

WEBSITE-TEXTE

Nicht alle nachfolgenden Texte landen am Ende tatsächlich auf der Website, aber es ist hilfreich, sich über diese Themen im Vorfeld Gedanken zu machen, um gute Texte zu schreiben und den Scope des eigenen Business näher zu definieren (hilft übrigens auch in Erstgesprächen mit Interessenten, diese Fragen für sich klar zu haben).

Allgemein Hinweise zum Texten:

- Mein heißester Tipp: Menschen kaufen von Menschen – daher zeig Dich! Sei in Deinen Texten authentisch, sei nahbar, sei Du! Je mehr Du Deine Persönlichkeit durchscheinen lässt, desto mehr wirst Du Deine Wunschkunden anziehen.
- Lege am Anfang fest, ob Du Deine Interessenten mit Du oder Sie ansprechen willst und ob Du Worte wie „Du, Deins, Dir...“ klein oder groß schreiben möchtest. Achte darauf, bei allen Texten einheitlich zu bleiben und nicht zwischen „Du/Dein“ und „du/dein“ zu wechseln.
- Beschreibe immer den IST-Zustand, also die Angebote, Pakete, Themen, die Du aktuell hast und anbieten kannst und die bereits heute auf Deiner Website Platz finden sollen. Es geht um die Texte, die wir sofort auf Deiner Seite einfügen – beschreibe daher nicht, was Du vielleicht in 3 Jahren mal machen möchtest und was Stand heute noch eine sehr vage Idee ist, sondern konzentriere Dich auf das, was schon da und klar ist.
- Stell Dir bei jedem Text vorher die Frage: „Was brauchen meine Interessenten an dieser Stelle von mir, um mir zu vertrauen und den nächsten Schritt zu machen?“ Langweile sie nicht mit episch

langen Romanen, aber sei auch nicht zu kurz ab. Halte ihnen immer die Karotte vor die Nase und mach sie neugierig auf mehr.

FRAGEBOGEN WEBSITE-TEXTE

1. DEIN SLOGAN

Schreib einen kurzen Slogan, der in 1-2 Sätzen ausdrückt, was Du tust bzw. wann Deine Interessenten bei Dir richtig sind. Dieser Text wird direkt im oberen Drittel Deiner Startseite zu finden sein, damit Deine Website-Besucher auf einen Blick sehen können, worum es bei Dir geht (kleiner Hinweis: er darf emotional sein, aufrütteln, polarisieren oder neugierig machen)

2. FÜR WELCHE THEMEN STEHST DU?

Beschreibe kurz und knackig, für welche 1 bis max. 5 Hauptthemen Du stehst, d. h. bei welchen Herausforderungen oder Wünschen Deine Kunden genau richtig bei Dir sind. Wichtig sind hier zum einen Stichworte, also die „Buzzwords“, nach denen Deine potenziellen Kunden suchen. Diese können positiv oder negativ sein, d. h. sie können die Wünsche oder die Herausforderungen beschreiben.

Beispiele für Wünsche: Selbstbewusstsein, Weg zum Traumjob, Wunschgewicht, Harmonie in der Familie/Beziehung, mehr Kunden / Umsatz / Lebensfreude / Lebensqualität / Gelassenheit / Gesundheit... ODER

Beispiele für Herausforderungen: Stress, Burnout, Streit in der Familie/Beziehung, Ängste, Sorgen, Jobverlust...

Schreibe zusätzlich zu jedem Stichwort 1-3 Zeilen Kurztext, wobei es darum genau geht.

3. KURZTEXT „ÜBER MICH“

Beschreibe kurz und knackig, wer Du bist und was Dich ausmacht. Nutze für den Kurztext bitte nur ca. 3-6 Zeilen eines A4-Dokuments. Es gibt auch noch einen separaten Langtext, in dem Du Dich auslassen kannst. Im Kurztext geht es nur darum, Dich als Person / Anbieter / Coach kurz vorzustellen, ohne episch ins Detail zu gehen und gleich Deine Lebensgeschichte zu teilen.

