Deine Website

MEHR ALS EINE DIGITALE VISITENKARTE

© STEFKA PÖSSEL

Hallo meine Liebe bzw. mein Lieber!

Es freut mich, dass du das Türchen vom Set up your Business Adventskalender geöffnet hast und endlich deine Website in Angriff nehmen oder sie optimieren möchtest.

Eine Website ist mehr als eine digitale Visitenkarte. Sie ist 24 Stunden an 7 Tagen in der Woche für deine potentiellen Kunden verfügbar. Die Informationen zu deinem Business und deinen Leistungen können rund um die Uhr gefunden werden und können für dich arbeiten.

Damit eine Website funktioniert und die richtigen Menschen anspricht, solltest du dir über ein paar Aspekte Gedanken machen, bevor du mit der Erstellung der Website anfängst. Und genau darum geht es in diesem PDF.

Auf den nächsten Seiten wirst du ein paar Fragen mit kurzen Erklärungen finden, die du nutzen kannst, um deine Website zu erstellen oder zu optimieren. Lass uns direkt starten.

Ich wünsche dir ganz viel Spaß beim Ausfüllen des PDFs.

Deine Stefka

Für wen ist deine Website?

Bevor du startest, eine Website oder den Text für die Website zu erstellen, solltest du deinen Wunschkunden ganz genau kennen. Wen möchtest du mit deiner Website ansprechen? Wen möchtest du von deinem Angebot überzeugen? Je klarer du dir selbst bist, desto klarer wird auch deine Kommunikation sein und deine entsprechenden Traumkunden fühlen sich von deinen Texten und deiner Website angezogen.

Überlege dir also vorher, wo steht dein Wunschkunde gerade? Welche Herausforderungen, Probleme oder Ziele hat er oder sie? Und wie kannst du ihm/ihr mit deinem Angebot helfen? Wie fühlt er/sie sich, wenn er/sie dein Angebot in Anspruch nimmt? Überlege dir auch, welche Sprache dein Wunschkunde spricht und notiere dir z.B. typische Floskeln, die du dann in deiner Kommunikation oder deinen Keywords für die Website nutzt.

Was ist das Ziel deiner Website?

Was soll das Hauptziel deiner Website sein? Möchtest du, dass die Leute einen Termin zum Erstgespräch mit dir vereinbaren? Sollen sie sich für deinen Newsletter eintragen oder direkt etwas kaufen? Wenn du einen Laden hast, möchtest du vielleicht einfach nur auf deine Produkte aufmerksam machen? Möchtest du deine Marke stärken? Notiere hier das Hauptziel deiner Website:

Wie finden die Website-Besucher deine Website?

Folgen sie dir schon auf Social Media und gelangen so auf deine Website? Schreibst du einen Blog und du möchtest, dass die Artikel über Google gefunden werden und die Leute so auf dich aufmerksam werden? Hast du vielleicht schon einen funktionierenden Podcast? Nutzt du Pinterest? Oder auch Facebook Ads?

Was ist dein Kernangebot?

Ich nehme an, du möchtest über deine Website auch verkaufen. Denke also jetzt darüber nach, welches Angebot dein Wichtigstes Angebot ist. Welches Angebot bietest du am liebsten an? Welches erzielt dir den größten Umsatz oder Gewinn? Kann man dieses Angebot direkt buchen oder wie erfolgt die Kundenreise? Welchen Weg sollen die Website-Besucher gehen, um dein Kernangebot zu buchen?

Funktionen

Wenn du nun weißt, welchen Weg deine Website-Besucher vom 1. Besuch bis zum Kauf deines Kernangebots und darüber hinaus gehen, überlege dir, welche Funktionen soll deine Website haben? Brauchst du ein Kalendertool für die Vereinbarung von Terminen? Muss ein E-Mail-Opt-in für den Newsletter vorhanden sein? Wird es einen Blog geben? Notiere alle Funktionen, die deine Website haben muss:

Welche Struktur hat deine Website?

