

Praxis-Ratgeber zum Kundengewinnen im Internet

**Gratis**

Detlef Krause

**18**

**Erfolgsrezepte  
für Ihre  
Homepage,  
die wirklich  
funktionieren**

[www.businesstext.de](http://www.businesstext.de)

### **Haftungsausschluss:**

Ich bin Texter, kein Rechtsanwalt. Ich habe mein Bestes getan, um Ihnen in dieser Anleitung fundierte Informationen zu geben. Der Autor gibt jedoch keine Garantien für die Vollständigkeit, Genauigkeit und Praktikabilität der gebotenen Informationen. Es werden zudem keine Garantien für die Ergebnisse gegeben, die der Leser aus der Anwendung der Tipps und Anregungen dieses E-Books eventuell erwartet. Die Verantwortung für die Nutzung der gebotenen Inhalte und Informationen liegt allein beim Leser dieses E-Books. Für die wettbewerbsrechtliche Zulässigkeit haftet BusinessText Detlef Krause nicht. Eine Haftung, auch für etwaige Fehler und daraus resultierende Folgen, ist ausgeschlossen. Dies gilt ebenso für die Inhalte der Internetangebote, auf die eventuell per Link verwiesen wird. Sollte eine der Seiten auf den entsprechenden Servern gegen geltendes Recht verstoßen, so ist dieses dem Autor nicht bekannt. Alle in diesem E-Book erwähnten Produkt- und Firmennamen sind, soweit nicht frei erfunden, Marken oder Markennamen der jeweiligen Eigentümer.

# 18 Erfolgsrezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

---

## Inhalt

So starten Sie mit Ihren Internetseiten jetzt richtig durch .....	4
Erfolgsrezept # 1: Wie Sie die optimale Internetadresse finden.....	6
Erfolgsrezept # 2: Wählen Sie den richtigen Internethoster .....	7
Erfolgsrezept # 3: Entscheiden Sie sich: Verkaufen oder neue Kontakte generieren?.....	8
Erfolgsrezept # 4: Finden Sie Ihren wichtigsten Suchbegriff .....	10
Erfolgsrezept # 5: Aktivieren Sie Ihr blaues Wunder! .....	12
Erfolgsrezept # 6: Content Management System oder statische Seiten? .....	16
Erfolgsrezept # 7: Das beste CMS der Welt .....	17
Erfolgsrezept # 8: Was tun, wenn Sie bereits eine Website haben? .....	17
Erfolgsrezept # 9: Wenn Sie Google AdWords schalten .....	19
Erfolgsrezept # 10: Langweilen Sie nicht auf Ihrer Startseite!.....	19
Erfolgsrezept # 11: Geben Sie Ihren Webseiten Personality.....	21
Erfolgsrezept # 12: Sprechen Sie Ihren Besucher direkt an .....	22
Erfolgsrezept # 13: Lenken Sie Ihren Besucher. Sanft, aber bestimmt .....	23
Erfolgsrezept # 14: Lassen Sie's bei Ihrem Internetbesucher ständig klicken .....	24
Erfolgsrezept # 15: Legen Sie den richtigen Köder aus, damit Kunden anbeißen.....	25
Erfolgsrezept # 16: Nehmen Sie Texte statt bunter Bilder .....	27
Erfolgsrezept # 17: Lassen Sie AIDA wirken.....	28
Erfolgsrezept # 18: Schalten Sie Ihre Nachfassaktionen auf Autopilot .....	29
Herzlichen Glückwunsch! .....	31
Weitere hilfreiche Tipps & Anleitungen.....	33
Kontaktinformationen .....	36

### So starten Sie mit Ihren Internetseiten jetzt richtig durch

Vielen Dank für das Herunterladen dieses E-Books. Ich habe es geschrieben, um Ihnen darin 18 Tipps und Tricks zu verraten, wie Sie – vor allem als Neustarter – mit Ihren Internetseiten mehr Erfolg haben. Denn die häufigsten Fragen, die ich in Kundengesprächen immer wieder höre, sind:

- Wie bekomme ich mehr Besucher auf meine Website?
- Warum gewinne ich mit meinen Internetseiten kaum Kunden?
- Wieso ist mein Wettbewerber bei den Suchmaschinen wesentlich besser positioniert als ich?

### Woran können Sie Ihren Interneterfolg messen?

Natürlich ist es allein schon ein Erfolg, überhaupt Ihre eigene Internetseite online zu haben. Doch Ihr wahrer Interneterfolg stellt sich erst dann ein, wenn Ihre Webseiten auch tatsächlich auf Resonanz stoßen. Wenn Ihre Homepage bei den Suchmaschinen (allen voran natürlich bei Google) gut gelistet ist.

Und auch dann sind Ihre Internetseiten noch kein Hit. Denn Ihre Internetbesucher müssen natürlich auch reagieren! Mit Ihnen Kontakt aufnehmen, Ihren Newsletter abonnieren oder gleich etwas bestellen.

Wie Ihnen das gelingt? Lesen Sie weiter, und Sie werden es erfahren!

### Falls wir uns im Internet noch nicht begegnet sind:

Mein Name ist Detlef Krause, ich bin Werbetexter und helfe seit 1984 Unternehmen, Produkte und Dienstleistungen besser zu verkaufen. Sieben Jahre lang habe ich in großen Frankfurter und Hamburger Werbeagenturen getextet – unter anderem für Technik, Autos, Versicherungen, Lebensmittel und Kosmetik.

Seit 1991 arbeite ich als freiberuflicher Werbetexter. Mehr darüber unter [www.businessstext.de](http://www.businessstext.de).

Mit dieser Homepage (und einigen weiteren) gewinne ich 98 Prozent meiner Kunden. Jeden Tag bekomme ich über das Internet neue Aufträge, ohne dass ich mich selbst noch aktiv um die Kundenakquisition kümmere.

## 18 Erfolgsrezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

---

### **Stopp!**

Ich muss mich korrigieren: Ich mache keine Kundenakquisition mehr im herkömmlichen Sinne.

Statt dessen Sorge ich dafür, dass Kunden, wenn sie meine Dienste aktuell brauchen, sich an mich erinnern. Und auf meiner Website das Gefühl bekommen, für den optimalen Partner gefunden zu haben.

Das heißt, ich stecke meine Energie lieber in vorausschauende Aktionen als in hektische Kundenakquise und „kalte“ Anrufe. Ich hasse solche Telefonate. Ihnen geht es sicherlich ähnlich. Zudem bringen „Notrufaktionen“ selten gut bezahlte Aufträge.

### **Viel angenehmer und wesentlich lukrativer(!):**

Ich setze mich in aller Ruhe mit einem Becher Kaffee an den Computer, schaue mich um im Internet und überlege, womit ich prospektive Kunden überzeugen kann, MIR den Auftrag zu geben. Und nicht einem anderen.

### **Es funktioniert fantastisch**

Stellen Sie sich vor, Sie haben einen Zauberstab, der Ihnen jeden Kunden bringt, der im Umkreis von 300, 500 oder 1000 Kilometern gerade aktuellen Bedarf an Ihren Leistungen hat!

- Dem Sie nur noch zeigen müssen, dass er mit Ihrem Angebot genau das bekommt, was er gerade möchte.
- Der außerdem erfährt, dass bereits viele andere Kunden mit Ihrem Angebot nur beste Erfahrungen gemacht haben.
- Und der, wenn er möchte, Ihr Angebot sofort nutzen kann. Zu einem annehmbaren Preis.

Was meinen Sie: Wie hoch wären Ihre Verkaufschancen?

## 18 Erfolgsrezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

---

### Extrem hoch, stimmt's?

Genau das können Sie mit Ihren Internetseiten erreichen! 7 von 10 kommerzielle Webseiten verjagen geradezu ihre potenzielle Kundschaft! Indem sie die grundlegendsten Regeln missachten, wie man im Internet neue Kunden gewinnt.

Doch zum Glück haben Sie ja jetzt dieses E-Book. Also, lassen Sie uns gleich mit dem Web-Starthilfe-Tipp Nummer eins beginnen:

### Erfolgsrezept # 1: Wie Sie die optimale Internetadresse finden

Stehen Sie gerade vor der Wahl, welche Internetadresse Sie nehmen sollen? Dann überlegen Sie zwei Mal! Ihre Internetadresse, Domain genannt, wird Sie Ihr ganzes Geschäftsleben lang begleiten.

