

17 Erfolgs-Rezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren



**Was manche Internetseiten erfolgreicher als andere macht.
Und wie Sie diese Geheimnisse auch für Ihre Homepage nutzen.**

von
Detlef Krause

www.spiro-consult.de

Herzlichen Glückwunsch!

Mit dem Herunterladen dieses eBooks haben Sie das Recht erworben, dieses eBook zu vervielfältigen und kostenlos zu verteilen.

- Bieten Sie dieses eBook Besuchern als Download auf Ihren Internetseiten.
- Geben Sie es als Bonus, wenn Kunden bei Ihnen bestellen.
- Oder senden Sie es Ihren neuen Newsletter-Abonnenten als Dankeschön fürs Anmelden.

Einzigste Voraussetzung: Sie lassen Inhalt und Links unverändert.

Warum solche kostenlosen Extras für Ihren Homepage-Erfolg sehr förderlich sind, auch das verrät Ihnen dieses eBook.

Also, auf geht's! Sie dürfen gespannt sein.

Haftungsausschluss

Ich bin Texter, kein Rechtsanwalt. Ich habe mein Bestes getan, um Ihnen in diesem eBook eine Vielzahl von Tipps und Anregungen zu geben. Der Autor übernimmt keinerlei Gewähr für die Aktualität, Korrektheit, Vollständigkeit oder Qualität der bereitgestellten Informationen.

Haftungsansprüche, die durch die Nutzung oder Nichtnutzung der dargebotenen Informationen bzw. durch die Nutzung fehlerhafter und unvollständiger Informationen verursacht worden sind, sind grundsätzlich ausgeschlossen, sofern seitens des Autors kein nachweislich vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verschulden vorliegt.

Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle übernimmt der Autor keine Haftung für die Inhalte externer Links. Für den Inhalt der verlinkten Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich.

Die in diesem eBook dargestellten und ggf. durch Dritte geschützten Marken- und Warenzeichen unterliegen uneingeschränkt den Bestimmungen des jeweils gültigen Kennzeichenrechts und den Besitzrechten der jeweiligen eingetragenen Eigentümer. Puh, geschafft, aber das musste einfach gesagt werden.

Inhalt

Unzufrieden mit Ihrem Interneterfolg? Dann ist dieses eBook für Sie!	5
Internet-Erfolgsgeheimnis # 1: Orientieren Sie sich an Otto Normalsurfer	9
Internet-Erfolgsgeheimnis # 2: Langweilen Sie nicht auf Ihrer Startseite.....	10
Internet-Erfolgsgeheimnis # 3: Legen Sie die richtigen Köder aus!	11
Internet-Erfolgsgeheimnis # 4: Texte statt Bilder.....	13
Internet-Erfolgsgeheimnis # 5: Lenken Sie Ihre Besucher. Sanft, aber bestimmt.	15
Internet-Erfolgsgeheimnis # 6: Lassen Sie es beim Internetbesucher klicken	15
Internet-Erfolgsgeheimnis # 7: Verleihen Sie Ihren Texten mehr „Personality“ ..	16
Internet-Erfolgsgeheimnis # 8: Geben Sie jeder Internetseite ein klares Ziel	18
Internet-Erfolgsgeheimnis # 9: Erst denken. Dann schreiben	20
Internet-Erfolgsgeheimnis # 10: Setzen Sie auf AIDA	22
Internet-Erfolgsgeheimnis # 11: Stellen Sie Ihre Website auf 3 starke Säulen	23
Internet-Erfolgsgeheimnis # 12: Machen Sie Ihre Startseite zur Titelseite	24
Internet-Erfolgsgeheimnis # 13: Locken Sie mit Gratis-Angeboten	26
Internet-Erfolgsgeheimnis # 14: Schalten Sie Nachfassaktionen auf Autopilot....	31
Internet-Erfolgsgeheimnis # 15: Sehen Sie Ihren Besuchern über die Schulter....	33
Internet-Erfolgsgeheimnis # 16: Aktivieren Sie Ihr blaues Wunder!	34
Internet-Erfolgsgeheimnis # 17: Starten Sie Ihr eigenes Partner-Programm	36
Über den Autor	39
Noch mehr Tipps und Empfehlungen für Ihr On- und Offline-Business	40

Ein Service von www.spiro-consult.de

Unzufrieden mit Ihrem Interneterfolg? Dann ist dieses eBook für Sie!

Guten Tag, mein Name ist Detlef Krause und ich möchte Ihnen zunächst danken, dass Sie dieses eBook auf Ihren Computer heruntergeladen haben.

Ich habe es geschrieben, um Ihnen zu zeigen, wie auch Sie mit Ihrer Homepage mehr Erfolg haben. Denn oft höre ich bei Kundengesprächen stets die gleichen Fragen:

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

Nun, die folgenden Seiten werden Ihnen diese (und viele weitere) Fragen beantworten. Und Ihnen Wege zeigen, wie auch Sie mit Ihren Internetseiten mehr Kunden gewinnen.

Die Erfolgs-Rezepte, die Sie in diesem eBook erfahren, sind das Ergebnis langen Austestens.

Sie haben jetzt den Vorteil, sofort die Abkürzung nehmen zu können. Sie müssen nicht, wie ich, teure, zeitraubende Umwege gehen.

Sie bekommen in diesem eBook die wesentlichen Punkte für Ihren Interneterfolg sozusagen auf dem Silbertablett serviert.

Das Thema „Wie gewinne ich Kunden im Internet?“ beschäftigt mich seit den Anfängen des World Wide Webs

In den 90er Jahren des letzten Jahrhunderts schlich ich mit rotglühenden Wangen, sündhaft teurem 28k-Modem und CompuServe über graue Internetseiten. Ich war fasziniert von dem grafikanimierten E-Mail-Postkasten (hin und wieder entdecke ich ihn heute noch) und verbrachte Nächte damit, eigene Internetseiten per Hand, später dann mit Pagemill[®] zusammenzubasteln.

Ein Service von www.spiro-consult.de

Eine spannende Zeit.

Wer heute per DSL blitzschnell von Seite zu Seite hüpf, Bilder, Musik und Software herunterlädt, kann das kaum nachvollziehen.

Obwohl ... manchen Internetseiten würde es auch heute gut tun, weniger auf Optik und Gimmicks zu schielen, als sich vielmehr auf die Inhalte zu konzentrieren.

Sie waren damals die Quintessenz jeder Internetseite. Und sie sind es heute immer noch!

Stellen Sie sich vor, Sie wollen sich einen neuen Pullover kaufen. Sie wissen genau, welche Farbe er haben soll, welche Form. Ja, Sie wissen sogar schon, wo Sie ihn bekommen werden.