4. LANGTEXT „ÜBER MICH“

Hier darfst Du, wenn Du das möchtest, ins Detail gehen. Wer bist Du? Was macht Dich aus? Was macht Dich besonders? Warum sollten Deine Wunschkunden mit Dir arbeiten? Evtl. Deine wichtigsten Lebensstationen (aber Achtung: Nur die, die auch relevant für Dein aktuelles Thema und Deine Kunden sind). Und viel wichtiger: Was ist Dein Warum? Was treibt Dich an? Warum ist Dir Dein Thema so wichtig? Das ist der Text, der später auf der eigenständigen „Über mich“-Seite angezeigt wird.

5. AUSGANGSLAGE DEINER KUNDEN

Beschreibe in Stichpunkten die Ausgangslage Deiner Kunden. Was sind ihre größten 5-8 Herausforderungen in ihrer aktuellen Situation? Was schmerzt und limitiert sie am meisten?

6. WUNSCH DEINER KUNDEN

Beschreibe in Stichpunkten, was sie sich am meisten wünschen. Welche Ziele möchten sie erreichen?

7. DEIN ANGEBOT / DEINE PAKETE

Beschreibe konkret Dein Angebot: Welche Pakete, Produkte oder Dienstleistungen bietest Du an? Falls Du auf Deiner Website bereits so transparent sein möchtest, nenne uns idealerweise pro Angebot

- die Art der Dienstleistung / des Produkts bzw. den Namen
- die Dauer der Dienstleistung oder Anzahl der Sitzungen
- den Preis (auch wenn wir ihn vielleicht auf der Website nicht nennen, ist es wichtig, sich an dieser Stelle Gedanken darüber zu machen). Lass mich auch wissen, ob Du Deine Preise auf der Website veröffentlichen möchtest.
- die in einem Paket / Angebot enthaltenen Themen

Also beispielsweise:

- Coaching-Paket „Premium“
- 3 Monate persönliche Begleitung (inkl. X Einzelsitzungen)
- 2500€ zzgl. MwSt.
- Du bekommst: meine persönliche Begleitung über 3 Monate, intensive Transformation, zahlreiche Übungen zur Stressreduktion, Zugang zu meiner exklusiven Online-Community, usw.

8. MÖGLICHE ARTEN DER ZUSAMMENARBEIT

Welche Möglichkeiten der Zusammenarbeit bietest Du? Z. B. Online-Sessions, Offline-Sessions in Deiner Praxis / beim Kunden / draußen..., Online-Kurs usw. Idealerweise kombinierst Du diese Texte mit dem Part „Dein Angebot“, so dass wir auf Deiner Website schon sehr genau beschreiben können (falls Du so transparent

sein möchtest), welche Pakete Du konkret bietest und wie sie sich zusammensetzen.

9. KUNDENNUTZEN

Beschreibe, was Deinen Kunden die Zusammenarbeit mit Dir bringt oder, wenn Du Produkte anbietest, was ihnen Deine Produkte bringen. Was bewirkt Deine Hilfe / Dein Angebot im Leben dieser Menschen? Wie können sich die verschiedenen Aspekte ihres Lebens verändern?

10. KUNDENSTIMMEN / ZITATE

Hast Du bereits mit Kunden zu diesem Thema gearbeitet und tolle Testimonials / Referenzen / Bewertungen bekommen (kläre vorher mit Deinen Kunden, ob Du diese Informationen öffentlich auf Deiner Seite verwenden darfst)? Wenn Du sie auf Deiner neuen Website einfügen möchtest, nenne uns pro Zitat:

- das Zitat
- den Namen des Kunden
- ggfs. die Position / Titel des Kunden (falls relevant)
- ggfs. ein Foto des Kunden (falls gewünscht)

11. DEINE LIEBLINGSZITATE

Hast Du ein oder mehrere Lieblingszitate von berühmten Menschen, Dichtern und Denkern, die Du gern auf Deiner Seite einbinden möchtest? Wenn ja, nenne uns jeweils das Zitat und den Autor.