#### Worauf sollten Sie bei Ihrer Internetadresse achten?

- Ihr Domainname muss merkfähig sein. [Fliesen-legen.de](http://Fliesen-legen.de) lässt sich leichter merken als [fliesenfachgeschaeft-mueller-gmbh.de](http://fliesenfachgeschaeft-mueller-gmbh.de).
- Ihre Internetadresse muss idealerweise den Schlüsselbegriff beinhalten, unter dem Sie bei den Suchmaschinen im Internet gefunden werden wollen. „Auto-Tuning“ ist besser „Power-Car-Boost“, wenn Autotuning Ihr Business ist.
- Ihre Webadresse muss zu Ihrem Geschäft passen. „Crazy-Heinz“ ist sicher kein geeigneter Name für eine seriöse Unternehmensberatung, genauso wenig wie „BeratungsBubi“.
- Ihre Internetadresse sollte möglichst einfach zu schreiben sein. Das vermeidet Tippfehler. Wenn Sie einen Kombi-Namen, bestehend aus mehreren Worten wählen, schreiben Sie diese Worte nicht zusammen. Verbinden Sie sie mit einem Bindestrich. Also [kontakte-aufbauen.de](http://kontakte-aufbauen.de) statt [kontaktaufbauen.de](http://kontaktaufbauen.de). Das lässt sich leichter lesen und auch Suchmaschinen erkennen Einzelworte besser.

## 18 Erfolgsrezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

---

### Ihre .de-Wunschadresse ist bereits vergeben?

Versuchen Sie es mit einer anderen Endung (zum Beispiel .com, .at, .net oder .biz). Seien Sie ruhig kreativ: Hängen Sie beispielsweise eine 24 an Ihren Wunschnamen (fliesen24) oder nehmen Sie Wortkombinationen.

Mit dem Domain-Checker von [allinkl.com](http://allinkl.com) sehen sofort, welche Alternativ-Endungen noch frei sind.



### Sie sind mit Ihrer jetzigen Internetadresse unzufrieden?

Registrieren Sie zusätzlich doch einfach einen zweiten, besser passenden Domainnamen. Und leiten Sie von dort aus um zu Ihrer bereits bestehenden Domain. Wie das geht, sagt Ihnen Ihr Internethoster.

## Erfolgsrezept # 2: Wählen Sie den richtigen Internethoster

Während die Preise der verschiedenen Internethoster fast identisch sind, deren Services und Leistungen sind es nicht. Wichtig bei Ihrer Hosterwahl:

- Ermöglicht Ihnen der Anbieter, das Internetpaket Ihren wachsenden Bedürfnissen flexibel anzupassen?

Das mag Ihnen als Webstarter nicht sonderlich wichtig erscheinen. Oft genügt hier erst mal eine günstige Web-Visitenkarte. Wenn Sie das ganze Potenzial des Internets für Ihre Firma jedoch nutzen möchten, kommen Sie irgendwann an MySQL-Datenbanken, PHP, mod-rewrite-Befehlen und eigenen Skripten nicht mehr vorbei.

### Welcher Internethoster ist für Sie der beste?

Ich kann Ihnen hier nur meine persönliche Empfehlung geben, die in keinster Weise repräsentativ ist. Meine Webseiten lasse ich bei [domainfactory](http://domainfactory) und [allinkl](http://allinkl) hosten.

Beide bieten einen Top-Service am Telefon (besonders wichtig in Ihrer Startphase) und lassen auch hinsichtlich ambitionierter Webprojekte keine Wünsche offen.

## 18 Erfolgsrezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

---

Bei allinkl.com wurde mir sogar die eine oder andere „Extra-Wurst“ gebraten. Eine Übersicht der Top-10-Hoster finden Sie beispielsweise unter diesem Link:

<http://www.webhostlist.de/content/top-10/>

### **Erfolgsrezept # 3: Entscheiden Sie sich: Verkaufen oder neue Kontakte generieren?**

Wenn Sie keine reine Informationsseite ins Internet stellen möchten (zum Beispiel „Alles über Goldhamster“), überlegen Sie:

- Soll Ihre Internetseite sofort etwas verkaufen, beispielsweise einen Online-Kurs oder ein E-Book?
- Oder möchten Sie mit Ihrer Website laufend neue Kundenkontakte (Leads) gewinnen, aus denen dann später Käufer/Neukunden werden?

Diese Frage zu klären ist wichtig fürs weitere Vorgehen. Ihre Internetseiten müssen entsprechend anders aufgebaut sein.

#### **Sie wollen mit Ihrer Website sofort verkaufen?**

Dann müssen Sie mit Ihrer Verkaufsseite schnellstens die Aufmerksamkeit Ihres Internetbesuchers gewinnen. Und ihn so von Ihrem Angebot überzeugen, dass er es noch auf der Stelle ordert.

Keine leichte Sache. Und mit ein paar knappen Worten kaum zu schaffen. Hier sind lange Texte gefragt, denn Sie müssen zahlreiche Kaufhürden aus dem Weg räumen. Ihr Internetbesucher wird sich nämlich fragen:

- Ist das Angebot überhaupt das richtige für mich?
- Welche Vorteile habe ich davon?
- Löst das Angebot mein Problem?
- Ist der Anbieter vertrauenswürdig?
- Haben andere Kunden das Angebot bereits genutzt und können sie es weiterempfehlen?
- Wie sind die Zahlungsoptionen?

## 18 Erfolgsrezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

---

- Ist der Preis gerechtfertigt?
- Finde ich das Angebot möglicherweise auch woanders zu einem besseren Preis?

All diese bewussten (und unbewussten) Kundenfragen müssen Sie auf Ihrer Verkaufsseite beantworten. Ihr Interessent soll ja sofort bestellen.

### **Wichtig: Lenken Sie Ihren Interessenten nicht ab!**

Halten Sie Ihren Internetbesucher in permanenter Kauflaune. Deshalb: Verzichten Sie bei Ihrer Verkaufsseite auf alle Links, die Ihren Internetbesucher ablenken könnten. Keine gut gemeinten Links zu Serviceseiten oder lustigen YouTube-Videos!

Ihr Interessent muss Ihrem sorgfältig ausgelegten roten Verkaufsfaden folgen. Nur dann haben Sie gute Chancen, Ihren Besucher auch zum Klick auf den Bestellbutton zu bewegen.

### **Sie wollen mit Ihrer Website neue Kundenkontakte gewinnen?**

Nicht alle Angebote lassen sich via Verkaufsseite sofort zu barer Münze machen. Denken Sie zum Beispiel an Dienstleistungen. Dann ist es sinnvoll, Ihre Website für das Gewinnen neuer Interessentenkontakte zu optimieren.

Kontakte, die Sie dann im Nachgang zu neuen Kunden machen. Etwa durch zusätzliche Informationen, persönliches Nachfassen oder andere Wege. Wichtig ist, ÜBERHAUPT erst einmal Kontakte zu potenziellen Kunden zu bekommen!

### **Die Herausforderung für Sie:**

Sie müssen Ihren Internetbesucher so weit für Ihr Angebot interessieren, dass er von sich aus den Kontakt mit Ihnen sucht. „Rufen Sie uns an für ein kostenloses Beratungsgespräch“ reicht da nicht.

Die wenigsten Internetbesucher haben auf Anhieb eine so konkrete Frage, dass sie gleich ein Beratungsgespräch wünschen. Zudem befürchten viele, an einen aufdringlichen Berater zu geraten, der einem doch nur irgendetwas verkaufen möchte.

## 18 Erfolgsrezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

---

### Überlegen Sie deshalb:

- Was können Sie auf Ihrer Internetseite zur Erstkontakt-Generierung bieten, das nicht gleich so verpflichtend/hemmend ist wie ein Beratungsgespräch?
- Und wie können Sie mit diesem Angebot die Kontaktadresse vom eventuellen Neukunden entlocken?

### Vier Möglichkeiten, wie Sie laufend neue Kundenkontakte gewinnen:

#### 1. Bieten Sie einen Newsletter

Mit Ihrem Newsletter bauen Sie langfristige Kontakte zu potenziellen Neukunden auf. Voraussetzung: Ihr Newsletter muss tatsächlich interessante Informationen bieten. Er muss regelmäßig erscheinen (mindestens einmal im Monat) und darf keine reine Werbesendung sein.

#### 2. Bieten Sie einen Online-Kurs zu Ihrem Thema

Beispiel: „Die 7 wichtigsten Punkte, auf die Sie beim Kauf eines Fertighauses achten müssen“. Diese Informationen teilen Sie in drei überschaubare Häppchen, die Sie dann dem potenziellen Kunden per E-Mail nacheinander an verschiedenen Tagen zusenden.

#### 3. Bieten Sie ein interessantes Video zum Thema

Den Link dazu erhält man per E-Mail.

#### 4. Bieten Sie einen Gratis-Report als PDF-Datei

Beispiel: „Die 7 wichtigsten Briefe für Ihren Geschäftserfolg“. Der Versand erfolgt ebenfalls per E-Mail. In diesem Report können Sie dann Ihr Angebot noch ausführlicher vorstellen. Wie so etwas funktioniert, erfahren Sie auf der Website [kontakte-aufbauen.de](http://kontakte-aufbauen.de).