Voller Vorfriede steigen Sie in Ihr Auto, fahren gemütlich vor sich hin, im Autoradio läuft Ihr Lieblingssong, plötzlich ...

Stau!!!

Und was für einer. Eine halbe Stunde vergeht, eine Stunde ... endlich geht es weiter. Doch da kommt auch schon das nächste Hindernis:

Umleitung wegen Baustelle!

Die kostet Sie gut und gerne weitere 18 Kilometer. Endlich erreichen Sie das Geschäft. Natürlich finden Sie keinen Parkplatz vor der Tür, sondern müssen drei Straßen weiter parken. Schließlich betreten Sie den Pullover-Laden.

Und ... haben Sie immer noch Lust, den Pullover zu kaufen?

So ähnlich geht es vielen Internetnutzern. Tag für Tag

Sie müssen lernen, mit PC und Internetbrowsern umzugehen. Dann heißt es, über viele Umwege und Internetbaustellen zum richtigen Anbieter zu finden.

Und landen sie dort endlich, werden sie gleich zum Zusatzsoftware-holen geschickt, weil die Seite sonst nicht richtig betrachtet werden kann.

Ein Service von www.spiro-consult.de

Natürlich stürzt beim Installieren der Software auch noch ihr Computer ab, wobei ein wichtiger Brief an einen Kunden (ärgerlicherweise vorher nicht gespeichert) im Datennirwana verschwindet.

Sie glauben, ich übertreibe?

Mitnichten. Immer wieder treffe ich im Internet auf solche Kaufverhinderungsseiten. Wie neulich gerade ...



Auf dieser Startseite wird man erst zum Holen einer speziellen Software weggeschickt!

Verrückt!

Was will uns der Betreiber damit sagen?

„Lieber Besucher, offenbar sind Sie völlig von gestern. Gehen Sie sich erst mal was Ordentliches zum Ansehen holen, sonst zeige ich Ihnen meine schöne Internetseite nicht.“

Ungeschickter kann man es kaum anstellen.

Also, back to the roots?

Zurück zu den Wurzeln des Internets? Nun, so weit will ich mit Ihnen nicht gehen. Ich möchte Ihnen in diesem eBook vielmehr zeigen, wie Sie das Gute mit dem Nützlichen verbinden, um mehr Kunden im Internet zu gewinnen.

Ich bin sicher: Wenn Sie die hier vorgestellten Tipps in die Praxis umsetzen, werden Sie auch mit Ihrer Internetseite neue Erfolge feiern.

Und bedenken Sie: Dies ist ein Gratis-eBook. Was werden Sie erst erfahren, wenn Sie mit mir zusammenarbeiten!

Ein Service von www.spiro-consult.de

Falls wir uns im Internet noch nicht begegnet sind:

Ich bin Werbetexter und helfe seit 1984 Unternehmen, Produkte und Dienstleistungen besser zu verkaufen. Sieben Jahre habe ich in großen Frankfurter und Hamburger Werbeagenturen gearbeitet – unter anderem für Technik, Autos, Versicherungen, Lebensmittel und Kosmetik.

Seit 1991 arbeite ich als freiberuflicher Werbetexter. Mehr darüber unter www.businessstext.de.

Mit dieser Homepage (und einigen mehr) gewinne ich 98 Prozent meiner Kunden. Jeden Tag generiere ich darüber neue Aufträge, ohne dass ich mich aktiv um die Kundenakquisition kümmere.

Stopp!

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

Sondern Sorge dafür, dass Kunden, wenn sie meine Dienste tatsächlich brauchen, mich auch in exakt diesem Moment im Internet finden. Und das gute Gefühl bekommen, dass ich für die anstehende Aufgabe der richtige Texter bin.

Das heißt, ich stecke meine Energie lieber in vorausschauende Aktionen als in hektische Kundenanrufe. Ich hasse diese kalten Anrufe. Ihnen geht es sicher ähnlich. Zudem bringen solche Notrufaktionen selten neue, gut bezahlte Aufträge.

Viel schöner (und deutlich lukrativer!): Ich setze mich in aller Ruhe mit einem Becher Kaffee an den PC, schaue mir das Internet an 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 ein Zauberinstrument in der Hand, das Ihnen jeden Kunden bringt, der im Umkreis von 350, von 560, von 1.000 Kilometern gerade Bedarf an Ihrem Produkt hat.

Ein Service von www.spiro-consult.de

- Dem Sie nur noch zeigen müssen, dass er mit Ihrem Angebot genau das machen kann, was er gerade möchte.
- Der außerdem automatisch erfährt, dass bereits viele andere Kunden mit Ihrem Angebot nur gute Erfahrungen gemacht haben.
- Und der, wenn er möchte, Ihr Angebot sofort nutzen kann. Zu einem annehmbaren Preis. Wie hoch wären Ihre Verkaufschancen?

Extrem hoch, stimmt's?

Genau das kann Ihre Internetseite leisten! 7 von 10 kommerziellen Websites verjagen jedoch ihre potenziellen Kunden. Indem sie die grundlegendsten Regeln missachten, wie man im Internet Kunden gewinnt.

Deshalb hier gleich das Internet-Erfolgsgeheimnis #1:

Internet-Erfolgsgeheimnis # 1: Orientieren Sie sich an Otto Normalsurfer

Immer wieder treffe ich im Internet auf technisch hochgerüstete Seiten, die „Normalbesucher“ vor unüberwindbare Hürden stellen. Glauben Sie mir, im Zweifelsfalle kommt der Hightech-User mit einer technisch simplen Internetseite wunderbar zurecht.

Umgekehrt ... aussichtslos!

Deshalb meine dringende Bitte und Internet-Erfolgsgeheimnis #1: Verzichten Sie auf technische Spielereien. Wenigstens auf Ihrer Startseite. Sonst schrecken Sie die meisten hier schon ab.

Zudem kosten diese technischen Sahnehäubchen wertvolle Ladezeiten. Bedenken Sie: Je schneller sich Ihre Internetseite vor den Augen Ihres Besuchers aufbaut, umso größer ist sein spontanes Erfolgserlebnis.

Vor allem, wenn er auf Ihrer Startseite mehr als nur ein Firmenfoto sieht. Oder einen Willkommensgruß. Womit wir gleich beim Internet-Erfolgsgeheimnis # 2 wären:

Ein Service von www.spiro-consult.de

Internet-Erfolgsgeheimnis # 2: Langweilen Sie nicht auf Ihrer Startseite

Ihre Startseite ist die wichtigste Internetseite, die Sie haben. Viele nutzen ihre 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 3 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 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 die 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.

