

A top-down view of a laptop keyboard with a bouquet of pink and white flowers resting on it. The flowers are in the upper right corner. A semi-transparent white box covers the middle of the image, containing text. A pink pen is visible in the bottom right corner.

DEIN GUIDE
FÜR DIE WEBSITE-ERSTELLUNG

.....

Der Website-Planer

Alles Wichtige auf einen Blick
für den Start in dein Website-Projekt.

HALLO@SABINE-LAEPPLER.DE



Hallo, ich bin Sabine,

Website-Liebhaberin, Marketing-Expertin und Betriebswirtin.

Mein Mission ist es, selbständige Frauen wie dich bei der Erstellung ihrer Website zu unterstützen.

Und nicht nur das! Mir ist es besonders wichtig, dass du dabei auch gleich lernst, wie die Website dich bei der Kundengewinnung und beim Reichweiten-Aufbau unterstützen kann.

Denn sind wir mal ehrlich: Eine Website ist zwar mittlerweile ein Must Have, aber nur damit du diesen Punkt auf deiner To Do Liste abhaken kannst, ist das Investment an Zeit und Geld zu hoch.

Und schade wäre es auch! Denn eine Website kann - richtig eingesetzt - nicht nur deine Aushängeschild, sondern auch dein Verkaufsassistent werden.

Damit das auch mit deiner Website klappt, ist es wichtig, dass du ein paar Dinge für dich klar machst, und zwar BEVOR du richtig loslegst. Dafür habe ich den Website-Planer entwickelt.

Es ist übrigens erst mal völlig egal, ob du die Website selber machen möchtest oder nicht. Den Website-Planer sollte jeder durcharbeiten, der eine erfolgreiche Website am Start haben möchte.

Höchstwahrscheinlich ist dir die Sache mit dem Website-Konzept nicht neu.
Aber in welchem Umfang braucht man das wirklich?
Ist es nicht mit Kanonen auf Spatzen geschossen bei einer „einfachen“ Website?
Ist es nicht viel besser, einfach mal anzufangen und dann ergibt sich das schon?

So falsch ist das gar nicht. Tatsächlich wirst du bestimmt noch viele gute Ideen im Entstehungsprozess haben. Wichtig ist jedoch, ein paar wesentliche Dinge vorher festzulegen, um nicht auf halben Weg festzustellen, dass du die falsche Richtung eingeschlagen hast.

Der Website-Planer deckt genau diese Dinge ab, damit du gut vorbereitet dein Website-Projekt angehen kannst.

Und das ist auch gar nicht so aufwendig. Versprochen!

Das bringt dir der Website-Planer!

Du sparst Zeit, Geld und Nerven!

Mit dem Website-Planer klärt du alle wichtigen Punkte bereits vor der Umsetzung. So vermeidest du beispielsweise, ein „falsches“ Tool zu wählen oder dass deine Website zum Ewigkeitsprojekt wird.

Du hast das perfekte Briefing!

Wenn du einen Webdesigner beauftragen möchtest, ist der Website-Planer DIE perfekte Grundlage und ein entscheidender Erfolgsfaktor für das Ergebnis.

Deine Website zeigt DICH!

Ich zeige dir, was du beachten musst, damit deine Website ein authentisches Bild von dir zeigt und sich positiv vom Einheitsbrei abhebt.

Deine Website bringt dir Kunden!

Wie finden Interessenten deine Website UND werden zu Kunden? Im Website-Planer bekommst du Ideen, wie du mit deiner Website Wunschkunden anziehst.

Das beinhaltet dein Website-Planer

01

Zielgruppe & Wunschkunden

Seite 5 & 6

02

Inhalte

Seite 7 & 8

03

Struktur

Seite 9 & 10

04

Design

Seite 11 & 12

05

Technik

Seite 13 & 14

06

Gefunden werden

Seite 15 & 16

Wie nutzt du den Website-Planer?

Im Website-Planer gehen wir alle wichtigen Punkte durch, die du vor der Umsetzung oder Beauftragung des Webdesigner klären solltest. Die Reihenfolge ist bewusst gewählt. Solltest du jedoch bei einem Punkt nicht weiterkommen, mach dir keinen Kopf und gehe zum nächsten Schritt.