## Erfolgsrezept # 4: Finden Sie Ihren wichtigsten Suchbegriff

Da nur die wenigsten Ihre Internetadresse kennen, müssen Sie die Internetsuchmaschinen auf Ihre Website aufmerksam machen.

Um dort gut gelistet zu werden (am besten natürlich unter den Top 10), müssen Sie Ihre Internetseiten für die Suchmaschinen optimieren. Das geht auch ohne fragwürdige Tricks und teure Suchmaschinenoptimierer.

### 3 wichtige Punkte für Ihre Suchmaschinenoptimierung

1. **Finden Sie als Erstes das für Sie interessanteste Schlüsselwort**

Das ist meist nicht der Fachbegriff für Ihre Leistungen, sondern die umgangssprachlichere Formulierung. Also „Schneeräumen“ statt „Winterdienst“ zum Beispiel. Ist Ihr Angebot eher von regionaler oder lokaler Bedeutung, nehmen Sie auch noch Ihren Ortsnamen/Ihre Region hinzu. Beispiel: „Englischlehrer Bremen“.

2. **Wie stark umworben ist Ihr Schlüsselbegriff/Ihre Suchwortkombination?**

Testen Sie's einfach: Geben Sie Ihren Suchwortfavoriten bei Google ein und lassen Sie sich überraschen, wer unter den Top 10 zu finden ist. Machen Sie das Gleiche auch mit alternativen Schlüsselworten (Synonymen), die man für Ihr Angebot verwendet (statt Werbebrief zum Beispiel Werbeanschreiben, Verkaufsbrief, Mailing). Das Ganze testen Sie dann auch noch einmal im Plural (Werbebriefe, Verkaufsbriefe, Mailings).

3. **Konzentrieren Sie sich auf das für Sie interessanteste Suchwort**

Und bauen Sie Ihre Internetseite rund um diesen Suchbegriff auf. Beleuchten Sie Ihren Suchbegriff aus unterschiedlichen textlichen/inhaltlichen Blickwinkeln. Angenommen, Ihre Top-Suchwortkombination ist „Fliesen legen“ und Sie bieten diesen Service in Bochum an. Dann texten Sie Ihre Startseite so, dass „Fliesen legen“ und „Bochum“ darin möglichst häufig vorkommen.

Wichtig: Bereits in der Überschrift muss Ihre Suchwortkombination vorkommen: *„Fliesen legen in Bochum: Wie Sie den richtigen Fliesenleger in Bochum finden“*. In den ersten Zeilen Ihres Startseitentextes sollte dann ebenfalls Ihre Suchwortkombination vorkommen: *„Fliesen legen ist eine Kunst, die man nicht aus einem Fliesen-legen-Handbuch lernt. Um Fliesen zu legen, an denen Sie lange Freude haben, lohnt es sich, einen erfahrenen Fliesenleger hinzuziehen. In Bochum ...“*.

So geht der Text dann munter weiter, rund um die Suchbegriffe „Fliesen legen“ und „Bochum“. Anschließend nehmen Sie sich die weiteren Seiten

## 18 Erfolgsrezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

---

Ihres Internetauftritts vor.

Überlegen Sie dazu einfach, welche Fragen haben Ihre potenziellen Kunden rund um das Thema „Fliesen legen“: Wie verlege ich Fliesen richtig? Worauf muss man beim Fliesenlegen achten? Welche Arten von Wandfliesen gibt es? Wie kachelt man ein Badezimmer? Wie haltbar sind Terracotta-Fliesen? Und so weiter und so weiter.

Zu jeder dieser Fragen geben Sie Ihre Expertenantwort. Wobei Sie strikt darauf achten, die Worte aus der Frageformulierung hin und wieder in Ihrem jeweiligen Antworttext unterzubringen. Und: Widmen Sie jedem dieser Themen eine eigene Unterseite. Stellen Sie aus Bequemlichkeit nicht alles auf eine einzige Internetseite. Ihre Suchbegriffe werden sonst zu stark verwässert.

### **Erfolgsrezept # 5: Aktivieren Sie Ihr blaues Wunder!**

Damit Ihr Bemühungen von den Suchmaschinen durch besseres Ranking belohnt werden, achten Sie darauf, dass die Programmierung Ihrer Internetseiten für die Suchroboter ein offenes Buch sind.

### **Sehen Sie sich dazu Ihren Internetbrowser einmal etwas genauer an**

Oben gibt es eine Zeile, in der Sie die Internetadresse, die Sie besuchen wollen, eintippen können.

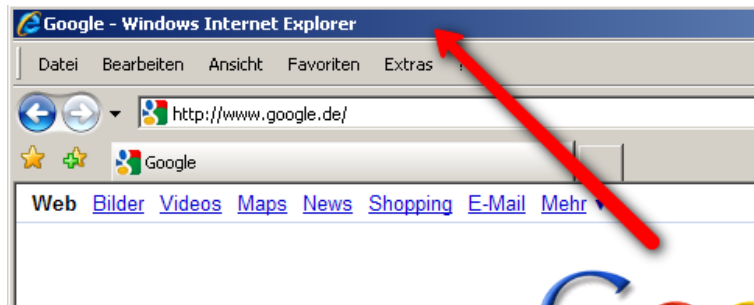
Haben Sie's?

Prima. Darüber befindet sich die Navigationsleiste mit den Menüpunkten Datei, Bearbeiten, Ansicht etc. Kennen Sie auch, nicht wahr?

Worauf Sie aber bestimmt noch nicht geachtet haben, ist der kleine blaue Balken darüber.

## 18 Erfolgsrezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

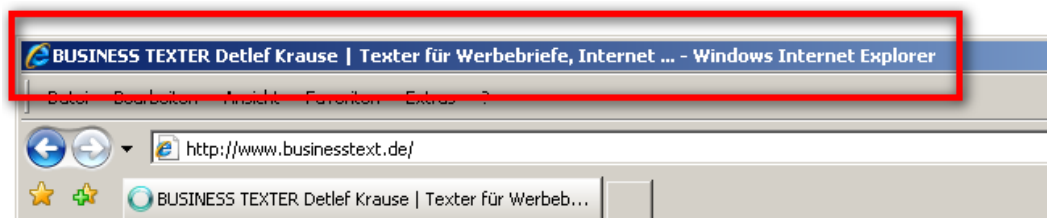
---



Völlig unspektakulär klemmt er am oberen Bildschirmrand ... und dennoch ist er für Ihren Interneterfolg von weitreichender Bedeutung: Der Text, der in diesem kleinen blauen Balken steht, wird zum Linktitel Ihrer Website bei Google & Co.

Als aufmerksamer Leser ahnen Sie es bereits: In diesem Titel MUSS Ihr Suchbegriff stehen. Mindestens einmal. Und nicht wie bei Millionen Internetseiten *Home* oder *Untitled Document*.

So sieht beispielsweise die blaue Zeile bei meiner Homepage [www.businessstext.de](http://www.businessstext.de) im Internetbrowser aus:



Und so wird diese Seite bei Google unter dem Suchbegriff *Texter* gelistet:



## 18 Erfolgsrezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

---

### Na, klickt's bei Ihnen?

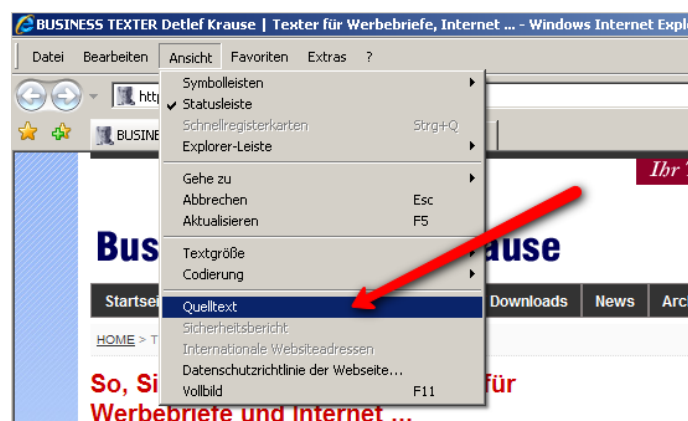
Möchten Sie also unter einem bestimmten Suchbegriff im Internet gefunden werden, sollte dieses Wort mindestens einmal im Titel Ihrer Internetseite vorkommen.

Bei dem Beispiel oben sehen Sie unter dem blauen Linktext noch zwei weitere Textzeilen. Auch die habe ich den Suchmaschinen vorgegeben.

Wie Sie das auch können? Hierzu ein Kurzausflug in die Technik. Dauert nicht lange. Tut garantiert nicht weh. Bietet Ihnen aber erstaunliche Einblicke.

