

SEI ES DIR SELBST WERT!

# 13 Webtext- Rezepte - geschenkt!

SO KLAPPTS MIT DEM ONLINE-ERFOLG!.  
[WWW.MISSWORD.DE](http://WWW.MISSWORD.DE)

## The Reason Why

Eine Website ist so gut  
wie die Strategie dahinter.

Manchmal reicht ein kleiner Change - und wir  
fühlen uns wie ein neuer Mensch.

Nach einem erfolgreichen Friseurbesuch - mit  
einem neuen Knalleroutfit. Kleine Dinge.

Auch eine Website braucht mal ein inneres  
und äußeres Facelifting. Eine neue Haltung.

Einen Kurswechsel. Und schon laufen die Dinge  
anders. Heureka!

Das gilt natürlich noch mehr für **einen  
komplett neuen Webauftritt**. Hier geht es  
um die Wurst.

Was ist essenziell?

# INTRO

**Du hast bereits  
einen Webauftritt?**

**Prima!**

**Aber funktioniert  
er auch?**

**Bringt er genügend Traffic,  
treue Leads, die  
zu neuen Kunden werden?**

# Rezept eins

## Business ohne Website ist wie ohne Frühstück aus dem Haus zu gehen

### Du suchst eine neue?

Dann bist du hier richtig!

Vor dem Gestalten, Texten, Illustrieren, Bebildern, vor Technik & SEO kommt jedoch ... **das Denken.**

Ohne **Strategie** kein Website-Erfolg.

Lern dich und deine Erwartungen intensiv kennen.

Mach es nicht allein, hol dir professionelle Hilfe von außen und dann leg los.

Frag dich Dinge, die dich bisher kaum beschäftigten:

Was macht mich und mein Business überhaupt aus?

Welchen Sinn & Wert bringe ich in die Welt?

Für wen biete ich was und wozu?

Warum mache ich was ich tue?

Wie kann ich mehr daraus machen?

Wo will ich in 5 Jahren stehen?

u.a.

## Rezept Zwei

# So entsteht Traffic

Deine Website zieht Besucher an wie ein Pflaumenkuchen die Wespen?

Du nutzt Links von Branchenportalen?

Du betreibst Online-Werbung in zielgruppenspezifischen Branchenmagazinen?

Du setzt auf Networking über Social Media Postings - organisch oder über Zielgruppenanzeigen?

Du verwendest XING Visitor oder LinkedIn Navigator, um soziale Kontakte und Beziehungen zu generieren?

Du schaltest Google Kleinanzeigen?

Was auch immer du hier wählst,  
es basiert von deinen Schwerpunkten und individuellen Features und zahlt auf deinen Kommunikations-Nukleus ein  
- auf deinen attraktiven Webauftritt

## Rezept Drei

# Vier Sekunden!

Die Headline ist der wichtigste Satz auf der Startseite deiner Website!

Hier entscheidet sich innerhalb von ein, zwei Wimpernschlägen, ob ein Besucher abspringt oder ob er länger bleibt und zum Lead wird.

"Herzlich willkommen!" war vorgestern.

Eine Top-Headline sagt: "Bleib hier. Ich hab was für dich, das du nie bereuen wirst!"

Der Besucher sollte sich sofort fragen:  
Was ist hier für mich drin? Was gibt es hier, das mir das Leben leichter macht?

Die Headline ist ...

## Rezept Vier

**...der Angelhaken, an dem der Wurm steckt,  
der dem Fisch und nicht dem Angler schmeckt.**

Ein glasklares Nutzungsversprechen,  
das das Hauptproblem des Interessenten fokussiert,  
und das du optimal lösen kannst:

**Kundenvorteile aufzeigen, die den User-  
Grundbedürfnissen angeglichen sind!**

**"Mein Angebot ist ... als .." oder "werden Sie .."**

- zeitsparender
- kostengünstiger
- persönlicher und individueller
- sicherheitsbetonter
- Status erhöhender
- gesünder, schöner, freier, selbstsicherer
- kontaktfreudiger, geselliger, sozialer

## **Rezept Fünf**

### **Den inneren Herzenswunsch pampern**

Menschen fühlen und reagieren menschlich, emotional, eigensinnig, launisch oder keck, egoistisch oder altruistisch.

Gib ihnen das was sie brauchen:

"Skinny Minny - weil schlank schön ist und schön schlank jetzt leicht ist."

"Gib deiner Familie die Nahrung, die sie braucht:

Moneymoon Food aus der Natur".

"Zu spät aus dem Büro? Kein Problem,  
wir schneiden deine Haare bis 23 Uhr!"

"Ab heute ist Feierabendstress für dich kein Thema mehr! Der Einkaufsboy-Service erledigt es für dich bis 22 h."

## Rezept Sechs

# Vergiss dich, denk an den User!

Kriech hinein in sein Unterbewusstsein.

"Sie planen eine weitere Berufsausbildung?"

"Du sorgst dich um die Zukunft deiner Rente?"

"Nackenschmerzen machen es Dir unmöglich,  
länger als eine Stunde am Schreibtisch zu  
arbeiten?"