Ein Service von www.spiro-consult.de

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

Dass diese Seiten kaum Kunden bringen, wundert mich nicht. Sie?

Selbst auf die Gefahr hin, mich zu wiederholen: Ihre Startseite ist die wichtigste Internetseite, die Sie haben. Hier müssen Sie Ihre Köder auslegen, um Ihre Besucher und potenziellen Kunden tiefer und tiefer in Ihre Website zu locken.

Kommen wir noch einmal zurück zu der Dachdecker-Seite. Was könnte dort nicht alles auf der Startseite 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 zum richtigen Experten.

Internet-Erfolgsgeheimnis # 3: Legen Sie die richtigen Köder aus!

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

Ein Ding der Unmöglichkeit?

Ein Service von www.spiro-consult.de

Nicht mit der richtigen Strategie. Gehen Sie systematisch vor. Wie jeder gute Angler weiß, muss der Köder 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 für interessant an Ihrem Angebot halten. Sondern was Ihre BESUCHER gerne darüber erfahren möchten.

Dazu müssen Sie natürlich zunächst wissen, welche Kunden Sie überhaupt angeln wollen. Und was denen besonders schmeckt.

Makro- oder Mikro-Köder? Legen Sie beide aus!

Warum? Makro-Köder wirken im Internet. Mikro-Köder auf Ihrer Internetseite.

Makro-Köder sind beispielsweise spezielle Suchbegriffe – zum Beispiel *Dachdecker*, *Babykost* oder *Tankverschlüsse* – unter denen Sie Ihre Internetseite bei den Suchmaschinen platzieren.

Wer Ihre Homepage über diese Makro-Köder findet, landet auf Ihren Seiten. Wo dann hoffentlich bereits Ihre Mikro-Köder ausliegen.

Dies sind zum Beispiel spezielle Text-Links (Hyperlinks) oder Angebote, die Ihren Besucher immer tiefer in Ihre Fangnetze, sprich Ihre weiteren Internetseiten, ziehen.

Stück für Stück lernt Ihr Internetbesucher darüber Sie und Ihr Angebot immer intensiver kennen und schätzen. Die richtigen Köder dazu sind ...

Texte.

Ein Service von www.spiro-consult.de

Internet-Erfolgsgeheimnis # 4: Texte statt Bilder

In den Anfängen des Internets war die eigene Homepage Image-sache. Klar, haben wir auch. Wir sind ja auf der Höhe der Zeit! Auf die Inhalte der Seiten hat damals kaum jemand wirklich geachtet:

Texte? Ach, brauchen wir auch Texte? Ich dachte, Internet sind ein paar bunte Bilder von unserem Unternehmen und unseren Produkten.

Also, Sie brauchen wirklich auch Texte? Hier, nehmen Sie unsere Imagebroschüre, die Bilder bekommen Sie von Frau Ringel und die Texte, die tippen Sie einfach ab. Dann wissen Sie auch, welcher Text zu welchem Bild gehört.

Bei vielen Internetseiten kommt es mir noch heute so vor, als wären sie exakt nach diesem Prinzip entstanden. Die Gestaltung ist top, der Text stark verbesserungsfähig.

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: „*Ich bin doch gar kein Verkäufer. Ich möchte im Internet nur mein Unternehmen darstellen*“?

Glauben Sie mir, Sie sind auch dann ein Verkäufer. Sie müssen nämlich Ihren Besuchern Ihr Image, Ihre Problemlösung, Ihre Dienstleistung verkaufen. Oder wie ich das Können, Texte zu schreiben, die verkaufen.

Richtig getextet überweisen mir Kunden mit Freuden Geld, leisten sie sogar hohe Vorauszahlungen, ohne mich auch nur einmal live gesehen zu haben. Allein aufgrund der überzeugenden Texte meiner [Website](#).

Geben Sie mir 1.000 Worte und ich werde jedes Bild schlagen, wenn es um das Verkaufen Ihres Angebotes oder Images geht.

Außerdem:

Suchmaschinen gucken keine Bilder. Sie lesen Texte

Um beispielsweise von einer Internetsuchmaschine wie Google oder Yahoo gefunden zu werden, muss Ihre Internetseite suchwortrelevante Texte bieten. Das ist auch der Trick beim Auslegen Ihrer Makro-Köder im Internet:

Erwähnen Sie in Ihrem Internetttext exakt den Suchbegriff, unter dem diese Seite gefunden werden soll. Und das mehrfach.

Angenommen, Sie möchten unter dem Suchbegriff *Internettexte* gefunden werden, so muss das Wort *Internettexte* unbedingt auf Ihrer Startseite vorkommen. Möglichst weit vorn im Text UND in der Überschrift.

Je häufiger Ihr Suchbegriff *Internettexte* auf einer Internetseite vorkommt, desto höher ist die Chance, dass diese Seite unter dem Stichwort *Internettexte* auch bei den Suchmaschinen besser punktet.

Selbst wenn Sie dafür Ihr gutes Deutsch teilweise über Bord werfen müssen: Setzen Sie ganz bewusst Wortwiederholungen ein. Schreiben Sie, wo immer möglich, exakt das Wort *Internettexte* und nicht etwa *Internetttext*, *Website-Texte* oder *Homepagetexte*.

Dies sind zwar ausgezeichnete Alternativen. Suchmaschinen werten jedoch stärker, wie häufig der Suchbegriff (und zwar in exakt der gleichen Schreibweise) auf Ihrer Internetseite vorkommt.

Aber ... übertreiben Sie es nicht.

Zu häufige oder zusammenhanglose Wortwiederholungen werten Suchmaschinen als bewusste Manipulation. Ihre Website bekommt dann ein schlechteres Ranking oder wird im schlimmsten Fall ganz aus dem Webverzeichnis verbannt.

Wichtig und die hohe Kunst beim Texten fürs Internet ist es daher, das gleiche Wort in sinnfällige, angenehm zu lesende Texte einzubetten. Oder möchten Sie, dass Ihre Internetbesucher Sie für einen stammelnden, wortstumpfen Schreiber halten?

Ein Service von www.spiro-consult.de

Internet-Erfolgsgeheimnis # 5: Lenken Sie Ihre Besucher. Sanft, aber bestimmt

Das Geheimnis dabei: Bieten Sie in Ihren Internettexten Lösungstüren an, durch die Ihr Besucher gehen kann.

Diese Türen können zwei Arten von Links sein:

1. Call-to-Action-Links.

Links, die den Internetbesucher auffordern, mit Ihnen Kontakt aufzunehmen, etwas zu bestellen oder anzufordern.

