

CHECKLISTE:
WELCHE INHALTE & FUNKTIONEN
GEHÖREN AUF DEINE WEBSEITE?



Ein Tipp vorab: Du baust deine Webseite für deine Zielgruppe, nicht für dich

Hab das bitte während der gesamten Konzeption im Hinterkopf. In der Zusammenarbeit mit meinen Kunden zeigt sich immer wieder, dass sie den Fokus auf ihre Vorlieben legen. Das ist der falsche Ansatz.

Du möchtest dich und deine Leistung vermarkten. Deshalb ist weniger wichtig, was du schön findest und was du dir auf deiner Webseite wünschst. Die Kernfrage lautet: Was spricht deine Zielgruppe an – inhaltlich und visuell?

Frag dich, wonach deine User und potentiellen Kunden suchen. Was erwarten sie von deiner Webseite? Aus der Antwort kannst du die Inhalte und den Umfang für deine Webseite ableiten.

Wenn du nicht gleich auf alle Bedürfnisse deiner Zielgruppe eingehen möchtest, weil du z. B. zunächst Kosten oder Aufwand sparen möchtest, empfehle ich dir ein Content Management-System, wie z. B. Wordpress. Systeme, wie dieses sind skalier- und erweiterbar. Dass heißt, du kannst zu einem späteren Zeitpunkt noch Funktionen und Inhalte einpflegen.

Du hast deine Zielgruppe noch nicht definiert? Diese beiden Artikel helfen dir dabei:

[Wie du deine Zielgruppe definierst und findest](#)

[Wie beschreibst du deine Buyer Persona?](#)

Du kennst deine Zielgruppe in- und auswendig? Dann geht's auf der nächsten Seite weiter, überprüfe dort welche Inhalte und Funktionen auf deiner Webseite Sinn machen.

Wähle aus, was deine Zielgruppe von deiner Webseite erwartet und schau ab der nächsten Seite, welche Inhalte und Funktionen sich daraus ergeben.

- A/ Informationen einholen: über dein Business / deine Leistung / Kontaktdaten

- B/ Ausführliche Tipps, Hilfestellungen finden

- C/ Produkte vergleichen, kaufen

- D/ Leistungen buchen: Dienstleistungen, On- und Offline-Kurse, Events

- E/ Onlinekurse durchführen

- F/ Vertrauensbildende Maßnahmen: Leadmagnet, Freebie

Auswertung: Gleiche deine Auswahl mit den Ergebnissen ab

A/ Basics

Eine Webseite mit Basic-Informationen wird gerne „Visitenkarte im Web“ genannt und informiert den User über:

- das Unternehmen
- die Leistungen, Produkte, Methode
- die Inhaber, Mitarbeiter
- ggf. Referenzen
- ggf. Kundenfeedback
- Kontaktdaten
- Impressum (Pflicht)
- Datenschutzerklärung (Pflicht)
- ggf. AGB

Diese Basics gehören auf jede Webseite. Sei ausführlich in deiner Darstellung. Wenn du Vertrauen aufbauen möchtest, informiere deine Leser umfassend: Welche Lösungen bietest du an, was macht dich und deine Leistung besonders, was unterscheidet dich? Je mehr Fragen du beantwortest, umso besser. Aber rede nicht um den heißen Brei. Soll heißen, schmück deine Texte nicht aus, es zählen nur relevante Inhalte.

B/ Blog und/oder Newsletter

Möchtest du deinen Lesern Tipps und Hilfestellungen bieten oder Erfahrungswerte teilen, dann kommen für dich ein Blog und/oder ein Newsletter infrage. Beides solltest du regelmäßig pflegen. Dass heißt, du solltest die Zeit haben, mindestens 14-tägig einen Artikel in deinem Blog zu veröffentlichen und/oder einen Newsletter zu versenden. Andernfalls empfehle ich dir auf den Blog und/oder Newsletter zu verzichten oder beides zu einem späteren Zeitpunkt nochmal zu überdenken und ggf. nachträglich auf deiner Webseite zu integrieren.

Zum Blog gehören:

- Blog-Übersichtsseite: Mit Anlesern zu deinen Artikeln, Kategorien, ggf. Autoreninfo, Vorschläge à la „Beliebte Artikel“
- Artikelansicht, ggf. mit Kommentarfunktion

Der Newsletter erfordert:

- Newsletter-Tool zur Verwaltung der An- und Abmeldungen und zum Versand von Newslettern, z. B. Active Campaign oder Mailchimp (hier entstehen zusätzl. Kosten beim gewählten Anbieter)
- Eine Anmeldefunktion auf der Webseite

C/ Online-Shop

Soll der User Leistungen und/oder Produkte mit denen anderer Lieferanten oder Hersteller vergleichen können, bedarf es meist detaillierten Angaben, die über die Basic-Informationen hinaus gehen. Wichtig ist hierbei eine übersichtliche Gestaltung.