Es geht nicht darum, alles perfekt klar zu haben. Gerade wenn du am Anfang deiner Selbständigkeit stehst, fällt es dir unter Umständen noch schwer, Antworten auf alle Fragen zu finden. Das kommt mit der Zeit.

Deswegen empfehle ich übrigens auch mit einer kleinen Website zu starten, beispielsweise einem One Pager. Dieser hat den Vorteil, dass du online schon präsent bist, aber noch nicht so viele Inhalte benötigst. So kannst du dich ausprobieren und hast Zeit, Dinge entstehen zu lassen. Deine Website wächst sozusagen mit deinem Business.



LET'S GO!

Zielgruppe & Wunschkunde

01

AN WEN RICHTET SICH MEINE
WEBSITE?



01

AN WEN RICHTET SICH MEINE WEBSITE?

Du ahnst es sicher schon ... Hier stellt sich die Frage nach deinem Wunschkunden. Das hast du dich unter Umständen schon gefühlt hundert Mal gefragt. Auch wenn es nervig ist, ich möchte dich auffordern, dir die Frage zum 101. Mal zu stellen. Denn das muss als allererstes geklärt werden, wenn deine Website dir auch eben diese Wunschkunden bringen soll.

Unterschied Zielgruppe - Wunschkunde

Zielgruppe: Für wen kommen deine Leistungen in Frage?

Wunschkunde: Wer profitiert am meisten davon und wer passt gut zu dir?

Für deine Website macht es Sinn deinen Wunschkunden genauer zu beschreiben. Dass man das nicht so einfach mal mit links macht, weiß ich aus eigener Erfahrung.



Wenn du es dir einfach machen möchtest, nimm einen deiner Kunden, bei dem es super lief und die Arbeit Spaß gemacht hat. Wenn du noch keine Kunden hast, wähle einen Bekannten, den du gerne als Kunden hättest und für den deine Leistung super passen würde.

Ich ertappe mich bei der Ausarbeitung meines Wunschkunden immer wieder dabei, dass ich mich selbst beschreibe. Kein Wunder, denn Wunschkunden sind uns oft sehr ähnlich und "matchen" deswegen auch so gut

Stell dir folgende Fragen:

- Wer ist dein Wunschkunde (Alter, Lebenssituation, Beruf, Hobbys, ...)
- Welche Werte hat er bzw. sie?
- Was davon verbindet ihn / sie mit dir?
- Was ist ihm / ihr wichtig im Bezug auf das, was du anbietest?

Wenn du Inspirationen brauchst, dann kann ChatGPT dir helfen, ein noch genaueres Bild deines Wunschkunden zu beschreiben.

Don't Do!

Versuche nicht für jeden zu passen!

Wir können (und wollen!) nicht Everybody's Darling sein. Damit wir uns in der Arbeit mit unseren Kunden nicht verbiegen müssen, macht es in meinen Augen total Sinn, sich Gedanken über den Wunschkunden zu machen.

Und hab keine Sorge, dass du dadurch potentielle Kunden verprellen könntest. Du machst dich umso interessanter für die, die wirklich passen. Und von denen gibt es genug da draußen, glaube mir.

Must have!

Hab ein klares Bild von der Person, für die du die Website machst.

Dieses Bild hast du im Hinterkopf, wenn du Texte schreibst bzw. die Website erstellt. Wir machen unsere Website für Wunschkunden und nicht für eine potentielle Zielgruppe.

Inhalte

02

WAS KOMMT ALLES AUF DIE WEBSITE?



02 WAS KOMMST ALLES AUF DIE WEBSITE?

Welche Informationen brauchen deine Wunschkunden?

Überlege dir zuerst, welchen Wissensstand deine Leser haben. Manche kenne dein Angebot evtl. schon und andere wiederum, wissen nicht einmal, dass es so etwas gibt, was du anbietest.