2. Lösungs-Links.

Sie führen zu weiteren Unterseiten Ihrer Homepage, auf denen Sie konkrete Lösungen vorstellen. Bei einem Dachdecker beispielsweise zum Thema „*Wie baue ich mein Dach richtig aus?*“ oder „*Welche Arten von Dachziegeln gibt es?*“.

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

So halten Sie Ihre Internetbesucher stets bei der Stange. Denn mit jeder Infoseite wächst aus Besuchersicht auch Ihre Lösungskompetenz. Und es wirkt Internet-Erfolgsgeheimnis # 6:

Internet-Erfolgsgeheimnis # 6: Lassen Sie es beim Internetbesucher klicken

Jede kommerzielle Internetseite verfolgt ein Ziel. Um dieses Ziel (Kauf, Kontaktgespräch etc.) zu erreichen, sind meist mehrere Zwischenschritte notwendig.

Daher sind Internettexpte stets vorausgedachte Dialoge: Wann erwartet Ihr Internetbesucher an welcher Stelle welche Informationen?

Indem Sie ihm die gewünschten Informationen an genau diesen Stellen bieten, verschaffen Sie Ihrem Besucher immer wieder neue Erfolgs-

Ein Service von www.spiro-consult.de

erlebnisse. Jeder weiterführende Klick gibt Ihrem Besucher das Gefühl, bei Ihnen auf der richtigen Spur zu sein.

Damit es auch 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.

3. **Wie und womit können Sie diesen Besucher am effektivsten überzeugen?**

Welche Argumente müssen Sie wo anbringen? Was können Sie Ihrem Internetbesucher an 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 Seite!

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.

Internet-Erfolgsgeheimnis # 7: Verleihen Sie Ihren Texten mehr „Personality“

Schreiben für das Internet ist anders als normales Werbetexten. Der größte Unterschied:

Wollen Sie im Internet überzeugen, müssen Sie Ihren Internetbesucher persönlich ansprechen. Ihn bei seinen Gefühlen, bei seinen

Ein Service von www.spiro-consult.de

Informationswünschen, bei seiner Neugier packen und ihn so Stück für Stück für sich gewinnen.

Sie müssen einen direkten „Draht“ zu Ihrem Internetbesucher entwickeln. Denn wie oben gesagt: Internettexpte sind vorausgedachte Dialoge.

Versetzen Sie sich beim Schreiben Ihrer Internettexpte 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 das mehr an?

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 liefern wir Ihnen Qualitäts-Drucksachen in einer Schnelligkeit, die Formel-1-verdächtig ist ...

Merken Sie den Unterschied? Text 1 ist nach innen gewandt und selbstbeweihräuchernd, während Text 2 sofort die Brücke zum Kunden schlägt. In einer Sprache, die sowohl das Selbstverständnis der Druckerei widerspiegelt als auch die Interessen des Kunden.

Sehen Sie sich Ihre Internettexpte einmal selbstkritisch an:

Sprechen Sie die Sprache Ihrer Zielgruppe?

Überlegen Sie: Welche „normalen“ Worte verwendet Ihre Zielgruppe für Ihre Fachausdrücke?

- Ein Mailing ist ein Werbebrief.
- Eine Appendizitis eine Blinddarmentzündung.
- Und Natriumchlorid ist Kochsalz.

Ein Service von www.spiro-consult.de

Fragen Sie mal in Ihrem Bekanntenkreis, unter welchen Begriffen man Ihr Angebot im Internet suchen würde. Diese Worte sollten unbedingt in Ihren Internettextrn vorkommen.

Sie vermitteln damit erstens Ihren Besuchern das Gefühl, auf Ihrer Internetseite genau richtig zu sein. Zweitens liefern Sie Internetsuchmaschinen damit das nötige Textfutter, um optimal gefunden zu werden. Nämlich unter den Begriffen, die Normalsterbliche für Ihr Angebot verwenden: Ihre potenziellen Kunden!

Internet-Erfolgsgeheimnis # 8: Geben Sie jeder Internetseite ein klares Ziel

Haben Sie sich schon einmal gefragt, was Sie mit Ihrer Homepage eigentlich ganz konkret erreichen wollen?

Ich habe oft den Eindruck, viele glauben, Zweck ihrer Internetseiten ist es, Kostenloses anzubieten. Oder ein Füllhorn an Produkten zu zeigen. Oder endlose Linklisten (mit denen Besucher sofort wieder weggeschickt werden).

Wenn Sie Ihre Internetseiten aus kommerziellen Gründen betreiben, ist es das erste Ziel, zu verkaufen. Was nützt es Ihnen, Tausende Besucher zu haben, von denen nicht ein einziger Ihr Kunde wird?

Im Grunde gibt es für Sie nur zwei Optionen:

- Entweder Ihre Website soll Ihr Produkt oder Ihren Service direkt verkaufen.

Oder:

- Ihre Internetseiten sollen Ihnen die Kontaktdaten potenzieller Kunden verschaffen. So genannte Leads.

Ist Option 1 (der Direktverkauf) Ihr Ziel, müssen Sie Ihr Angebot zum Hauptthema, zum Star Ihrer Internetseite machen.

Dies geht sehr erfolgreich mit einer Art Verkaufsbrief im Internetformat. So als wäre Ihre Startseite ein einziger langer Werbebrief.

Ein Service von www.spiro-consult.de

Lenken Sie Ihren potenziellen Kunden bloß nicht ab mit weiterführenden Links und anderen Nettigkeiten ...

Er soll Ihr Produkt oder Ihr Angebot bestellen!!!

Geben Sie ihm dafür in Ihrem Internet-Werbebrief alle Informationen, die er braucht, um seine Kaufentscheidung sofort und sicher treffen zu können.

Möchten Sie solche Werbefrieffexte selbst schreiben, empfehle ich Ihnen das Buch „[Perfekt texten](#)“. Hilfreiches zu diesem Thema finden Sie auch bei www.akademie.de.

Sollten Sie nicht selbst texten wollen, ist das Geld für einen [direktmarketing- und werbefrieffahrenen Texter](#) gut angelegt.

Kommen wir zur ebenso interessanten Option 2:

Möchten Sie hingegen mit Ihrer Internetseite Kontaktadressen möglicher Kunden bekommen (Leads), müssen Sie anders vorgehen. Aus meiner Sicht ist diese Option für kommerzielle Websites sogar die geschicktere.

Warum?

Selten werden aus Interessenten sofort Kunden. Sie müssen erst angewärmt werden, sich mehr und mehr mit Ihrem Angebot beschäftigen. Ob Ihr Erstbesucher aber noch einmal von selbst auf Ihre Internetseite kommt, ist fraglich.