Also:

Internetseiten werden im HTML-Code geschrieben. Wie so ein Code aussieht, sehen Sie, wenn Sie in Ihrem Internetbrowser-Menü auf *Ansicht > Quelltext* klicken.



Dann öffnet sich ein neues Browserfenster und Sie sehen den HTML-Code, den Quelltext, der gerade von Ihnen besuchten Internetseite.

Interessant sind für Sie die oberen Code-Zeilen. Hier vor allem `<title>` und `<meta name="description">`.

```
1 <!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN" "http://www.w3.org/TR/xhtml1
2 <html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
3 <head profile="http://gmpg.org/xfn/11">
4 <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=iso-8859-1" />
5 <title>BUSINESS TEXTER Detlef Krause | Texter für Werbebriefe, Internet ...</title>
6 <meta name="keywords" content="texter, werbetexter, werbetexte, werbebriefe, internet, o:
7 <meta name="description" content="Diese Texter-Website zeigt Ihnen mit vielen Tipps und 1
```

## 18 Erfolgsrezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

---

Was zwischen `<title>..... </title>` steht, wird die Titelzeile Ihrer Internetseite. Die, die oben im blauen Balken Ihres Internetbrowsers erscheint und die den Suchmaschinen das Aufspüren Ihrer Seite erleichtert.

Was in `<meta name="description" content="....."/>` steht, wird zur Beschreibung Ihrer Internetseite. So, wie sie Suchmaschinen vielfach 1:1 übernehmen. Auch in diesem Beschreibungstext sollte Ihr Suchwort/Ihre Suchwortkombination mindestens einmal vorkommen.

Wenn Sie diese beiden Punkte beachten, sind Sie Ihren nichtsahnenden Wettbewerbern suchmaschinentechnisch meilenweit voraus.

### Natürlich ist es damit alleine nicht getan

Über das Thema Suchmaschinenoptimierung wurden ganze Buchreihen geschrieben. Sehen Sie es mir daher bitte nach, wenn ich hier nicht näher darauf eingehe.

Erstens würde das Thema Suchmaschinenoptimierung den Rahmen dieses E-Books sprengen. Und zweitens wären die Tipps sicher nicht mehr aktuell, wenn Sie diese Zeilen lesen. Deshalb kann es gut sein, dass auch meine Internetseiten inzwischen ganz anders aussehen als hier dargestellt.

### Ach so, ehe ich es vergesse:

Bei den Suchmaschinen anmelden müssen Sie Ihre Internetseite natürlich auch. Aber bitte erst, wenn Ihre Webseiten tatsächlich fertig sind und Sie alles ausgiebig getestet haben. Hier der Link für Ihre Website-Anmeldung bei [Google](#).

Wenn also bei Ihrer Homepage oben im blauen Browser-Balken immer der gleiche Text auftaucht, ganz gleich, welche Ihrer Seiten man aufruft, besteht dringender Optimierungsbedarf!

Sie sehen, nicht nur was auf Ihren Internetseiten für Ihre Besucher sichtbar ist, will wohl überlegt sein. Auch die Programmierung im Hintergrund muss stimmen, damit Sie bei Google & Co. nach vorne stürmen.

### Erfolgsrezept # 6: Content Management System oder statische Seiten?

Bei der Wahl der Webprogrammierung haben Sie zwei grundsätzliche Möglichkeiten:

- Entweder Ihre Internetseiten bekommen eine individuelle statische Programmierung.
- Oder Sie nutzen ein sogenanntes dynamisches Content Management System (kurz CMS).

#### Worin liegen die Unterschiede?

Bei der statischen Webprogrammierung wird Ihr Webdesign einmal erstellt. Anschließend werden die einzelnen Internetseiten (Home, Leistungen, Kontakt und so weiter) mehr oder weniger per Hand angepasst. Vorteil: Sie haben weitreichende Programmierungsfreiheiten. Kostenlose Vorlagen finden Sie dazu beispielsweise unter: [www.styleshout.com/free-templates.php](http://www.styleshout.com/free-templates.php).

Weiterer Pluspunkt: Je nach Seitenzahl lassen sich statische Websites bereits mit günstigen Mini-Internetpaketen realisieren. Ideal ist die statische Seitenprogrammierung vor allem für Webseiten mit geringem Aktualisierungsbedarf. Oder für Verkaufsseiten, die nur ein Thema und ein Ziel haben: den Sofort-Kauf eines einzigen Produkts.

Ein Content Management System (CMS) hingegen erfordert ein umfangreicheres Internetpaket, da Sie hierfür zusätzlich eine Datenbank benötigen. Vorteil des CMS: Die Inhalte Ihrer Internetseiten (Texte und Bilder) werden getrennt von der Gestaltung gespeichert.

Möchten Sie Ihren Internetseiten einen neuen Look geben, muss lediglich die Gestaltung überarbeitet werden. Texte und Bilder werden automatisch übernommen.

Der ganz große Vorteil des CMS liegt jedoch darin, dass Sie Ihre Webseiten selbst aktualisieren und mit neuen Inhalten ergänzen können, ohne noch einen Gedanken an die Gestaltung verschwenden zu müssen. Jede neue Internetseite wird vom CMS automatisch dem Gesamt-Look Ihres Webauftritts angepasst. Sogar die Verlinkung der Seiten untereinander wird von dem CMS automatisch erledigt.

### Erfolgsrezept # 7: Das beste CMS der Welt

Das aus meiner Sicht (vor allem für Webstarter) beste Content Management System der Welt heißt WordPress. Ursprünglich wurde WordPress entwickelt, um ohne Programmierkenntnisse schnell und einfach ein eigenes Web-Blog ins Internet zu stellen.

Inzwischen lässt sich WordPress auch als veritables CMS nutzen. Wie das geht, dazu finden Sie unter [www.turbo-wordpress.de](http://www.turbo-wordpress.de) eine ausführliche Schritt für Schritt Videoanleitung.

#### Die WordPress Vorzüge:

- Vorteil 1: WordPress ist auch für Laien leicht zu handhaben.
- Vorteil 2: Für WordPress gibt es unzählige, zumeist kostenfreie Webdesign-Vorlagen, die Sie für Ihren Internetauftritt nutzen können.
- Vorteil 3: Sie finden zu WordPress im Internet umfangreiche Unterstützung.
- Und Vorteil 4: WordPress ist kostenlos! Hier der Download-Link:  
<http://wordpress-deutschland.org/download/>

### Erfolgsrezept # 8: Was tun, wenn Sie bereits eine Website haben?

Wenn Sie bereits eine Website haben, die aber im Internet kaum gefunden wird, haben Sie zwei Optionen:

- Entweder, Sie optimieren Ihre Internetseiten für die Suchmaschinen, was oft sehr zeitraubend sein kann. Oder:
- Sie starten einfach eine neue Mini-Website: einen Webauftritt, der aus nur einer einzigen Seite besteht. Diese Seite registrieren Sie unter einer neuen suchmaschinenfreundlichen Internetadresse und optimieren sie dann komplett auf den für Sie interessantesten Suchbegriff (siehe Web-Starthilfe # 4). Diese Mini-Website dient Ihnen dann als Lockseite, von der aus Sie zu Ihrem ursprünglichen Webauftritt verlinken.

[Videos-machen.de](http://Videos-machen.de) ist zum Beispiel eine solche Mini-Website. Sie soll Internetbesucher auf meinen Webvideokurs aufmerksam machen.

## 18 Erfolgsrezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

---



Videos machen .. wie geht das?

Wie kann man selbst Videos fürs Internet machen?

**Videos machen:  
Wie mache ich Videos fürs Internet?**

Wer Videos fürs Internet machen möchte, steht meist vor dem gleichen Problem: Welche Technik brauche ich fürs Video-machen? Wo gibt es kostenlose Programme, um Videos zu machen? Oder wie muss ich vorgehen, damit ich nicht nur ein Webvideo mache, sondern dafür Sorge, dass auch Optik und Inhalte meines Videos stimmen?

**Videos machen fürs Internet ist  
im Grunde ganz einfach**

So können Sie zum Beispiel aus Standbildern ganz einfach ein Video machen. Mit Animoto geht das Videomachen aus digitalen Bildern sogar kostenlos (<http://animoto.com/>). Bevor Sie jetzt jedoch freudig Hurra! schreien und gleich das erste Video machen, sollten Sie sich fragen:

**Für wen wollen Sie überhaupt Ihr Video machen?**

Wer soll sich Ihr Video ansehen? Und was wollen Sie mit Ihrem Video im Internet erreichen?