Wenn die Produkte auch zum Verkauf angeboten werden, macht ein Online-Shop Sinn, mit Kauffunktionen, Bestellvorgang und Zahlungsmöglichkeiten. Möchtest du, dass deine Produkte auch bewertet werden können, lässt sich eine Bewertungsmöglichkeit via Plugin und/oder eine Kommentarfunktion einrichten.

D/ Buchungsfunktion

Möchtest du deinen Lesern gleich ein oder mehrere Angebote unterbreiten, hast du zwei Möglichkeiten: Du stellst das Angebot mit all seinen Leistungen und ggf. dem Preis dar und verknüpfst für mehr Infos deine E-Mail-Adresse und/oder nennst deine Telefonnummer. In dem Fall schickt dir der User eine E-Mail oder meldet sich telefonisch, du erfasst die Anmeldung und schickst eine Rechnung. Möchtest du den Buchungsvorgang vollautomatisch abwickeln, benötigst du ein Buchungsplugin oder -tool. Je nach Vorhaben und Leistungsangebot kommen verschiedene Anbieter in Frage, über die sich auch der Zahlungsvorgang regeln lässt

(hier entstehen zusätzl. Kosten beim gewählten Anbieter).

E/ Mitgliederbereich / Onlinekurse durchführen

Um Online-Kurse anbieten zu können, benötigst du einen Mitgliederbereich, in den sich deine Kunden einloggen können. Dort finden sie dann alle Kursinhalte (z. B. Videos, Formulare, Checklisten, E-Books usw.) . Ein solcher Mitglieder-Bereich lässt sich mit externen Tools anlegen, die liefern alle Funktionen, die es braucht, beispielsweise: Zahlungsabwicklung, zeitgesteuerte Freischaltung, zeitlich begrenzte Zugänge, geschützte Bereiche für Premiumkunden, sichere Hinterlegung der Daten usw.). Anbieter sind z. B. Elopagement oder Digimember

(hier entstehen zusätzl. Kosten beim gewählten Anbieter).

F/ Leadmagnet, Freebie / Landingpage

So genannte Leadmagneten und Freebies sind zum Beispiel Checklisten oder E-Books. Sie eignen sich wunderbar um dein Know-how und deine Expertise zu vermitteln. Sie geben meist Wissen preis, das eigentlich zum Leistungsangebot des jeweiligen Autors gehört. Soll heißen, das Wissen, welches hier vermittelt wird, ist für den Konsumenten sehr wertvoll. Hierüber lässt sich also wunderbar Vertrauen in deine Leistung aufbauen.

Wenn du ein Freebie über deine Webseite anbieten möchtest (kostenfrei, kostenpflichtig oder als Dankeschön für die Newsletteranmeldung) bedarf es mindestens einer Download-Funktion.

Idealerweise platzierst du ein solches Freebie auf einer Landingpage. Eine Landingpage ist eine einzelne Seite. Hier gibt es keine Informationen, die vom Thema abweichen, auch keine Navigation oder sonstige Ablenkung. Die einzigen Klick-Möglichkeiten bestehen darin, das Freebie zu erwerben oder sich die Datenschutzerklärung anzusehen.

Die Landingpage taucht nicht in deiner Navigation auf. Wie erreichen sie die User dann? Zum Beispiel über Call-to-Action Elemente. Sie bewerben das jeweilige Freebie, sind klickbar oder beinhalten einen Button, über den der User zur entsprechenden Landingpage gelangt. Du kannst auch Werbeanzeigen, z. B. bei Google, Facebook oder Instagram schalten, die direkt auf die Landingpage verlinken.

Kleine Helfer für deine Webseite, die sich jederzeit ergänzen lassen

CTA-Elemente

Call-to-Action-Elemente machen nicht nur in Hinblick auf eine Landingpage Sinn. Sie können den User auch zu einem Angebot führen oder ihn zur Anmeldung zum Newsletter auffordern.

Sharing Buttons

Hierüber kann der User Inhalte auf deiner Webseite in sozialen Netzwerken teilen.

Download-Funktionen

Sind jederzeit integrierbar. Stelle Formulare, Checklisten, etc. zum Download bereit.

Verlinkungen zu sozialen Netzwerken

Verlinkungen zu deinen Profilen in sozialen Netzwerken. Achtung: Bitte nur nutzen, wenn du diese auch regelmäßig pflegst und mit deinen Fans und Followern kommunizierst.

Verlinkungen innerhalb deiner Seite

Google bewertet Verlinkungen innerhalb deiner Seite positiv. Wenn es inhaltlich Sinn macht, verlinke auch mal auf eine andere Seite oder einen Blog-Artikel.

Plugins mit verschiedenen Funktionen

Beispielsweise: SEO-Plugin, Dateigrößen-Schrumpfer (für eine schnellere Ladezeit), Anti-Virus/ Anti-Spam-Plugins.

Fasse hier deine Ergebnisse zusammen und lass sie mir oder einem Webdesigner/Programmierer deiner Wahl zur Beratung oder Angebotserstellung zukommen.