Ist bei einem Steuerberater weitgehend klar, was er anbietet und welchen Nutzen man davon hat, ist das bei einer Baby-Plannerin vielleicht nicht der Fall. Da ist vor allem nötig, nicht nur das Angebot zu erklären, sondern welche Vorteile das für wen hat.

Es ist also wichtig, dass du dich in die Leser deiner Website hineinversetzt und überlegst, wo sie stehen und welche Informationen sie brauchen.



Hier ein paar Tipps dazu, damit das leichter von der Hand geht:

- Was wirst du in Gesprächen immer wieder gefragt?
- Was können Themen sein, nach denen deine Wunschkunden im Web suchen?
- Was müssen deine Leser unbedingt erfahren?

Damit Interessenten auf der Website bleiben und im besten Fall sogar "stöbern", sollten die Inhalte drei Bereiche abdecken:

Mehrwert-Information, Persönliches / Unterhaltsames und dein Angebot

Don't Do!

Zeige nicht nur dein Angebot auf der Website!

Sorge dafür, dass deine Inhalte in einem ausgewogenen Verhältnis von Angebot, Information und Persönlichem stehen. Warum ist das wichtig? **Mit Mehrwert-Informationen zeigst du Expertise und gibst einen Wert**, ohne eine Gegenleistung einzufordern. Das baut Vertrauen und Sympathie auf.

Menschen kaufen von Menschen und die Kaufentscheidungen werden zu einem sehr großen Teil emotional getroffen. Deswegen sind die **persönlichen Inhalte** so wichtig. **Zeig deinen Lesern, wer du bist und ob ihr zusammenpasst**. Und mal ehrlich, wer mag schon langweilige und unpersönliche Websites! **Ein bisschen Entertainment kann nicht schaden**.

Last but not least: **Ohne Angebot kein Business**. Das brauchen wir natürlich auch.

Must have!

Setze konkrete Handlungsaufforderungen ein.

Sorge dafür, dass die Besucher deiner Website den nächsten Schritt tun

und die Seite nicht unverrichteter Dinge wieder verlassen. Das machst du mit sogenannten "Call to Actions". Beispiele dafür sind:

- Ein Link zu einem kostenfreien Erstgespräch (am besten gleich mit Terminbuchung!)
- Eine Gratis-Kostprobe deiner Arbeit (ein sogenanntes Freebie), so wie diesen Website-Planer, den du gerade liest.
- Die Anmeldung zum Newsletter
- Eine mögliche Teilnahme an einer Infoveranstaltung

03

Struktur

WAS STEHT WO?



03

WAS STEHT WO?

Jetzt machen wir Ordnung in die Inhalte.

Dazu bekommst du von mir vorab ein paar wichtige Basics.

Eine Website besteht aus einer Startseite und mehreren Unterseiten, soviel ist klar. **Wichtig zu wissen ist, dass die Startseite anders aufgebaut ist als die Unterseiten.** Während die Startseite alle wichtigen Themen kurz anschneidet, behandelt die Unterseite die einzelnen Themen in der Tiefe.

Wahrscheinlich hast du auch schon mal den Begriff **Landingpage oder Salespage** gehört. Das ist im Prinzip auch nur eine Unterseite deiner Website, jedoch mit einem speziellen Ziel, beispielsweise dem Verkauf eines Kurses.



Es ist auch möglich, dass deine Website nur aus einer Seite besteht, nämlich der Startseite. Das nennt man dann einen **One Pager**. Der One Pager macht beispielsweise Sinn, wenn du noch am Anfang stehst und erst mal mit weniger Inhalten starten möchtest.

Ich finde, dass der One Pager der ideale und einfache Einstieg in eine professionelle Website ist.

Du kannst mit dem starten, was du schon hast und dann deine Website Stück für Stück in deinem Tempo ausbauen.

Mehr Informationen dazu findest du in meinem **Bonus zum Aufbau der Startseite und zum One Pager auf den Seiten 24 und 25.**

Don't Do!

Überfordere deine Besucher nicht mit einer planlose Ansammlung an Seiten.