- Möchten Sie einfach nur anderen zeigen, dass Sie auch Videos machen können?
- Möchten Sie anderen etwas erklären, wie etwas genau funktioniert?
- Oder möchten Sie mit dem von Ihnen selbst gemachten Video neue Kunden auf Ihre Internetseiten locken? Zum Beispiel wenn Sie ein eigenes Geschäft haben.

**Dann sollten Sie beim Video-machen auf Qualität achten**

Mit dieser Mini-Website ist es mir gelungen, unter der Suchwortkombination „videos machen“ in nur 21 Tagen bei Google unter die Top 10 (Stand Redaktionsschluss) zu kommen. Bei einem Konkurrenzumfeld von immerhin über 9 Millionen Ergebnissen!

Diese Website zu unterhalten, kostet mich im Jahr rund 10,- Euro. Würde ich für den Suchbegriff „Videos machen“ Google-AdWords-Anzeigen schalten, käme mich das deutlich teurer.

Und nicht zu vergessen: „Natürlich“ gefundene Internetseiten werden von Internetbesuchern wesentlich lieber angeklickt als Werbeanzeigen. Die Besucherüberlegung: Wenn Google diese Seite für Wert erachtet, unter die Top 10 zu kommen, dann ist diese Website wohl deutlicher relevanter für mich als eine Google-AdWords-Anzeige, für die jemand gezahlt hat, damit sie überhaupt unter den Treffern landet.

Deshalb ist diese Mini-Website-Taktik auch für Sie so interessant. Meist ist es einfacher, eine neue Mini-Website suchmaschinentechnisch nach vorne zu bringen (und darüber auf Ihre Haupt-Website zu verweisen), als Ihren bestehenden Internetauftritt komplett umzukrempeln.

## 18 Erfolgsrezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

---

### Erfolgsrezept # 9: Wenn Sie Google AdWords schalten

Wenn Sie Google-AdWords-Werbung machen, lassen Sie Ihre Besucher nicht einfach auf Ihrer Startseite landen (es sei denn, dies ist Ihre Verkaufsseite). Leiten Sie Ihre Interessenten auf eine spezielle Internetseite, die exakt die Antwort auf Ihre Google-Anzeige bietet.

Angenommen, Sie versprechen in Ihrer Google-AdWords-Anzeige „7 Tipps zur erfolgreichen Kundengewinnung“. Dann ist es wenig sinnvoll, den über Google AdWords gewonnenen (und bezahlten!) Besucher einfach auf Ihrer Startseite landen lassen, auf der es um alles Mögliche geht und Ihr Besucher erst groß herumsuchen muss, um endlich Ihre 7 Tipps zu finden. Viele werden sich diese Mühe gar nicht erst machen, sondern gleich wegklicken.

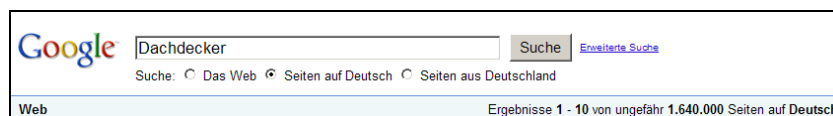
Besser:

Gestalten Sie eine spezielle Unterseite, bei der es sofort und nur um Ihre 7 Tipps geht. Dann wird Ihr Besucher Ihre 7 Tipps auch gerne lesen bzw. anfordern.

### Erfolgsrezept # 10: Langweilen Sie nicht auf Ihrer Startseite!

Ihre Startseite ist die wichtigste Internetseite, die Sie haben. Viele nutzen die Startseite jedoch lediglich als Empfang, nicht als Verkaufsfläche. Ein Beispiel:

Ich gebe bei Google einfach mal einen Suchbegriff ein. Sagen wir „Dachdecker“ ... und un momento ... ohhh, über 1,6 Millionen Treffer!!!



Ich klicke auf irgendeine Seite. Und was lesen meine traurigen Texteraugen da? Direkt auf der Startseite:

HERZLICH WILLKOMMEN!

Auf unseren Seiten haben Sie die Möglichkeit, sich eingehend rund um die Firma und das Produktangebot der XY Dachdeckerei zu informieren. Zu den verschiedenen Informationsbereichen gelangen Sie über das Navigationsmenü auf der rechten Seite. Wenn Sie Fragen oder Anregungen haben, können Sie sich per E-Mail mit uns

## 18 Erfolgsrezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

---

in Verbindung setzen. Auf Ihre Nachricht freut sich das Team der XY Dachdeckerei.

Was für eine verpasste Chance!

### Ihre Startseite ist die wichtigste Internetseite, die Sie haben!

Wissen Sie, wie lange Stern-, Focus- oder Spiegel-Redakteure über der neusten Titelseite, ihrem Aufmacher, brüten? Tage! Stellen Sie sich vor, Sie gehen zum Kiosk, nehmen den neuen Stern oder Spiegel in die Hand und lesen auf der Titelseite:

Auf den folgenden Seiten haben Sie die Möglichkeit, sich eingehend rund um das aktuelle Weltgeschehen zu informieren und viele bunte Bilder zu sehen.

Zu den verschiedenen Informationsbereichen gelangen Sie durch das Blättern der jeweiligen Seiten. Wenn Sie Fragen oder Anregungen haben, können Sie sich per Leserpost mit uns in Verbindung setzen.

Sie würden es zu Recht für eine Lachnummer halten. Zum Glück wissen es die Redakteure besser. Solche Startseiten wie oben finden Sie hingegen zu Tausenden im Internet.

### Wie Sie's besser machen?

Sprechen Sie auf Ihrer Startseite gleich das Problem an, das Sie lösen. Internetsurfer sind in der Regel immer auf der Suche nach einer Lösung:

- Welcher PC ist der beste?
- Wie ist das Hotel XY auf Zypern?
- Wer renoviert mein Dach in Gelsenkirchen?
- Wie kennt eine gute Hundeschule in Köln?
- Wie gewinne ich mehr Kunden?

Bereits Ihre Startseite muss dem Leser signalisieren: Hier bist du goldrichtig! Wir kennen dein Problem und haben dafür die optimale Lösung.

Also: Zeigen Sie bereits auf Ihrer Startseite statt einem Willkommensgruß Ihre Expertise als Problemlöser.

## 18 Erfolgsrezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

---

Kommen wir noch einmal zurück zu der Dachdecker-Startseite. Was könnte dort nicht alles stehen!!! Zum Beispiel:

- Wie Sie teure Fehler bei Ihrer Dachkonstruktion vermeiden, die selbst Architekten kaum kennen.
- 7 Fragen, die Sie sich stellen sollten, bevor Sie überhaupt einen Dachpfannen-Prospekt aufschlagen.
- Warum ein grünes Dach den Wert Ihres Hauses um 23 % steigert – und Sie damit zusätzlich 4.277 Euro sparen.
- Gratis-Report: 7 Insider-Tipps, wie Sie die Lebensdauer Ihres Daches um Jahre verlängern. Und was Sie selbst dafür tun können.

Wer Interesse an einem Dachdecker hat oder mit dem Gedanken spielt, sein Haus neu eindecken zu lassen, findet bei solchen Überschriften auf der Startseite schnell den richtigen Experten.

### Erfolgsrezept # 11: Geben Sie Ihren Webseiten Personality

Im Einerlei der vielen Internetseiten ist es ratsam, Ihren Seiten mehr Persönlichkeit zu geben. Dies gilt im Besonderen, wenn Sie ein Einpersonnenunternehmen sind. Sie sind es, der die Leistung erbringen wird. Als Ihr möglicher Kunde möchte man da natürlich schon im Vorfeld gerne mehr darüber erfahren, mit wem man es bei einer Zusammenarbeit zu tun haben wird.

#### Wie Sie das schaffen?

Zum einen: Schreiben Sie nicht von Ihren Wettbewerbern im Internet ab. Indem Sie genau dieselben Worte und Formulierungen verwenden, machen Sie sich und Ihr Unternehmen nicht gerade einzigartig.

Zum anderen: Versuchen Sie den direkten Draht zu Ihren Internetbesuchern zu bekommen. Dies ist oft erstaunlich einfach. Statt über sich selbst zu reden, wie toll Sie sind und was Sie nicht alles zu bieten haben, stellen Sie Ihren Internetbesucher in den Mittelpunkt Ihrer Website!

- Was beschäftigt ihn gerade?

## 18 Erfolgsrezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

---

- Warum ist er auf Ihren Internetseiten gelandet?
- Was erwartet er, dort vorzufinden?

Das erfordert von Ihnen keine prophetische Weitsicht, sondern oft nur ein wenig gesunden Menschenverstand. Denn wahrscheinlich ist Ihr Internetbesucher über eine der Suchmaschinen auf Ihre Seite gelandet.

Was hat er gesucht? Nach welcher Lösung fahndet er gerade im Internet?