12. SEO-TEXTE

Um über Online-Suchmaschinen (wie Google) besser gefunden zu werden, kann Deine Website mit SEO (Search Engine Optimization)-Texten ausgestattet werden. Diese können pro Seite (also Menüpunkt) festgelegt werden, d. h. Du bestimmst, für welche Suchbegriffe Deine Website gefunden werden soll. Pro Seite wird 1 Stichwort oder Phrase (z. B. „Website“ oder „Website selbst erstellen“) sowie ein Kurztext zu diesem Stichwort, der auch im Google-Suchergebnis angezeigt wird, definiert. Bitte formuliere Stichworte und die passenden Kurztexte zu folgenden Menüpunkten bzw. allen Menüpunkten Deiner Website, insbesondere aber für Landingpages konkreter Angebote:

- Home / Startseite
- Angebot / Coaching / Leistungen
- Über mich
- Kontakt

13. IMPRESSUM

Wir schreiben das Impressum für Dich. Dazu benötigen wir folgende Infos von Dir:

1. Deinen Namen (falls gewünscht, auch den Namen Deines Unternehmens)
2. Deine Telefonnummer (falls Du möchtest, dass sie im Impressum angegeben wird – rechtlich ist sie Pflicht)
3. Deine Anschrift
4. Deine Umsatzsteuer-ID (falls vorhanden)

14. DATENSCHUTZBELEHRUNG

Die Datenschutzbelehrung muss alle auf Deiner Website tatsächlich eingebundenen technischen Komponenten enthalten, die Cookies setzen oder bei denen Daten an externe Server / Anbieter übertragen werden. Hier sollte final jemand mit technischem Verständnis drüber schauen.

15. AGB

Allgemeine Geschäftsbedingungen sind rechtlich vorgeschrieben, wenn Du auf Deiner Website einen Shop betreibst und über die Plattform Produkte, Kurse oder Dienstleistungen verkaufst. Da Webdesigner keine Rechtsberatung bieten und die Produkte und Services von Kunden sich unterscheiden, solltest Du einen Juristen konsultieren, der Dich bzgl. der Erstellung der AGB berät und unterstützt. Tipp: Achte darauf, dass die AGB auch einen Absatz zur Widerrufsbelehrung beinhaltet (Stichwort: Gesetzliches Widerrufsrecht).

16. SOCIAL MEDIA- & ANDERE LINKS

Möchtest Du, dass Deine Website auf Deine Social Media-Profile oder andere Websites verweist? Wenn ja, brauchen wir eine Liste mit folgenden Infos (Achtung, nutze hier nicht alle, sondern nur Deine meist genutzten Accounts):

- Welche Plattform oder Website soll verknüpft werden, z. B. Facebook, Instagram, Pinterest, YouTube, LinkedIn, Xing, Twitter, Spotify...?
- Pro Plattform: Wie lautet der genaue Link zu dem Profil, das Du verknüpfen möchtest?

17. FOTOS

Hast Du bereits schöne, qualitativ hochwertige Fotos von Dir, die wir auf der Website nutzen können? Dann lade sie auf dem Drive hoch. Wichtig für die Auswahl der Fotos: Sie sollten qualitativ hochwertig sein, d. h. keine Handyfotos (die können wir maximal für kleine Bilder verwenden – wenn wir sie groß über die gesamte Fläche des Bildschirms ziehen, werden sie meist zu pixelig), und sich möglichst auch nicht mit dem bestehenden Farbkonzept der Website beißen. Falls Du noch keine Fotos hast, wäre spätestens jetzt der Zeitpunkt, Dir innerhalb der nächsten Tage einen Termin beim Fotografen zu sichern.

Viel Spaß und Flow beim Erstellen Deiner Website-Texte!

Sandra