"Seit einiger Zeit springen Stamm-Kunden ab,  
ohne Dir einen Grund zu nennen?"

"Dein Mann macht immer öfter Überstunden und  
kommt immer später nachhause?"

Da hab ich doch was für Sie/für Dich - ab morgen  
beschwerdefrei, ab morgen bestens gebucht, ab  
morgen ohne Geldsorgen - mit Everybodys Darling  
aus dem Hause Soulfriend"

# Rezept Sieben

## Von der Frust- in die Komfortzone des Kunden

Menschen haben Aversionen, Hemmungen, Zweifel, regen sich über vieles auf .. wenn sich das ansammelt, tut's weh. Kann sein, dass der bisherige Lieferant oder Dienstleister unzuverlässig, schlampig, pampig oder unpersönlich war. Der Handwerker nicht erreichbar. Der Arzt unaufmerksam. Der Vertriebsmitarbeiter zu aufdringlich. Der Hausbetreuer stets unpünktlich. Der IT-Mann arrogant und der Steuerberater rechthaberisch.

Hol den User mit einer kreativen Garantie dort ab, wo der Frust sitzt und setze ihn auf das Sofa der positiven Verheißung.

*"Geht es Ihnen nicht auch so? Sie freuen sich auf ein gemütliches Wochenende, dann fällt die Heizung aus, aber Ihr Installateur hat nur den AB laufen? - Damit muss Schluss sein. Wir kommen innerhalb 30 Minuten, auch nachts. Sollten wir uns mal verspäten, gibt's Rabatt!  
Ihr Heizungsbau Treu & Söhne, Plattershausen."*

## **Rezept Acht**

# **Navigationsstarke Unterseiten schaffen Überblick**

Die Navigation ist der Lotse durch den Webauftritt. Pack nicht zu viele Unterseiten auf Deinen Auftritt, das erschlägt den User! Mach ihn luftig und locker. Denk vor bei den Angeboten und Leistungen daran, dass sie verständlich und klar präsentiert sein wollen, damit der Interessent einordnen kann, was ihn hier erwartet. Mach es ihm leicht mit Bullet-Point-Aufzählungen, Erklärvideos, Aufsagern Charts, Infografiken und Case-Studies, Schritt-für-Schritt-Anleitungen, Praxisbeispielen. Hier kannst du nicht nur deine Expertise, sondern auch suchmaschinenfreundliche Kernbegriffe einbauen. ABER- ein substantieller Text ist immer auf organischem Wege suchmaschinenoptimiert.

## Rezept Neun

# Die Über-Mich-Seite

Es heißt, sie sei die wichtigste überhaupt.  
Hier springt der Frosch ins Wasser, gibt sich zu erkennen.  
Erzähle eine Story, keine Fakten oder Lebensläufe,  
Qualifizierungen oder Prüfungsergebnisse. Lass es gerne  
menscheln, ohne dass es peinlich wird.

Lass erkennen, was dich umtreibt, welche Wünsche du deinen  
Kunden erfüllen willst, welchen Sinn du in dem siehst, was du  
tust und wie es begann.

Wähle ein Foto, das weder dem Fotoautomaten noch dem  
Staratelier eines First-Class-Promi-Fotografen entsprungen ist.

Kein Pass- oder Bewerbungsfoto.

Sei so natürlich oder humorvoll, gewitzt oder nachdenklich,  
wie es deinem Business zusteht, zeige dich in einer  
natürlichen Szene, ohne Manierismus oder zu posieren.

Sei ganz du selbst

## **Rezept Zehn**

# **Gib deinem User beim Content kein Bilderrätsel auf!**

Denn er will "nicht nur spielen", sondern lechzt nach konkreten Hinweisen, bei dir an der richtigen Stelle anzudocken. Daher drücke dich klar, präzise, fokussiert und verständlich aus, mit einer Prise Humor, wo möglich, mit Sachverstand, wo nötig, aber immer vor dem Hintergrund des drückendsten User-Bedürfnisses und deiner Lösungsangebote.

Nimm dich selbst zurück. Keiner will wissen, welche persönlichen Eigenschaften, Eigenarten und Vorlieben du hast. Sondern was du ihm anbietest, um sein Leben zu verbessern.

### **Content darf vieles, außer langweilen.**

Bleib knackig und saftig. Aber nicht simpel. Lang schreiben können alle, kurz und knapp ist Leistung. Wähle kurze Sätze, Aktivformen, keine ausschweifenden oder blumigen Adjektive und Attribute, sei sparsam mit Beschreibungen. Kreativ ist gut, fürsorglich ist besser. Denk immer, stets daran, dass du dem User Gutes tun kannst. Imaginiere seine Freude, wenn er sich von dir verstanden fühlt. Heureka!

# Rezept Elf

## Bildstory

Wenn du dir anfangs grundsätzliche Gedanken machst zu Strategie, Aussage, Ziel, Kundennutzen , vergiss nicht, die Bildsprache mit einzubeziehen. Sie nimmt außerordentlich viel Einfluss auf Nutzen und Wirkung. Dabei geht es um Kriterien wie:

Welche Bildstory unterstützt meinen Content?