Auf einer meiner Internetseiten, die auf den Suchbegriff „Texter“ hin optimiert ist, begrüße ich den Besucher mit den Worten: *„So, Sie suchen also einen Texter für Werbebriefe und Internet“*.

Dies ist nicht besonders kreativ, gibt dem Suchenden aber sofort das Gefühl, auf der richtigen Fährte zu sein. Er wird diese Seite mit größerem Interesse lesen, als wenn dort einfach nur stehen würde: *„Willkommen auf meiner Texter-Seite“*.

### Erfolgsrezept # 12: Sprechen Sie Ihren Besucher direkt an

Ein weiterer Trick, um Ihre Seiten für Besucher noch interessanter zu machen: Sprechen Sie Ihren Leser direkt an. Schreiben Sie statt *„Hier erfährt man, wie man ...“* beispielsweise *„Erfahren Sie, wie Sie ...“*.

Binden Sie Ihren Leser, wo immer möglich, in Ihren Text mit ein. Die beiden Wörtchen *„Sie“* und *„Ihnen“* wirken hier wahre Wunder. Wandeln Sie Ihre neutral gehaltenen Internettexpte in *„Sie“-* und *„Ihnen“-*Texte um und Ihre Texte lesen sich sofort interessanter.

Wichtig dabei:

Versetzen Sie sich beim Schreiben immer in die Lage Ihres Besuchers. Wenn Sie beispielsweise im Internet einen Druckerei-Service suchen, was würden Sie lieber lesen?

Die Druckerei XY hat als erste das Desktop-Publishing in die Tat umgesetzt. Das veränderte die gesamte Produktion. Und die Art und Weise, wie Menschen seither kommunizieren. Nun setzen wir wieder neue Zeichen ...

Oder spricht Sie folgender Text mehr an?

## 18 Erfolgsrezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

---

Es ist immer das Gleiche: Es muss schnell gehen. Es muss perfekt aussehen. Und ... es muss günstig sein. Herzlichen Glückwunsch: Hier sind Sie richtig! Mit dem neuen XY-Verfahren erhalten Sie bei uns Qualitäts-Drucksachen in einer Schnelligkeit, die Formel-1-verdächtig ist ...

### Sehen Sie sich Ihre Internettexpte einmal selbstkritisch durch:

Sprechen Sie die Sprache Ihrer Zielgruppe? Oder reden Sie Fachchinesisch? Wenn Ihre Zielgruppe Fachchinesen sind, wunderbar. Wenn nicht, spielen Sie den Dolmetscher und verwenden möglichst umgangssprachliche Begriffe.

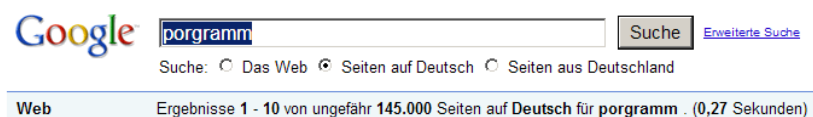
Ein Mailing ist ein Werbebrief. Eine Appendizitis eine Blinddarmentzündung. Und Natriumchlorid ist schlicht und einfach Kochsalz.

### Weiterer Vorteil Ihrer „Übersetzungsbemühungen“:

Ihre Internetseiten werden von den Suchmaschinen unter den entsprechenden Begriffen besser gefunden. Die wenigsten, die Ihre Leistung im Internet suchen, kennen nämlich die richtigen Fachausdrücke.

Manche können noch nicht einmal „Video“ richtig schreiben. Und geben statt dessen „Vidio“ mit „i“ ein.

Wer clever ist, optimiert seine Internetseiten daher auch gleich auf Schreib- und Tippfehler. Beispielsweise indem Sie einen für Sie relevanten Suchbegriff bewusst und konsequent falsch schreiben. Auch häufig vorkommende Buchstabendreher („Porgramm“ statt „Programm“) können zusätzliche Besucher auf Ihre Internetseiten bringen. Zu „Porgramm“ gibt es immerhin 145.000 Treffer!



### Erfolgsrezept # 13:

#### Lenken Sie Ihren Besucher. Sanft, aber bestimmt

Das Geheimnis dabei: Bieten Sie Ihrem Internetbesucher ständig Lösungstüren, durch die er gehen kann. Diese Türen können zwei Arten von Links sein:

# 18 Erfolgsrezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

---

## 1. Call-to-Action-Links

Das sind Links, die Ihren Internetbesucher auffordern, Sie zu kontaktieren, etwas bei Ihnen zu bestellen oder weitere Informationen anzufordern.

## 2. Lösungs-Links

Das sind Links, die immer tiefer in Ihre Homepage ziehen. Zu Ihren Unterseiten, auf denen Sie konkrete Lösungen vorstellen.

Tipp: Schreiben Sie Ihre Texte so, dass jeder Ihrer Besucher früher oder später bei Ihrem Call-to-Action-Link landet. Damit er, wenn er sich ausgiebig genug informiert hat, sofort mit Ihnen Kontakt aufnimmt.

## **Erfolgsrezept # 14: Lassen Sie's bei Ihrem Internetbesucher ständig klicken**

Jede kommerzielle Internetseite verfolgt ein Ziel. Um dieses Ziel (Kauf, Kontaktaufnahme etc.) zu erreichen, sind in der Regel mehrere Zwischenschritte nötig.

Ihre Internettex te müssen daher vorausgedachte Dialoge sein: Wann erwartet Ihr Internetbesucher an welcher Stelle von Ihnen welche Informationen?

Indem Sie ihm die gewünschten Informationen an genau diesen Stellen präsentieren, verschaffen Sie Ihrem Besucher ständig neue Erfolgserlebnisse. Jeder weiterführende Klick gibt Ihrem Besucher das Gefühl, bei Ihnen auf der richtigen Spur zu sein.

### **Damit es bei Ihren Internetbesuchern klick macht, stellen Sie sich diese drei Fragen:**

#### 1. **Wen wollen Sie überzeugen?**

Wenn Sie das wissen, wissen Sie auch, wie Sie die unterschiedlichen Navigationsspuren (Links) auf Ihren Internetseiten auslegen müssen.

#### 2. **Welche Aktion soll der Betreffende ausführen?**

Nicht jede Aktion wird sofort zum Verkauf führen. Je höher die Investitionssumme, desto mehr Zwischenschritte wird Ihr Besucher benötigen.

## 18 Erfolgsrezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

---

### 3. Wie und womit können Sie

#### Ihren Besucher am besten überzeugen?

Welche Argumente müssen Sie an welchen Stellen platzieren? Was können Sie Ihrem Internetbesucher an zusätzlichen unterstützenden Informationen bieten, um ihm seine Entscheidung zu erleichtern?

#### Das Verblüffende daran:

Findet Ihr Internetbesucher hinter jedem Klick eine weitere, für ihn hilfreiche Information, steigt automatisch auch das positive Gesamterlebnis Ihrer Website!

Jeder Klick ist zugleich das Einverständnis Ihres Besuchers, sich näher auf Ihr Angebot einzulassen. Denken Sie daran: Wie komplex Ihr Verkaufsprozess auch sein mag, er wird Klick für Klick gemacht.

### Erfolgsrezept # 15:

#### Legen Sie den richtigen Köder aus, damit Kunden anbeißen

Kunden gewinnen im Internet ist wie Angeln in einem gigantischen Teich. Sie wissen, irgendwo da draußen sind Hunderte, Tausende, vielleicht sogar Zehntausende hochinteressanter Kunden. Richtig dicke Fische. Sie müssen sie nur finden und an Land ziehen.

#### Ein Ding der Unmöglichkeit?

Nicht mit der richtigen Strategie. Gehen Sie systematisch vor. Jeder Angler weiß, der Köder muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler. So gerne Sie selbst vielleicht Erdbeerkuchen essen, Forellen mögen lieber Maden.

Das heißt, es kommt nicht darauf an, was SIE interessant an Ihrem Angebot finden. Sondern was Ihre BESUCHER gerne darüber erfahren möchten.

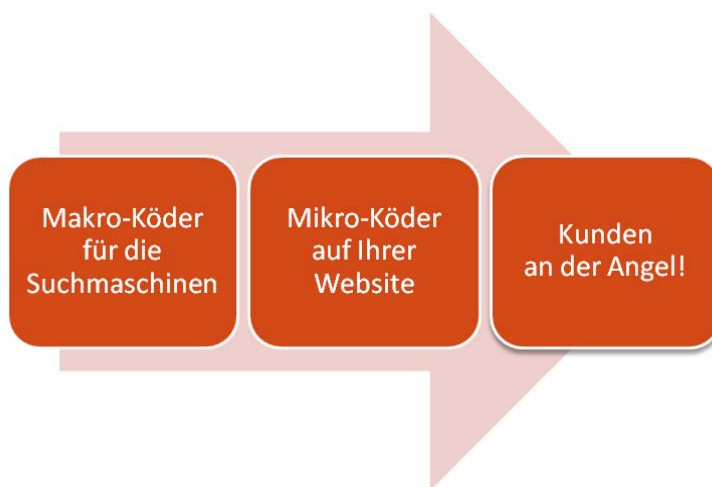
Dazu müssen Sie natürlich wissen, welche Kunden Sie überhaupt angeln wollen. Und was denen besonders schmeckt. Entsprechend legen Sie dann Ihren Köder aus.