Soll deine Website aus mehreren Seiten bestehen, dann überlege dir einen sinnvollen Aufbau und vor allem eine logische Verlinkung, um deine Besucher durch deine Website zu führen. Denke daran, dass die Leser auch über Unterseiten den Weg zu deiner Website finden können. Somit kann jede Seite eine Einstiegsseite sein und sollte entsprechende Informationen und Verlinkungen für den weiteren Weg aufweisen.

Tipp: Eine Mindmap eignet sich super als Tool für die Skizzierung der Struktur und der Verlinkungen.

Must have!

Jede Website braucht ein Impressum, eine Datenschutzerklärung und ggf. ein Cookie Consent Banner

So ganz stimmt es nicht, dass der One Pager eine Website mit nur einer Seite ist. Eine Seite fürs Impressum und eine für die Datenschutzerklärung sind Pflicht für jede Website. Diese Seiten müssen mit einem Klick von jeder Seite deiner Website aus erreichbar sein. Packe die beiden Links deswegen am besten in den Footer.

Mit einem Cookie Consent Banner holst du dir die Einwilligung deiner Besucher für die Verwendung spezieller Cookies. Das ist beispielsweise Pflicht, wenn Tracking-Tools wie Google Analytics verwendest.

04

Design

WELCHEN LOOK WÄHLE ICH?



04 WELCHEN LOOK WÄHLE ICH?

Ich weiß, der Part macht am meisten Spaß 😊.

Hier ist aber auch ordentlich Potential, dass man sich verzettelt!

Ich möchte dir ein paar Tipps geben, damit du möglichst einfach zu deinem Design kommst:

Du wirst immer wieder Websites sehen, die dir super gefallen. Farben, die auch für dich toll passen könnten, Layouts, die dich total ansprechen ...

Lass dich nicht verleiten und werfe wieder alles über den Haufen, weil du was Neues entdeckt hast. Überlege dir, was zu dir, deinem Business und zu deinen Wunschkunden passt. Mach das einmal für dich klar und dann bleib für eine Weile dabei.



Wenn du versucht bist, etwas zu ändern, dann packe das in einen Ideenspeicher und schau erst nach einiger Zeit wieder drauf. Solltest du das andere Design dauerhaft besser finden, kann du überlegen, wie du das Stück für Stück in deinen Styleguide integrierst.

Es kann auch sein, dass ein Design, das du auf einer anderen Website super findest, dir auf deiner gar nicht so gut gefällt. Das ist ein bisschen wie bei Klamotten. Bei einem kommt es "wow", beim anderen eher nicht. Das ist eine Typfrage und die gibt auch im Business, vor allem, wenn du als Unternehmerin mit deinem Typ für dein Business stehst.

Don't Do!

Lass dich nicht in eine Schublade pressen!

Sei authentisch und orientiere dich nicht am Stil deiner Branche, wenn er nicht zu dir passt. Überlege, was dich optisch ausdrückt und was deine Wunschkunden anspricht. So hebst du dich von der Masse ab und transportierst deine Persönlichkeit und deine Werte.

Must have!

Erstelle deinen Mini-Styleguide.

Keine Sorge, eine komplexe Corporate Identity, wie es große Firmen haben, ist natürlich nicht nötig. Wenn du aber ein einheitliches, professionelles Bild nach außen und einen Wiedererkennungswert schaffen möchtest, dann solltest du zumindest ein paar grundlegende Designelemente festlegen. Einmal erledigt, spart dir das zudem Zeit, weil du nicht mehr überlegen musst, wie du was gestaltest.

Was brauchst du für deinen Mini-Styleguide:

- Deine Farben: Grundfarben und Akzentfarben
- Deine Schriften: Eine gut lesbare und variable Schriftart für den Fließtext und eine Akzentschrift für Überschriften und Hervorhebungen.
- Dein Bildstil: Wähle einen einheitlichen Stil für deine Fotos und Grafiken
- Symbole: Setzt du eher auf runde oder eckige Elemente? Gibt es Icons o.ä., die du gerne einsetzen möchtest? Achte darauf, dass auch diese zu deinem Stil passen.