Nutzen Sie deshalb die Chance, gleich beim Erstbesuch die Kontaktadresse des möglichen Kunden zu bekommen. Und sei es nur seine E-Mail-Adresse. Nur dann können Sie – sein Einverständnis vorausgesetzt – auch richtig nachfassen.

Diese Adressengenerierung (lead generation) kann sogar das wichtigste Ziel Ihrer Internetseite sein. Wie bei meiner Website www.internet-ebook.de.

Ein Service von www.spiro-consult.de

Die einzige Aufgabe dieser Internetseite ist, Besuchern die Möglichkeit zu bieten, dieses eBook hier gratis anzufordern. Indem sie einfach ihre E-Mail-Adresse in ein Feld eintragen und auf *Absenden* klicken. An diese Adresse schicke ich dann den Link zum Herunterladen des eBooks.

Das ist alles. Entweder der Besucher teilt mir seine E-Mail-Adresse mit, an die ich den Download-Link senden kann. Oder er lässt es bleiben. Dann erhält er eben auch kein eBook. So einfach ist das.

Internet-Erfolgsgeheimnis # 9: Erst denken. Dann schreiben

Sie merken schon: Einfach drauflostexten bringt Sie im Internet nicht weit. Stellen Sie sich bei jeder Internetseite, die Sie texten, folgende Fragen:

- Was ist das Ziel dieser Seite?
- An wen richtet sich diese Seite?
- Wie können Sie den Besucher davon überzeugen, genau das zu tun, was Sie von ihm wünschen?

Was braucht Ihr Kunde? Welches Problem hat er? Was sucht er konkret? Unter welchem Suchbegriff? Wie können Sie ihn von Ihrer Kompetenz überzeugen? Was möchte er über Sie und Ihre Arbeit wissen?

Viele, ja ich möchte sagen, die meisten Internetbetreiber verschwenden daran kaum einen Gedanken. Und wundern sich, wenn hinterher der Erfolg ausbleibt.

Ihre Internetseite ist KEIN Prospekt, den man seitenweise durchblättert. Jede Ihrer Internetseiten muss es schaffen, das Interesse Ihres Internetbesuchers zu wecken und zu halten!

Deshalb: Schreiben Sie weniger über sich und wie toll Ihre Firma ist. Schreiben Sie, welche Vorteile Ihr Internetnutzer hat, wenn er mit Ihnen zusammenarbeitet.

Ein Service von www.spiro-consult.de

Dazu müssen Sie sich natürlich erst einmal selbst über Ihren Nutzen für den Kunden klar werden.

Hierbei hilft Ihnen diese kleine Checkliste:

- An wen richtet sich Ihr Angebot? Für welchen Kundenkreis bieten Sie die beste Lösung?
- Was brauchen diese Kunden wirklich?
- Welche Vorteile (nicht Eigenschaften!) bietet Ihr Angebot diesem Kundenkreis?
- Welches ist das dringlichste Problem, das Sie für diese Kunden lösen?
- Was macht Ihr Produkt oder Ihren Service einzigartig? Oder anders gesagt: Wie beantworten Sie die beiden klassischen Kundenfragen: „*Was ist für mich drin?*“ und: „*Warum soll ich gerade bei Ihnen kaufen und nicht woanders?*“ ?
- Welche anderen Optionen haben Ihre Kunden, um das Problem zu lösen?
- Welche Aspekte spielen bei der Kaufentscheidung eine Rolle? Wie können Sie diese eventuellen Kaufhindernisse (zu teuer, zu kompliziert etc.) entkräften?
- Wie sehen Ihre Kunden Ihr Unternehmen im Vergleich zu Ihren Wettbewerbern?
- Welchen Wert hat Ihr Produkt oder Service für den Kunden? Dabei geht es um mehr als den reinen Preis (z. B. um Sofortlösung, Image, Kompetenz, Lieferbereitschaft etc.).
- Was würde ein Kunde über Sie sagen, wenn er Sie einer Kollegin oder einem Kollegen weiterempfehlen würde?

Ein Service von www.spiro-consult.de

Internet-Erfolgsgeheimnis # 10: Setzen Sie auf AIDA

AIDA ist die Abkürzung von **A**ttention, **I**nterest, **D**esire, **A**ction, der klassischen Werbeformel.

- **Wecken Sie die Aufmerksamkeit (Attention) Ihres Besuchers.**

Gelingt es Ihrer Internetseite innerhalb weniger Sekunden die Aufmerksamkeit des Besuchers zu gewinnen? Mit etwas, das ein Bedürfnis oder einen Wunsch Ihres Besuchers anspricht? Nur dann werden Sie es schaffen, ihn auch zum Weiterlesen zu bewegen. Sonst klickt er weg.

- **Stärken Sie sein Interesse (Interest).**

Geben Sie Ihrem Besucher schnell zu erkennen, dass Sie seinen Wunsch erfüllen können. Dass er auf Ihrer Seite genau richtig ist. Bieten Sie ihm nützliche Informationen, die sein Interesse wecken und ihn länger auf Ihrer Internetseite fesseln. Machen Sie es Ihrem Besucher leicht, sich auf Ihrer Internetseite zurechtzufinden.

- **Wecken Sie einen Wunsch (Desire).**

Ermuntern Sie Ihren Besucher, sich mehr und mehr mit Ihrem Angebot zu beschäftigen. Wecken Sie in ihm den Wunsch, mehr darüber zu erfahren, Kontakt mit Ihnen aufzunehmen oder etwas zu bestellen. Stellen Sie die Vorteile, den Nutzen Ihres Angebotes für den Besucher deutlich heraus.

- **Fordern Sie auf, zu handeln (Action).**

Dies kann zum Beispiel ein Klick zu einer weiterführenden Unterseite sein, das Anfordern Ihres Newsletters oder eine Bestellung. Wozu auch immer Sie Ihren Internetbesucher veranlassen möchten: Sagen Sie ihm klar und deutlich, was er tun soll.

Zu theoretisch?

17 Erfolgs-Rezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

Ein Service von www.spiro-consult.de

Hier ein praktisches Textbeispiel:

Attention	= Ihre Seitenüberschrift	So gewinnen Sie Kunden im Handumdrehen
Interest	= Ihr Einstiegstext	<i>Neues Kundengewinnungs-System begeistert immer mehr Dienstleister.</i>
Desire	= Beschreibung Ihres Angebotes. Wecken Sie den Wunsch, es 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.
Action	= klicken, um sich näher zu informieren oder zu bestellen.	Hier erfahren Sie mehr darüber, wie auch Sie jetzt Kunden per Autopilot gewinnen.