## 18 Erfolgsrezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

---

### Makro- oder Mikro-Köder? Nehmen Sie beide!

Makro-Köder füttern Ihre potenziellen Neukunden im Internet über die Suchmaschinen an. Mikro-Köder locken auf Ihren Internetseite, damit der Interessenten schlussendlich anbeißt.



### Sehen wir uns diese beiden Köder einmal etwas genauer an:

Makro-Köder sind spezielle Schlüsselwörter, die im Internet bei den Suchmaschinen eingegeben werden. Zum Beispiel „Dachdecker“, „Babykost“ oder „Werbebriefe ...“ Auf dieses Schlüsselwort hin muss Ihre Internetseite optimiert sein. (Siehe Web-Starthilfe # 4)

Wer über diesen Makro-Köder dann auf Ihrer Internetseite landet, muss dort Ihren verlockenden Mikro-Köder vorfinden.

Solche Mikro-Köder sind zum Beispiel Text-Links (Lösungs-Links) oder Gratis-Angebote, die Ihren Besucher immer tiefer in Ihre Fangnetze treiben.

Stück für Stück lernt Ihr Internetbesucher darüber Sie und Ihr Angebot immer intensiver kennen und schätzen. Ausführliches dazu finden Sie auf der Website [kontakte-aufbauen.de](http://kontakte-aufbauen.de).

### Erfolgsrezept # 16: Nehmen Sie Texte statt bunter Bilder

In den Anfängen des Internets war die eigene Homepage Imagesache. Klar, haben wir auch. Wir sind ja auf der Höhe der Zeit!

Auf die Inhalte der Seiten hat damals kaum jemand wirklich geachtet: Meist wurden einfach die Texte vorhandener Prospekte übernommen. Und so lesen sich viele Internetseiten auch heute noch.

#### Was ist falsch daran, Prospekttexte einfach für Ihre Webseiten zu übernehmen?

Gut, dass Sie fragen. Das Internet ist ein Dialogmedium. Im Gegensatz zu einem Prospekt, der meist von vorne nach hinten, Seite für Seite, gelesen wird, klicken Internetbesucher kreuz und quer. Und Sie wissen nie, was gerade wen besonders interessiert.

Deshalb: Führen Sie Ihren Besucher mit Ihren Texten. Damit er genau das macht, was Sie von ihm wollen.

#### Fordern Sie Ihren Internetbesucher immer wieder auf zu reagieren

Nutzen Sie dazu aktive Formulierungen wie:

- Klicken Sie hier, wenn Sie mehr über unsere Farbdrucker wissen möchten ...
- Fordern Sie hier unseren Gratis-Katalog an ...
- Lesen Sie, was Kunden über unseren Service sagen ...

#### Im Internet sagt ein Bild NICHT mehr als 1.000 Worte

Haben Sie schon einmal eine Internetseite gesehen, die etwas verkaufen wollte ... und das ohne Text? Unmöglich!

Sie sagen jetzt vielleicht: „Ich bin doch gar kein Verkäufer. Ich möchte im Internet doch nur mein Unternehmen darstellen!“

Auch dann sind Sie ein Verkäufer. Sie müssen nämlich Ihren Besuchern Ihr Image, Ihre Problemlösung, Ihre Dienstleistung überzeugend präsentieren. Oder wie ich als Texter das Können, Werbebriefe und Internettexpte zu schreiben, die verkaufen.

## 18 Erfolgsrezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

---

Richtig getextet überweisen mir Kunden mit Freuden Geld, leisten sogar hohe Vorauszahlungen, ohne mich auch nur einmal live gesehen zu haben. Allein aufgrund der überzeugenden Internettexpte. Wie Sie selbst solche Texte schreiben, verrät Ihnen die Schritt für Schritt Anleitung „[PowerTexting fürs Internet](#)“.

### **Erfolgsrezept # 17: Lassen Sie AIDA wirken**

AIDA ist die Abkürzung von **A**ttention, **I**nterest, **D**esire, **A**ction, der klassischen Werbeformel. Diese Formel wirkt auch auf Ihren Internetseiten!

#### **Schritt 1: Wecken Sie die Aufmerksamkeit (Attention) Ihres Besuchers**

Mit Ihrer Internetseite müssen Sie sofort die Aufmerksamkeit Ihres Besuchers gewinnen. Sonst klickt er weg. Verwenden Sie dazu beispielsweise eine neugierig machende Überschrift, ein Foto mit Hingucker-Effekt oder ein Video.

#### **Schritt 2: Stärken Sie das Besucher-Interesse (Interest)**

Haben Sie die Aufmerksamkeit Ihres Internetbesuchers gewonnen, stärken Sie sein Interesse. Signalisieren Sie Ihrem Besucher: „Auf dieser Website bist du genau richtig! Hier ist die lang gesuchte Lösung für dein Problem!“ Beschreiben Sie die Vorteile, die der Besucher durch Ihr Angebot erhält.

#### **Schritt 3: Wecken Sie einen Wunsch (Desire)**

Haben Sie das Interesse erfolgreich geschürt, wecken Sie jetzt den unbedingten Wunsch, mehr darüber zu erfahren oder Ihr Produkt sofort haben zu wollen. Fassen Sie dazu noch einmal seine Vorteile zusammen und zünden Sie die Stufe 4 der AIDA-Formel: Action!

#### **Schritt 4: Fordern Sie auf, sofort zu handeln (Action)**

Sagen Sie Ihrem Internetbesucher klipp und klar, was er tun soll: Fordern Sie unsere kostenlose Broschüre an! Klicken Sie auf den Bestellbutton und die Schritt für Schritt Anleitung „5 erfolgreiche Wege zu neuen Kunden“ ist umgehend bei Ihnen.

Zu theoretisch?

## 18 Erfolgsrezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

---

### Hier ein praktisches Textbeispiel:

<b>Attention</b> Ihre Seitenüberschrift	So gewinnen Sie neue Kunden im Handumdrehen
<b>Interest</b> Ihr Einstiegstext	Neues Kundengewinnungs-System begeistert immer mehr Dienstleister
<b>Desire</b> Wecken Sie den Wunsch, Ihr Angebot zu besitzen oder auszuprobieren	Sind Sie es auch leid, Kunden ständig hinterherzujagen? Lassen Sie die Kunden doch zu Ihnen kommen. Und zwar genau in dem Moment, wenn sie „reif“ für Ihr Angebot sind. Sie können den Auftrag praktisch wie einen reifen Apfel pflücken.
<b>Action</b> Handlungsaufforderung	Fordern Sie gleich hier den Gratis-Report „Kunden gewinnen per Autopilot“ an!

### Erfolgsrezept # 18: Schalten Sie Ihre Nachfassaktionen auf Autopilot

Einmalbesucher werden selten sofort zu Neukunden. Wenn das bei Ihnen anders ist: Herzlichen Glückwunsch! Wir anderen müssen diese Erstkontakte zunächst festigen. Das geht nur durch kontinuierliches Nachfassen.

Dazu müssen Sie jedoch an die E-Mail-Adresse Ihres Erstbesuchers kommen. Vier Möglichkeiten, wie Ihnen das gelingt, habe ich Ihnen ja schon auf Seite 10 vorgestellt. Aber wie lassen Sie Ihre Informationen dem Interessenten am besten zukommen?

#### Üblicherweise, aber umständlich:

Sie starten Ihr E-Mail-Programm, öffnen eine neue leere Mail, setzen die Empfängeradresse ein, formulieren die Betreffzeile und einen netten kurzen Text mit dem Link, unter dem man Ihren Report herunterladen kann, und klicken auf Absenden.

## 18 Erfolgsrezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

---

Diese Versandmethode kostet Sie eine Menge Zeit. Außerdem sind Sie bestimmt nicht immer rund um die Uhr online, um die gewünschte Information sofort zu versenden. Ihr Interessent möchte sie aber sofort haben.

### **Schon besser:**

Sie setzen einen Autoresponder ein. Was das ist? Ein Autoresponder ist ein automatischer E-Mail-Beantworter. Wann immer eine E-Mail an diesen Autoresponder geschickt wird, sendet er an die Absenderadresse umgehend eine vorher von Ihnen festgelegte Nachricht.