Meine absolute Tool-Empfehlung hierzu ist übrigens Canva.

<https://www.canva.com/>

Technik

05

WAS MUSS ICH TECHNISCH VORBEREITEN?

[HTTPS://](https://)



Suchmaschinen-Optimierung
mzo
Geld richtig
DIE 1%-METHODE
STILSICHER SEIN
MARKETING REBELLION
Die Bulet, Journal, Methode
FRANZ MACHT MILLION
Kommunikation mit Macht
Modernes Webdesign

05

WAS MUSS ICH TECHNISCH VORBEREITEN?

Mit der Technik müssen wir uns auch noch ein wenig befassen. Hier stellt sich in erster Linie die Frage, mit welchem Tool deine Website erstellt werden soll.

Das ist von großer Bedeutung, denn die Wahl beeinflusst nicht nur die regelmäßige Arbeit mit deiner Website, sondern auch die Möglichkeiten, die du hast, um die Website für dein Marketing einzusetzen.

Die Wahl beschränkt sich im Prinzip auf zwei Systeme:

- das Baukastensystem (z.B. Squarespace, Jimdo, Wix)
- das Content Management System (z.B. WordPress, Contao, Joomla)



Je aktiver du deine Website für Online-Marketing-Aktivitäten nutzen möchtest, desto mehr würde ich dir zum Content Management System (CMS) raten. Das beliebteste CMS ist WordPress und das nicht ohne Grund.

- Mit WordPress hast du unglaublich viele Möglichkeiten der Gestaltung,
- die Plattform ist sehr flexibel mit anderen Tools kombinierbar und
- du kannst auch als Laie damit selbst eine Website erstellen.

Auch wenn du die Website nicht selber machst, ist WordPress eine gute Lösung. Viele Webdesigner arbeiten damit und erstellen ihren Kunden tolle Websites, die von diesen danach selbst gepflegt werden können.

Das System, mit dem du deine Website baust, ist aber nicht das einzige technische Element, das du benötigst. Zudem braucht deine Website noch

- eine Domain (z.B. <https://www.deinewebsite.de>) und
- einen Webspace und eine Datenbank (hier liegen alle Daten deiner Website).

Diese beiden Dinge bekommst du bei einem sogenannten Hosting-Anbieter. Sehr bekannte Anbieter sind Strato oder Ionos. Ich empfehle gerne etwas kleinere Anbieter, wie beispielsweise All-Inkl (<https://all-inkl.com>).

Don't Do!

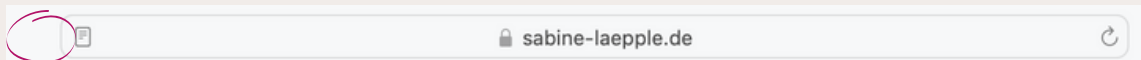
Lass dir nicht einreden, dass du Technik nicht kannst!

Auch ich bin am Anfang einige Male mit dicken Fragezeichen in den Augen vor dem Laptop gesessen. Aber glaube mir, wir Ladies können mehr als wir es uns zutrauen! Die Technik ist kein Hexenwerk und je mehr man reinwächst, desto stolzer ist man auf sich, es gemeistert zu haben.

Must have!

Sorge für eine SSL-Verschlüsselung deiner Website.

Damit man deine Website sicher erreichen kann, ist eine sogenannte SSL-Verschlüsselung nötig. Ob eine Website verschlüsselt ist, erkennt man an dem "s" in "https". Steht in der Adresse der Website nur "http", ist sie nicht verschlüsselt. Zudem kannst du die Verschlüsselung an dem kleinen Schloss in der Browserzeile erkennen.



06

Zielgruppe und Wunschkunde

WIE WIRD MEINE WEBSITE GEFUNDEN?



06

WIE WIRD MEINE WEBSITE GEFUNDEN?

An welchem Punkt in deinem Business stehst du? Vielleicht bist du noch ganz am Anfang und hast keine Erfahrungswerte und keine Strategie, wie deine potentiellen Kunden dich finden können?