Internet-Erfolgsgeheimnis # 11: Stellen Sie Ihre Website auf 3 starke Säulen

Welche Zutaten brauchen Sie für eine erfolgreiche Internetseite? Es sind diese drei:

1. eine **überzeugende Startseite**, die schnell auf den Punkt kommt, neugierig macht und zum Tieferklicken in Ihre Internetseiten verführt.
2. ein **kostenfreies Angebot**, das Ihre Internetbesucher aber nur erhalten, wenn sie Ihnen dafür als Gegenleistung ihre E-Mail-Adresse geben (= lead generation).
3. ein **Nachfass-Follow-up-System**, mit dem Sie diese E-Mail-Adresse (mit Zustimmung des Internetbesuchers) für weitere Akquise-Aktionen nutzen.

Jetzt wird es spannend

Machen Sie das Radio aus, schließen Sie Ihre Zimmertür und hängen Sie das Telefon aus ... denn jetzt verrate ich Ihnen, wie auch Ihre Internetseite Ihnen mehr Kunden bringt.

Ein Service von www.spiro-consult.de

Internet-Erfolgsgeheimnis # 12: Machen Sie Ihre Startseite zur Titelseite

Sehen Sie Ihre Startseite wie die Titelseite einer Tageszeitung. Dort steht auch nicht nur ein Thema. Auf der Titelseite werden so viele spannende und interessante Themen wie möglich angerissen. Wer mehr darüber wissen will, muss den Innenteil aufschlagen. Bei Ihren Internetseiten sind das die jeweiligen Unterseiten.

Wie bei der Titelseite einer Tageszeitung ist auch der obere, sichtbare Teil Ihrer Startseite der wichtigste.

Halten Sie Ihre eigene Redaktionskonferenz

- Welche Themen könnten für Ihre Leser auf der Startseite interessant sein?
- Wie können Sie diese Themen werblich attraktiv verpacken?
- Welches Thema ist so spektakulär, dass Sie es zum Aufmacher, zur Titelschlagzeile, zur Hauptbotschaft Ihrer Startseite machen? Sicherlich nicht „*Herzlich willkommen*“ wie auf so vielen Internetseiten.

Ihnen fällt beim besten Willen nichts ein?

Dann gehen Sie in den nächsten Supermarkt und sehen Sie mal, womit dort die Zeitschriften ihre Leser auf den Titelseiten locken: kurze, prägnante Schlagzeilen, die verkaufen. Lasergenau getextet, um die Zielleserschaft zu treffen.

Machen Sie es genauso auf Ihrer Startseite!

Finden Sie Ihre Hauptschlagzeile und denken Sie beim Schreiben immer daran: Ziel Ihrer Internetseite ist:

1. entweder einen direkten Verkauf zu tätigen.
2. oder die E-Mail-Adresse eines potenziellen Kunden zu bekommen.

17 Erfolgs-Rezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

Ein Service von www.spiro-consult.de

Wie Sie Ihre Startseite am besten aufbauen

Gibt es so etwas wie eine Musterseite, die Ihnen den gewünschten Erfolg bringt? Ich möchte sagen ja.

Wenn auch die individuelle Gestaltung, die Optik von Unternehmen zu Unternehmen, von Website zu Website unterschiedlich ist, so gibt es doch eine Grundmechanik, die Ihnen alle Türen offen hält, um mehr Interessenten und mehr neue Kunden zu gewinnen.

Diese Startseite zieht Kunden magisch an

Ihr Firmenlogo/Bild		
Home Hauptthema 1 Hauptthema 2 Hauptthema x Kontakt		
Neugierig machende Textzeile mit Link zu spezieller Unterseite Neugierig machende Textzeile mit Link zu spezieller Unterseite Neugierig machende Textzeile mit Link zu spezieller Unterseite Neugierig machende Textzeile mit Link zu spezieller Unterseite	Ihre Hauptüberschrift Lorem Schlüsselbegriff als Link dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod Schlüsselbegriff als Link ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis Schlüsselbegriff als Link exerci. Ihre Zwischenüberschrift 1 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh Schlüsselbegriff als Link tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad Schlüsselbegriff als Link veniam, quis nostrud exerci. Ihre Zwischenüberschrift 2 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh Schlüsselbegriff als Link tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad Schlüsselbegriff als Link veniam, quis nostrud exerci.	Ihr Gratis-Angebot x@x.de Newsletter anbieten Weitere Info-/Service-Angebote
Sitemap Impressum AGB Kontakt Allgemeine Links für alle Seiten Mustermann, Musterstraße 12, 12345 Musterstadt, Tel.: 00000 / 000000		

Setzen Sie oben die Global-Navigation zu den Hauptbereichen Ihrer Internetseite.

Ein Service von www.spiro-consult.de

Schreiben Sie in die linke Spalte kurze, neugierig machende Überschriften, die gleichzeitig Hyperlinks sind und tiefer in Ihre Website locken.

In der Mitte steht Ihr eigentlicher Inhalt. Bringen Sie hier unbedingt Ihre Schlüsselbegriffe (keywords) für die Suchmaschinen unter. Wichtige Begriffe verlinken Sie außerdem zu entsprechenden Unterseiten.

In die rechte Spalte kommen Ihre Gratis-Angebote (mehr dazu im nächsten Kapitel).

Je größer Ihr Lockvogel hier ist, je zielgruppenrelevanter Ihr Köder, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass potenzielle Kunden Ihnen auch ihre E-Mail-Adresse geben.

Diese Chance der Interessentengewinnung lassen immer noch 8 von 10 Internetseiten ungenutzt. Oder sie verstecken ihre Köder irgendwo auf den Unterseiten. Auf Seiten, zu denen Besucher aber gar nicht erst gelangen, weil sie schon vorher desinteressiert weggeklickt haben.

Nicht vergessen: Ihre Fußzeile. Setzen Sie hier unbedingt Ihre Kontaktadresse hin. Egal, welche Seite Ihr Internetbesucher auch ausdrückt, er weiß so immer, wen er anrufen muss, wenn er mehr zu diesem Thema erfahren möchte.

Internet-Erfolgsgeheimnis # 13: Locken Sie mit Gratis-Angeboten

Aber nicht einfach so. Zu verschenken haben Sie auch nichts. Ziel Ihrer Lockvögel muss es sein, die E-Mail-Adresse eines potenziellen Kunden zu bekommen.

Doch ... was könnte so verlockend sein, dass Ihnen jemand dafür seine E-Mail-Adresse verrät?