Sie kennen diese Technik bestimmt von Mails, die Sie erhalten, wenn jemand im Urlaub ist und Sie automatisch benachrichtigt.

Solch einen Autoresponder können Sie auch für das Versenden Ihrer Gratis-Angebote nutzen. Viele Internetprovider bieten diese Autoresponder-Funktion inzwischen gratis dazu, meist unter dem Menü-Punkt „E-Mail-Einstellungen“.

Okay, spielen wir die Anforderung eines Gratis-E-Books einmal mit diesem Autoresponder durch:

- Wer Ihren Gratis-Report haben möchte, sendet eine kurze Nachricht an Ihren Autoresponder (für den Anforderer eine ganz normale E-Mail-Adresse).
- Postwendend antwortet Ihr Autoresponder mit einer von Ihnen vorformulierten Mail inklusive Download-Link.
- Ganz gleich also, ob Sie im Urlaub sind, im Meeting oder Café sitzen: Ihr Anforderer erhält sofort das Gewünschte und wird von Ihrer blitzschnellen Antwort positiv überrascht sein.

### **Aber ... es geht noch besser!**

Sie schicken nicht nur die EINE E-Mail mit Ihrem Download-Link. Sondern Sie fassen automatisch nach mit weiteren Folge-Mails, um den Kontakt zu festigen.

Stellen Sie sich vor, Sie senden Ihrem Interessenten vier Tage später, nachdem er Ihren Gratis-Report erhalten hat, eine weitere Mail. Vollautomatisch. Ohne Ihr Zutun.

## 18 Erfolgsrezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

---

Darin erkundigen Sie sich beispielsweise, ob Ihre Informationen hilfreich waren. Oder Sie machen auf weitere Vorzüge Ihres Angebotes aufmerksam.

Wäre doch ziemlich praktisch, nicht wahr?

Auch dies können Sie von einem Autoresponder erledigen lassen. Einem sogenannten Follow-up-Autoresponder.

Einmal angetickt, versendet er an den Empfänger nacheinander weitere Mails. Wie viele und in welchen Zeitabständen, bestimmen Sie. Wie das funktioniert, zeigt Ihnen das Video: [Autoresponder auf einer Serviette erklärt](#).

Über einen solchen Follow-up-Autoresponder können Sie übrigens auch Online-Kurse laufen lassen! Wann immer sich jemand anmeldet, erhält er vollautomatisch Mail für Mail den jeweils nächsten Kursteil.

### Wo bekommen Sie einen Follow-up-Autoresponder?

In Amerika gibt es dazu einige Dienste. Zum Beispiel bei GetResponse oder Aweber. Möchten Sie diese Dienste ohne störende amerikanische Werbeeinblendungen nutzen, müssen Sie dafür einen monatlichen Obolus entrichten.

Alternativ und auf die Dauer erheblich günstiger ist der Erwerb einer eigenen Follow-up-Autoresponder-Software. Sie wird bei Ihrem Internetanbieter installiert, dort, wo auch Ihre Webseiten sind.

Ich selbst arbeite mit [Autoresponse Plus](#) und kann Ihnen diese Software nur ans Herz legen. Das Benutzermenü ist zwar in Englisch, eine deutschsprachige Videoanleitung für die wichtigsten Funktionen finden Sie jedoch dazu unter [autoresponder-anleitung.de](#).

### Herzlichen Glückwunsch!

Wir sind am Ende dieses E-Books angelangt. Ich hoffe, diese 18 Tipps erleichtern Ihnen das Kundengewinnen mit Ihren Internetseiten. Natürlich können diese Anregungen Ihnen nur einen ersten Überblick geben. (Gerne unterstütze ich Sie mit einem [persönlichen Coaching](#)) Aber allein schon wenn Sie diese Erfolgsrezepte beachten, sind Sie anderen einen großen Schritt voraus.

## 18 Erfolgsrezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

---

Wenn in diesem E-Book ein Thema zu kurz gekommen ist, zögern Sie nicht: Senden Sie mir einfach eine E-Mail an [vorschlag@businesstext.de](mailto:vorschlag@businesstext.de), und ich werde versuchen, dieses Thema in der nächsten Fassung dieses E-Books zu vertiefen.

Viel Erfolg im Internet wünscht Ihnen

Ihr

*Detlef Krause*

### Weitere hilfreiche Tipps & Anleitungen

#### So schreiben Sie selbst Internettexpte, die neue Kunden bringen

Dieses Handbuch verrät Ihnen alle Tricks, damit Ihre Internettexpte wirklich verkaufen! Das E-Book PowerTexting fürs Internet zeigt Ihnen leicht verständlich und sofort umsetzbar, wie Sie selbst – ohne teure Werbetexter – wesentlich erfolgreichere Internettexpte schreiben. Internettexpte, die Ihnen neue Kunden bringen und die Sie bei den Suchmaschinen wesentlich besser positionieren. Mehr darüber unter:

[PowerTexting fürs Internet](#)



#### Wie Sie über Ihre Homepage laufend neue heiße Kundenkontakte gewinnen

Ihre Internetseite bietet Ihnen wie kein zweites Medium optimale Möglichkeiten, neue Kundenkontakte zu gewinnen. Der Vorteil: Die Kunden suchen Sie, statt dass Sie laufend "Klinken putzen".

Wie Sie es schaffen, laufend neue Kundenkontakte über Ihre Homepage zu gewinnen. Mehr darüber unter:

[Der perfekte Akquiseköder](#)



# 18 Erfolgsrezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

## Wie Sie Ihre Kundengewinnung im Internet auf Autopilot schalten und ein automatisches Nachfasssystem aufbauen

Für Ihre Kundengewinnung im Internet brauchen Sie ein System. Denn die wenigsten Leistungen werden ad hoc gleich nach dem Besuch Ihrer Website bestellt. Solche Entscheidungen müssen reifen. Vor allem wenn es um größere und langfristige Projekte geht.

[Mehr darüber ...](#)



## Wie Sie mit einem Programm, das auch noch kostenlos ist (!), Ihre suchmaschinenoptimierte Website selbst erstellen

Bei Ihrer Website stellt sich natürlich die Frage: Welche Software soll ich nehmen, um meine Internetseiten zu programmieren? Und vor allem: Kann ich mir die Sache selbst zutrauen oder sollte ich dafür lieber einen externen Dienstleister nehmen? Und vor allem: Kann ich mir die Sache selbst zutrauen oder sollte ich dafür lieber einen externen Dienstleister nehmen?

[Mehr darüber ...](#)



## Sind Sie zufällig Berater, Trainer oder Coach?

Dann habe ich gleich eine ganze Website für Sie, bei der es ausschließlich um die Kundengewinnung im Internet für Berater, Trainer oder Coaches geht: [Berater-Websites.de](http://Berater-Websites.de).



## 18 Erfolgsrezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

---

### Wie Sie Videos auf Ihre Website bringen und diese Webvideos günstig selbst produzieren

Videos auf Ihrer Website bringen attraktive Mehrwerte: Zum einen lieben es Internetbesucher, Ihre Videos zu sehen (wenn sie gut gemacht und informativ sind). Zum anderen können Sie Ihre Leistungen mit Videos auf Ihrer Website viel anschaulicher präsentieren. Wie Sie selbst solche Webvideos produzieren, zeigt Ihnen dieser [Video-Workshop](#).



### Online-Kaufabwicklung: Wie Sie digitale Produkte seriös und einfach online verkaufen, ohne einen Finger zu rühren

Wenn Sie über das Internet digitale Produkte verkaufen, wie E-Books, Online-Kurse oder Tele-Coachings, dann haben die meisten Anbieter stets das gleiche Problem: "Wie kann ich die Online-Kaufabwicklung so gestalten, dass ich damit null Arbeit habe?" Am besten wäre, alles lief ganz vollautomatisch, stimmt's? [Und es geht tatsächlich!](#)



### Werbebriefvorlagen: Die 7 wichtigsten Werbebriefe für Ihr Geschäft

Sie verzweifeln gerade an Ihrem fünften Werbebrief-Entwurf? Sie suchen überzeugende Beispiele für Werbebriefe, die Sie einfach nur kopieren und sofort abschicken können? Sie möchten mit einem professionell formulierten Werbean-schreiben schnell neue Kunden gewinnen? Einfach per Post?! [Dann ist dies Ihre lang gesuchte Lösung!](#)



### Kontaktinformationen

BusinessText Detlef Krause

Stavenowstraße 16

D-25436 Uetersen

T.: +49 (0) 4122 1054

F.: +49 (0) 4122 489870

[dk@businesstext.de](mailto:dk@businesstext.de)

[www.businesstext.de](http://www.businesstext.de)