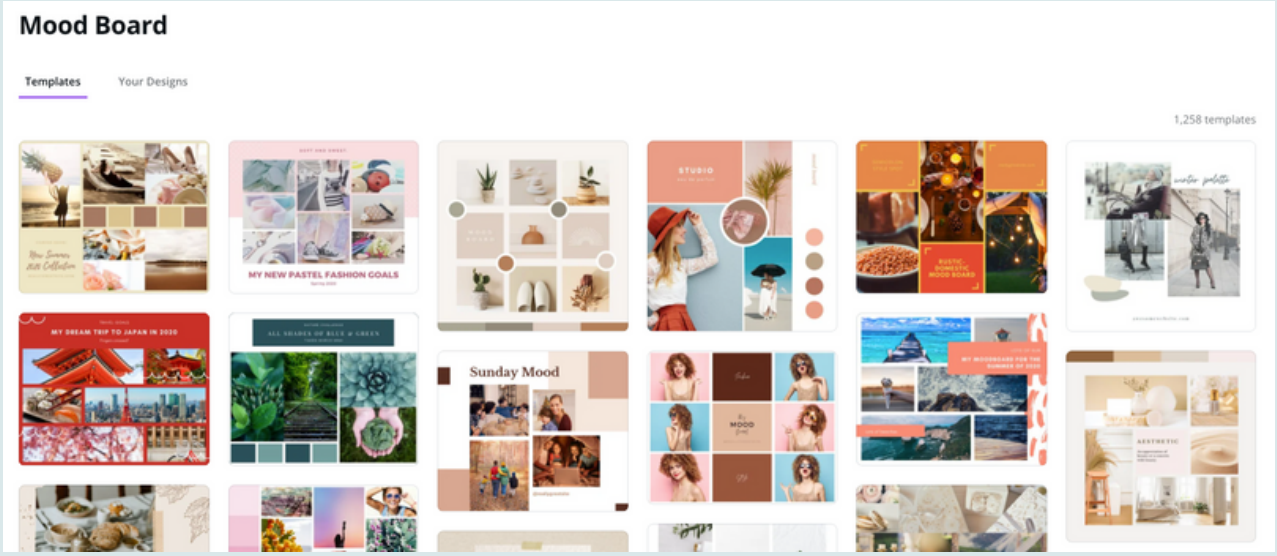
Bevor du die Seiten ohne vorher darüber nachzudenken erstellst, schreibe deine Seitenstruktur vorher auf. Was sind deine Haupt- und die entsprechenden Unterseiten? Achte darauf nicht zu übertreiben und am besten nur 5 bis allerhöchstens 7 Menüpunkte zu nutzen. Außerdem sollte jede Seite über maximal drei Klicks erreichbar sein.

Über welche Keywords möchtest du gefunden werden?

Deine Wunschkundenanalyse hast du ja bereits im 1. Schritt gemacht, überlege nun, was deine Wunschkunden bei Google eingeben, wenn sie nach dir suchen. Mache eine Liste mit Wörtern und Wortgruppen, die dir in den Kopf kommen und nutze Keywordtools wie Ubersuggest, um die besten Keywords herauszufinden. Diese kannst du dann für deine Seiten oder Blogposts verwenden.

Erstelle dein Stylesheet.

Hast du schon ein Logo, deine Farben und Schriften? Dann packe dir alles zusammen auf ein Stylesheet, was du z.B. mit Canva erstellst. Füge außerdem Icons oder Symbole hinzu, die du regelmäßig verwendest. Vervollständige das Stylesheet mit Bildern, die den Stil und die Stimmung deiner Website ausdrücken. Drucke dir das Stylesheet aus und lass es während der Erstellung auf deinem Schreibtisch liegen, um nicht nur von den Farben und Schriften her konsistent zu bleiben, sondern auch in der Bildsprache.



Suche nach dem Begriff Mood Board bei Canva und du findest zahlreiche Vorlagen, die du nutzen kannst.

Wenn du nun diese Vorüberlegungen gemacht hast, bist du gut gerüstet für die Erstellung deiner Website. Ich wünsche dir ganz viel Erfolg und auch Spaß dabei!

Mein zusätzliches Angebot

Als Teilnehmer des Set up your Business Adventskalenders bekommst du einen Rabatt von 20% auf meine Technik-Sprechstunde. In der Technik-Sprechstunde kannst du mir in 60 Minuten all deine Technik-Fragen stellen, die dir unter den Nägeln brennen. Themen können sein:

- Webdesign: WordPress, Plugins, mobile Optimierung, Suchmaschinenoptimierung, HTML, CSS u.a.
- E-Mail Marketing: alles rund um ActiveCampaign
- Onlinekurse und digitale Produkte: Digistore24, Digimember und Elopage

Der Gutscheincode ist **SUYB-AK20**. Er ist gültig bis zum 28.02.2022. Such dir hier einen passenden Termin aus und erfahre alle weiteren Details zur Technik-Sprechstunde:

ZUR TECHNIK-SPRECHSTUNDE

Und ansonsten wünsche ich dir natürlich noch frohe Weihnachten und einen guten Rutsch ins neue Jahr! Viel Erfolg für 2022 und genieß ein paar ruhige Tage zwischen den Feiertagen mit deinen Liebsten.

Deine Stefka