Hier vier Antworten:

Ein Service von www.spiro-consult.de

Vier Gratis-Angebote, für die man Ihnen gerne seine E-Mail-Adresse verrät:

1. eBooks
2. Checklisten
3. Online-Kurse
4. Demo-Versionen

Lockvogel # 1: eBooks

Ein eBook ist ein digital erstelltes Buch, so wie dieses hier, das Sie als E-Mail-Anhang verschicken oder als Download anbieten können. Das macht eBooks für Ihr Online-Marketing ideal. Sie müssen nichts verpacken, keine Briefmarke draufkleben und das Ausdrucken übernehmen Ihre Internetbesucher.

Weiterer Vorteil: Ihr eBook ist in Sekundenschnelle bei Ihrem Internetbesucher. Auch dies macht eBooks als Lockvogel-Angebote reizvoll. Sie sind in null Komma nichts bei Ihrem Besucher.

Keine Lust oder keine Zeit, selbst ein eBook zu schreiben?

- Dann bieten Sie dieses eBook als Download auf Ihren Internetseiten an.
- Geben Sie es als Bonus, wenn Kunden bei Ihnen bestellen.
- Oder senden Sie es Ihren neuen Newsletter-Abonnenten als Dankeschön fürs Anmelden.

Ja, Sie lesen richtig: **Sie können dieses eBook kostenlos weiterverteilen.** Auf Ihrer Homepage, in Ihren E-Mails, wo immer Sie wollen. Einzige Voraussetzung: Sie lassen Links und Inhalt unverändert. Das ist alles.

Ein Service von www.spiro-consult.de

Als klassisches eBook-Format haben sich PDF-Dateien durchgesetzt. PDFs können auf nahezu jedem Computer gelesen werden, wenn dort der Adobe Reader[®] installiert ist. Bei vielen PCs gehört der PDF-Reader bereits zur Grundausstattung. Wenn nicht, bei Adobe kann man ihn kostenlos herunterladen.

Wichtig für den Erfolg Ihres eBooks sind zwei Dinge:

1. ein zugkräftiger Titel, der neugierig macht.
2. und zweitens, dass Ihr eBook keine pure Werbung ist, sondern Lesern tatsächlich nützliche Informationen bietet.

Neben den technischen Vorteilen eines eBooks (null Versandkosten, keine Druckkosten, Sofort-Lieferung) bietet Ihnen ein eBook einen weiteren großen Vorteil: Sie können es selbst erstellen.

Zum Beispiel mit Ihrem Textverarbeitungsprogramm. Bei manchen (wie dem kostenlosen OpenOffice) ist die PDF-Funktion sogar integriert.

Lockvogel # 2: Checklisten

Wir alle lieben Checklisten. Und für praktisch alles und jeden können Sie eine Checkliste entwickeln. Checklisten-Beispiele:

- Machen Sie diese teuren Fehler auch bei Ihrer Hausratversicherung?
- So kommt Ihr Kind sicher in die nächste Klasse.
- Worauf müssen Sie bei der Wahl Ihrer Unternehmensform achten?

Vorteil der Gratis-Checklisten-Angebote:

- Sie sind schnell geschrieben, benötigen meist keine großen Recherchen, da Sie bestens im Thema sind und genau wissen, welche Punkte Kunden immer wieder Kopfzerbrechen bereiten.
- Checklisten können Sie ebenfalls im PDF-Format erstellen.

Ein Service von www.spiro-consult.de

- Und ... Checklisten unterstreichen Ihre Kompetenz.

Lockvogel # 3: Online-Kurse

Online-Kurse bieten Ihnen die Möglichkeit, bei prospektiven Kunden gleich mehrfach hintereinander präsent zu sein – ohne aufdringlich zu wirken.

Die jeweiligen Kursteile versenden Sie als E-Mail. Am besten mit einem Follow-up-Autoresponder. Dann brauchen Sie sich um den termingerechten Versand keine Gedanken zu machen.

Das erledigt der Follow-up-Autoresponder für Sie. In exakt den Zeitabständen, die Sie für sinnvoll halten.

Als Themen für Ihren Online-Kurs bieten sich Spezialbereiche Ihres Wissens an. Wie beispielsweise bei meinem Gratis-Werbebrief-Training: [Entdecken Sie die 7 Geheimnisse, die Ihre Werbebriefe noch erfolgreicher machen.](#)

- Starten Sie als Büroservice zum Beispiel den Kurs:
In 7 Schritten zum aufgeräumten Büro.
- Oder als Unternehmensberater:
Der 5-Punkte-Plan für Ihr nächstes Bankgespräch.
- Oder als EDV-Profi:
7 Wege, Ihren Computer schneller zu machen.

Überlegen Sie einfach, welche Themen Ihre Kunden immer wieder interessieren. Mit Sicherheit lässt sich daraus schon ein kleiner Online-Kurs gestalten. 3 Kursteile sind ideal. Als Versandrhythmus wählen Sie alle ein oder zwei Tage.

Machen Sie in Ihrem Online-Kurs aber bitte keine plumpe Werbung. Ihr Kurs ist schon Werbung genug für Sie.

Natürlich können (und sollten) Sie im Rahmen Ihres Kurses immer wieder mal auf Ihre Internetseiten verlinken. Aber nur dort, wo es angebracht scheint.

Ein Service von www.spiro-consult.de

Internet-Erfolgsgeheimnis # 14: Schalten Sie Nachfassaktionen auf Autopilot

Einmalbesucher werden selten sofort zu zahlenden Kunden. Wenn das bei Ihnen anders ist: Herzlichen Glückwunsch! Sie sind ein Genie. Wir anderen müssen diese Erstkontakte zunächst festigen. Ein Beispiel:

Stellen Sie sich vor, Ihr Internetbesucher fordert über Ihre Website Ihre Gratis-Information (eBook, Checkliste etc.) an. So könnten Sie folgendermaßen vorgehen:

Schlecht:

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, wo man Ihren Report herunterladen kann, und klicken auf Absenden.

Kostet viel zu viel Zeit. Außerdem sind Sie bestimmt nicht rund um die Uhr online, um Ihren Gratis-Report sofort verschicken zu können. Ihr Interessent möchte ihn 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 hin und wieder 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 kostenfrei an, meist unter dem Menü-Punkt „E-Mail-Einstellungen“.

Okay, spielen wir die Anforderung Ihres Gratis-eBooks einmal mit diesem Autoresponder durch:

Ein Service von www.spiro-consult.de

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, auf einer Konferenz oder im Café: Ihr Anforderer erhält sofort das Gewünschte und wird von Ihrer blitzschnellen Antwort angenehm überrascht sein.