Wenn ja, gebe ich dir ein paar Impulse, die dir evtl. weiterhelfen können. Schau noch mal auf deinen, in Schritt 1 beschriebenen Wunschkunden. Was ist ihm wichtig, wo hält er sich auf und v.a. wo ist er bereit dafür, Informationen aufzunehmen.



Ein Beispiel:

Du bist Ernährungsberaterin und hilfst Frauen nach der Schwangerschaft wieder ihr Wunschgewicht zu erreichen und sich und die Familie gesund zu ernähren.

Deine Wunschkundin ist eine gesundheitsbewusste Frau, die Wert auf hochwertige Lebensmittel legt. Sie ist unglücklich mit ihrer Figur und findet als junge Mutter aber nicht die Zeit, sich um sich zu kümmern. Sie möchte für ihre Kinder alles richtig machen und steckt dafür bei sich selbst zurück.

Wo kannst du diese Wunschkundin erreichen und wo ist sie bereit deine Informationen wahrzunehmen?

Nachdem deine Wunschkundin unter ständigem Zeitdruck ist, überlege dir, wo sie aufnahmefähig für deine Informationen ist, weil sie eh da ist. Ein Vortrag in einer Kita, ein Flyer im Wartezimmer des Kinderarztes, ein hilfreicher Beitrag in einer thematisch passenden Facebook-Gruppe, eine Kooperation mit einer Hebamme, die Nachsorge anbietet, ...

Wie du siehst, darfst du da sowohl online als auch bei dir vor Ort nach Möglichkeiten suchen, wo du deine Wunschkunden erreichen kannst. Auch wenn du ein reines Online-Business hast, kann eine lokale Akquise Sinn machen. Der Vorteil ist, dass du weniger Mitbewerber hast und leichter eine Beziehung aufbauen kannst.

Don't Do!

Verzettele dich nicht!

Bei der Vielzahl an möglichen Maßnahmen ist es wichtig, dass du dir nur ein paar rauspickst, sonst läufst du Gefahr keine so wirklich richtig zu machen. Schau, was dir liegt, was für dein Business gut funktioniert und was gut zu deinen Wunschkunden passt.

Must have!

Suche dir eine Strategie, um auf deine Website aufmerksam zu machen.

Deine Website ist eine von über einer Milliarde im Word Wide Web! Die Wahrscheinlichkeit, dass sie zufällig gefunden wird, tendiert gegen Null. Deswegen ist es wichtig, dass du aktiv Maßnahmen ergreifst, damit deine Website gefunden wird. Du darfst dabei gerne kreativ werden und deine Lieblingsstrategien finden. Hier sind die gängigen Methoden und ein paar Ideen:

- Suchmaschinenoptimierung, damit du über Google und Co. gut gefunden wirst
- Finde Follower auf Social Media und leite sie auf deine Website
- Ein Flyer zu einem interessanten Thema mit QR-Code auf die Website
- Eine Kooperation (online oder vor Ort) mit einer Person, die dieselbe Zielgruppe, aber ein anderes Thema hat.

Von der Theorie zur Praxis

So viel zur Theorie! Vielleicht schaust schon jetzt mit ganz anderen Augen auf Websites. Um das Gelernte gleich anzuwenden, surfe doch mal durch das www und schau dir andere Websites an. Was fällt dir auf? Wo sind die Punkte 1 bis 6 gut umgesetzt?

Diese Übung kann dir auch helfen, wenn du bei der Bearbeitung der einzelnen Schritte nicht weiterkommst oder dir die Muse fehlt. Bestimmt findest du viele Ideen und Anregungen, die du für deine Website anwenden kannst oder auch, wie du es in keinem Fall machen möchtest.

Platz für deine Notizen

Bonus zum Aufbau der Startseite bzw. des One Pagers

Nutze das Potential deiner Startseite!

“Herzlich Willkommen auf meiner Website!
Wie schön, dass du den Weg zu mir gefunden hast.”
Das sollte NICHT ganz oben auf deiner Startseite stehen.