Wie entspricht sie meinem Image?

Was berührt die Zielgruppe emotional und wo kann sie sich spiegeln?

Welches Gefühl, welche Überzeugung, welche Glaubenssätze will ich im Betrachter erzeugen?

Vermeide Konventionen und achte auf Hochwertigkeit. Es geht primär nicht um hübsche Bilder, sondern um ausdrucksstarke, den Content und das Mehrwertversprechen unterstützende Bildaussagen.

# Rezept Zwölf

## Referenzen

Es funktioniert wie bei einer Stellenbeschreibung oder einem Empfehlungsschreiben:

Das Zeugnis, das dir Kunden ausstellen, zählt (im positiven Fall) auf deine Glaubwürdigkeit ein. Es macht dich sichtbarer, fühlbarer, konkreter und Menschen vertrauen Qualitätsbeweisen.

Übertreibe es allerdings nicht. 6-7 Referenzen aus qualifizierter und verifizierbarer Quelle, die aussagekräftig und sympathisch sind, ohne zu übertreiben, sind klasse.

**Weniger ist eben meist mehr.**

## Rezept Dreizehn

# Eyecatcher binden Aufmerksamkeit

Ein Webauftritt wirkt, wenn er als Dialog angelegt ist.

Ziehe deine Besucher mit Freebies, die ihm Appetit machen, in eine prospektive, dauerhafte Beziehung.

### **Frag dich vorab:**

Welche meiner Kenntnisse können ihm weiterhelfen?

Wie und worüber kann ich den Kontakt ausbauen?

Wie macht sich dies konkret sichtbar?

Eine Landingpage, aber auch eine Unternehmens-Website will verkaufen. Alles was den Kontakt festigt macht Sinn:

Kontaktaufnahme, Call, Beratungstermin, Newsletter-Anmeldung, Knowledge-Download, Seminaranmeldung, Webinar-Info, Video.

Platziere seriöse und gleichzeitig attraktive Call-to-Action-Buttons bereits im ersten Drittel der Startseite. Gut sichtbar, an prominenter Stelle, als farbige Eyecatcher, die Lust auf Dialog und Vernetzung machen. Verbunden mit einem Mail-Service bauen sie dir einen Adressenpool für E-Mail-Marketing auf.

# RESÜMEE

Sicherlich gibt es noch eine Menge zu erzählen und zu beachten, zum Beispiel wie eine strategisch und taktisch starke Landingpage funktioniert.

Dazu erfährst du mehr in einem der nächsten Gratis-E-Paper.

**Hinterlasse Deine E-Mail-Adresse und erhalte dieses und weitere Know-how-Downloads bei Erscheinen.**

Bleib auf deiner Website authentisch, klar, sympathisch, userorientiert und teile dein Wissen, so gut du es kannst.

Zeige deinen Interessenten deine Zuneigung und Wertschätzung. Dann klappt's auch mit der Leadgenerierung.

# Die Website-Essentials-Shortlist

Denk immer an den Kundennutzen,  
nicht an dich selbst !

Verführ Deine Interessenten mit einem fesselnden Einstieg,  
der ein starkes Zielgruppenanliegen fokussiert.

Sortier deine besonderen Merkmale,  
auch an die kleinsten, die dich auf dem Markt abheben.

Mach Deine Über-Mich-Seite zur Story.

Erklär Dein Angebot klar und attraktiv.

Lass zufriedene Kundenstimmen deine Glaubwürdigkeit  
untermauern.

Sprich mit deinen Besuchern klar und temporeich.

Lotse sie geschickt durch die Web-Sea.

Erfrage Resonanz über klare, prominent platzierte Dialog-  
Buttons und Freies.

SEO ist gut, aber gut dosiert ist besser.

Ein substanzieller, professioneller Text ist per se mit  
Kernbegriffen bestückt, die deine Zielgruppen anziehen.

Sei neugierig und ehrlich!

# Von Mensch zu Mensch

In über 30jähriger Berufstätigkeit, davon 25 Jahre als selbstständige PR-Agenturinhaberin und Freiberuflerin habe ich eine Menge Skills und Expertise erworben - aus Kommunikations-, Strategie- und Positionierungsberatung, Textprofiling, Redaktion, Magazin, Ghostwriting und BuchMentoring.

Diese lasse ich dir sehr gerne zugute kommen.

Was noch mehr zählt:

**Immer noch lodert die Leidenschaft verloren gegangen,  
für meine Klienten das Optimum zu erreichen.**

**Das soll auch so bleiben!**

**Ihre Jo Gruner**

*Thank  
you!*

# Have joy & success!

**Du willst/Sie wollen mehr wissen?  
Sehr verständlich und vernünftig!**

**Buche eine Gratis-Dreiviertelstunde zum Ausloten  
Deiner/Ihrer Möglichkeiten über Fon oder Zoom:**

**Call +49 172 3244591**

**dialog@missword.de, www.missword.de**

**Ihr Textprofiler Sigrid Jo Gruner**

**Manufaktur für das wirksame Strategie.**

**Wort.Content. Story. Boookie. BuchMentoring.**

**Ich bin gespannt auf Dich/Sie!**

