ Achte darauf, dass du die Menü-Optik bekommst die du willst
- ↳ Themes gibt es hier: <https://themeforest.net/>



Seiten mobil optimieren

- ↳ Heute läuft 50-70% des Internetverkehrs über das Smartphone, deswegen ist es super wichtig, dass deine Seiten mobil kompatibel sind.
- ↳ Die meisten Wordpress Themes bieten hier meist schon die mobile Variante an (aber achte darauf, dass das eins der Features ist)
- ↳ Wenn du merkst, dass deine Gestaltung mobil nichtfunktioniert, überleg dir etwas anderes (ersetze Fancy Effekte mit einem Bild, nutze Spalten sinnvoll, nimm einen Content-Block)
- ↳ Wenn du Thrive Architekt nutzt:
 - ↳ Baue erst die Desktop-Variante und mache dann Änderungen an Schriftgröße, Zeilenabstand etc. für die mobile Seite.
 - ↳ Du kannst einzelne Blöcke ausblenden und für die mobile Seite eine andere Optik bauen. Denk immer dran, dass du hier Elemente ausgeblendet hast, wenn du die Seite überarbeitest.



Nützliche Plugins (1)

Wenn du eine Wordpress-Seite nutzt

- ↳ Cookie Notice: Erstellt einen Cookie Hinweis und bietet die Möglichkeit Analytics und Facebook Pixel rechtssicher einzubinden.
- ↳ BackWPup: erstellt ein Back von der Seite. Solange man es nicht wieder herstellen will, ist es kostenfrei. Man kann die Daten aber auch selbst zum Wiederherstellen nutzen, ist nur komplizierter.
- ↳ Child Theme Configurator: Erstellt ein Child Theme vom eigentlichen Theme. Dadurch kann man CSS und andere Dinge ändern und durch ein Update werden die eigenen Einstellungen nicht überschrieben.
- ↳ Contact Form 7: Wenn man Thrive Architect nicht nutzt, braucht man das, um Kontakt-Formulare zu erstellen und einzubinden.



Nützliche Plugins (2)

- ↳ Disable Gutenberg: Stellt den nervigen Gutenberg Editor ab. Ich komme mit dem nicht klar.
- ↳ Simple 301 Redirects: Weiterleitungen zu einer anderen Seite. Praktisch, wenn man eine Seite deaktivieren will, statt auf einer Ladingpage auf die Warteliste verweisen will, ein Freebie nicht mehr verwenden will oder falsche Links rausgegeben hat.
- ↳ WP Super Cache: Erstellt einen Cache für die Seite und optimiert so Ladezeiten. Wenn manchmal Änderungen nicht richtig dargestellt werden, macht es Sinn den Cache zu löschen.
- ↳ Yoast SEO: Super nützlich, um den Text, der bei Google in der Suche oder was bei Facebook beim Teilen angezeigt wird zu editieren. Gibt auch Anfänger-Tipps für SEO (Suchmaschinenoptimierung). Vorsicht: die SEO-Tipps sind auf sehr niedrigem Niveau. Wenn du ernsthaft an deiner Google-Positionierung arbeiten willst, brauchst du ein Profi-Tool wie PageRangers.



Meine Empfehlung:

Die Produkte von Thrivethemes, helfen dir dabei erfolgreich zu werden und sorgen nebenbei dafür, dass deine Seite super professionell aussieht.

- ↳ Thrive Architect: Damit können Seiten super einfach, total hübsch und super schnell erstellt werden. Es gibt viele Vorlagen - nicht nur für Landingpages. Ich habe alle meine Hauptseiten damit gebaut (Für den Blog nutze ich weiterhin mein Theme).
- ↳ Thrive Leads: Macht Leadgenerierung einfach: Erstellung von ansprechenden Opt-ins, die Themenbezogen automatisch auf unterschiedlichen Blog-Beiträgen eingebunden werden können. Du hast damit eine zentrale Stelle, wo du deine unterschiedlich Freebie-Werbung managen kannst, ohne jeden einzelnen Beitrag separat zu ändern.
- ↳ Thrive Optimize: Mächtiges Tool, mit dem super leicht A&B-Tests (für mit Thrive Architect erstellte Seiten) entwickelt werden können. So können verschiedene Ideen getestet werden und es kann gemessen werden, was besser konvertiert.
- ↳ Thrive Ovation: Tolles Tool, mit dem Testimonials schön erfasst und dynamisch auf unterschiedlichen Seiten angezeigt werden können.

Alle Angebot von Thrive, können als separates Plugin für Wordpress gekauft werden. Sie liegen jeweils bei ca. 60\$. Meist lohnt sich das 200\$ Jahres-Abo, wo alle Produkte enthalten sind. Es reicht auch, dies einmal zu buchen und dann zu kündigen. [Hier](#) kann man es kaufen. (Achtung Affiliate Link)

Ich habe viel probiert und meiner Meinung nach, gibt es nichts besseres.



Wie du dir die Umsetzung erleichterst

Meine Tipps

- ↳ Ich empfehle dir, die Hauptseiten mit Thrive Architect zu bauen (Start, Über Dich, Angebot) und nur den Blog oder Seiten mit viel Text vom Theme gestalten zu lassen.
- ↳ Der Vorteil von Thrive Architect ist, eine schnelle Umsetzung:
 - ↳ Thrive Architect kommt mit tollen Vorlagen, die du nur umgestalten musst.
 - ↳ Durch Drag und Drop bist du super schnell.
 - ↳ Du kannst direkt sehen, wie die Seiten aussehen, ohne ständig neu laden zu müssen (Die meisten Themes sind dabei irgendwie umständlich)
 - ↳ Thrive Architect bietet mit den Lightboxes, die Möglichkeit Pop-ups zu nutzen
 - ↳ Sie haben für die gängigen Email-Dienstleister tolle Schnittstellen, die es dir leicht machen, die richtigen Emails zu verschicken.
 - ↳ Die anderen Tools von Thrivethemes fügen sich so schön nahtlos ineinander ein und unterstützen dich wirklich dabei mit deinem Business zu wachsen
- ↳ Der Nachteil von Thrive Architect: du hast keine zentrale Stelle, wo du Schriften, Farben definieren kannst. Wenn du bspw. im Nachhinein die Farben oder Schriftgröße ändern willst, musst du alle Seiten einzeln anpassen. (Aber keine Sorge, es geht echt fix)



Du bist bereit mit deiner Webseite zu starten?

*Aber du weißt nicht, wo du anfangen sollst, fühlst dich
mit der Technik überfordert oder wünschst dir mehr
Unterstützung und Feedback?*

*Dann ist mein Gruppenprogramm „Be Clear to Grow“
genau das Richtige für dich.*

*Informiere dich im GRATIS Strategie-Gespräch:
<https://kundenkarma.de/gratis-coaching>*