Dieser Bereich ist das erste, was die Besucher deiner Website sehen und somit auch der erste Eindruck, den sie bekommen. Damit dieser überzeugt, schreibe hier konkret, um was es bei dir geht und mach deine Besucher neugierig auf mehr. Sie sollen mit einem Blick wissen, ob sie bei dir richtig sind.

Die Startseite gibt einen Überblick über dein Business. In verschiedenen Abschnitten werden die Themen kurz dargestellt. Mehr Informationen bekommt man auf den Unterseiten, zu denen Verlinkungen führen. Erstellst du einen One Pager, dann ist die Startseite deine komplette Website und hat keine weiteren Verlinkungen. Das bietet sich an, wenn du am Anfang stehst und noch nicht so viele Inhalte für deine Website hast oder wenn dein Fokus im Marketing nicht so sehr auf der Website liegt. Wenn die Informationen zu den jeweiligen Themen zu umfangreich für die Startseite werden, ist es an der Zeit, dafür eine Unterseite anzulegen. Auf der Startseite bleibt dann nur noch ein kurzer Überblick zum Thema und ein Link führt zu einer Unterseite mit mehr Informationen.

Damit du alle Register für eine gelungene Startseite ziehen kannst, habe ich dir einen beispielhaften Aufbau auf der nächsten Seite skizziert. Den kannst du dir auch gerne als Vorlage ausdrucken.

Vorlage für deine Startseite

Header / Navigation

Hero-Section

Das ist der Bereich, auch "Above the fold" genannt, den der Besucher als Erstes sieht. Er ist entscheidend für den ersten Eindruck! Nutze ihn, um kurz und prägnant deine Leistungen zu beschreiben und Lust auf mehr zu machen. Achte auch drauf, dass er auf allen Bildschirmgrößen gut aussieht.

Love Points & Pain Points

Hier holst du deine Wunschkunden mit ihren Sehnsüchte und / oder Herausforderungen ab. Zeig ihnen, dass du sie verstehst und dass du eine Lösung für sie hast.

Über mich

Stelle dich KURZ vor. Wer bist du, was befähigt dich in deinem Metier, welche Botschaft möchtest du in Welt bringen, ...

Angebot

Was konkret bietest du an? Gib hier einen Überblick über deine Produkte bzw. Dienstleistungen.

Kundenstimmen

Zu den Angeboten passen perfekt die Testimonials. Du kannst diese auch an anderen Stellen der Startseite platzieren.

Call to Action (CtA)

Keine Webseite ohne Handlungsaufforderung (z.B. Newsletter abonnieren, Kontakt aufnehmen, ...)! Den CtA kannst du auch an mehreren Stellen platzieren.

Footer

Header und Footer erscheinen übrigens auf jeder Seite deiner Website, nicht nur auf der Startseite! Deswegen sind sie hier farblich hervorgehoben.

Herzlichen Glückwunsch! Du hast den ersten entscheidenden Schritt zu deiner erfolgreichen Website gemacht!

Die "Hürde" Website-Planung ist genommen! War doch gar nicht so schwer, oder? Und du musst auch noch gar nicht fertig sein. Alles, was du hast, unterstützt dich und macht die Umsetzung ein Stück leichter .

Es freut mich, wenn mein kleiner Website-Planer für dich hilfreich war.

Wie geht es weiter:

1) Der Website-Planer bietet dir einen Überblick über alles, was für den Start in dein Website-Projekt wichtig ist. Für einen tieferen Einblick in die jeweiligen Themen lege ich dir meinen Kurs "Dein Website-Masterplan" ans Herz.

2) Wenn du bereit für die Umsetzung bist und deine Website mit WordPress erstellen willst, dann komm in meinen Kurs „Werde zur Website Heldin“. Der "Website-Masterplan" sind hier übrigens enthalten.

3) Wenn du die Umsetzung lieber ganz oder teilweise abgeben möchtest, dann lass uns gerne sprechen, wie du mit mir 1:1 arbeiten kannst.

Und wenn du Fragen hast oder bezüglich der Vorgehensweise unschlüssig bist, dann melde dich gerne: Hier kannst du dir ein kostenfreies Gespräch buchen.