Noch besser:

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

Stellen Sie sich vor, Sie senden Ihrem Interessenten 4 Tage später, nachdem er Ihren Gratis-Report erhalten hat, eine weitere Mail. Vollautomatisch. Ohne Ihr Zutun. 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 speziellen Follow-up-Autoresponder.

Einmal angetickt versendet er an den Empfänger nacheinander weitere Mails. Wie viele und in welchen Zeitabständen, bestimmen Sie.

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

Wo bekommen Sie solch 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.

Ein Service von www.spiro-consult.de

Gänzlich kostenlos erhalten Sie einen Follow-up-Autoresponder bei www.kundengewinnen.de. Die Follow-up-Autoresponder-Software gibt es dort als Gratis-Bonus, wenn Sie das eBook [So gewinnen Sie mehr Kunden für Ihre Dienstleistung, als Sie jemals brauchen](#) bestellen.

Auf Ihrem Webserver installiert, also dort, wo auch Ihre Internetseiten sind, können Sie mit dieser Software beliebig viele Follow-up-Autoresponder starten. Mit bis zu 999 Nachfassmailings in beliebigen Zeitabständen.

Tipp:

Warum Sie nur Download-Links versenden sollten

Erstens: Ihr Gratis-Report als angehängte Datei verursacht längere Ladezeiten. Das verärgert viele Empfänger. Vor allem, wenn man Ihre E-Mail erst lesen kann, nachdem alles heruntergeladen wurde.

Zweitens: Viele sind beim Öffnen unbekannter Dateianhänge sehr vorsichtig. Zu Recht, die Gefahr, sich darüber Viren einzufangen, ist groß.

Und drittens: Sie leiten Ihren Interessenten mit dem Download-Link nochmals auf Ihre Internetseite, wo Sie weitere Informationen für ihn platzieren können.

Internet-Erfolgsgeheimnis # 15: Sehen Sie Ihren Besuchern über die Schulter

Stellen Sie sich vor, Sie könnten live mitbekommen, welche Suchbegriffe Ihre Internetbesucher auf Ihre Seite gelockt haben. Welche Internetseiten Ihre Besucher besonders interessieren. In welcher Reihenfolge sie Ihre Seiten betrachten, wie lange sie wo verweilen und wo sie aussteigen ... dies würde Ihnen ganz neue Einsichten vermitteln.

Beispielsweise, welche Suchbegriffe Ihnen die besten Besucher bringen. Besucher, die zu neuen Kunden werden. Auch können Sie darüber feststellen, welche Internetseiten Sie optimieren müssen, weil darüber Besucher scharenweise Ihre Website verlassen.

17 Erfolgs-Rezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

Ein Service von www.spiro-consult.de

Der Fachbegriff für das Verfolgen der Bewegungen der Internetbesucher ist Tracking. [eTracker®](#) bietet Ihnen dazu einen perfekten Service, den ich selbst auf vielen meiner Internetseiten nutze.

Mit wenigen Klicks können Sie hierüber Ihren Internetbesuchern online über die Schulter schauen. Probieren Sie es einfach mal aus: [Hier können Sie das etracker® web controlling kostenlos testen.](#)

Internet-Erfolgsgeheimnis # 16: Aktivieren Sie Ihr blaues Wunder!

Sehen Sie sich 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.

Völlig unspektakulär klemmt er am oberen Rand Ihres Bildschirms ... und trotzdem ist er für Ihren Interneterfolg von wesentlicher Bedeutung. Denn das, was dort in dem kleinen blauen Balken steht, ist der Titel Ihrer Internetseite, unter dem Ihre Seite bei den Suchmaschinen gelistet wird.

Als aufmerksamer Leser ahnen Sie es bereits: In diesem Titel MUSS Ihr Suchbegriff stehen. Mindestens einmal. Und nicht wie bei über 101.000.000 Internetseiten *Home* oder *Untitled Document*.

So sieht beispielsweise die blaue Zeile bei meiner Homepage www.businessstext.de im Internetbrowser aus:



17 Erfolgs-Rezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

Ein Service von www.spiro-consult.de

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

[BUSINESS TEXTER Detlef Krause | Texter für Werbebriefe, Internet ...](#)
Diese Website zeigt Ihnen mit vielen Tipps und Arbeitsproben, wie Ihnen ein **Texter** helfen kann, mehr Kunden zu gewinnen.
www.businessstext.de/ - 9k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

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 blau unterstrichenen Text 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 besuchten Internetseite.

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

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

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

Ein Service von www.spiro-consult.de

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

Natürlich ist es damit allein nicht getan. Über das Thema Suchmaschinenoptimierung wurden bereits ganze Buchreihen geschrieben. Sehen Sie es mir daher bitte nach, dass ich hier nicht näher darauf eingehe.

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

Ach so, ehe ich es vergesse:

Bei den Suchmaschinen anmelden müssen Sie Ihre Internetseite natürlich auch noch. Aber bitte erst, wenn Ihre Website tatsächlich fertig ist und Sie alles einmal ausgiebig getestet haben.

Internet-Erfolgsgeheimnis # 17: Starten Sie Ihr eigenes Partner-Programm

Weiterempfehlungen sind die beste Werbung, stimmt's? Doch hoffen Sie nicht auf Zufälle. Nehmen Sie Ihren Interneterfolg selbst in die Hand – mit Ihrem eigenen Partner-Programm.

Und das funktioniert so:

Sehen Sie sich im Internet ein wenig um: Wer hat ähnliche Zielgruppen wie Sie, ist aber kein direkter Konkurrent? Sondern ergänzt im Idealfall sogar Ihr Angebot – zum Beispiel Texter und Grafiker, Hochzeitsfotograf und Restaurant.

Haben Sie geeignete Partner-Kandidaten gefunden, kontaktieren Sie den jeweiligen Seiteninhaber (den Ansprechpartner finden Sie im Impressum) und erkundigen Sie sich, ob man bereit ist, einen Weiterempfehlungs-Link zu Ihrer Internetseite zu setzen.

Und da nichts im Leben umsonst ist, bieten Sie Ihrem Partner dafür eine Provision an: Für jeden neuen Kunden, den Sie über seinen Weiterempfehlungs-Link gewinnen, erhält er die Summe X. Garantiert.

Ein Service von www.spiro-consult.de

Link-Partnerschaften sind ein alter Hut, sagen Sie?

Stimmt, wenn man sie wie einen alten Hut behandelt. Denn die üblichen Link-Partnerschaften sind kaum mehr als reine Gefälligkeiten nach dem Motto: Verlinkst du zu mir, setze ich einen Link zu dir.

Ihr Partner-Programm hat eine ganz andere Qualität:

Da Ihr Partner für einen erfolgreichen Link bares Geld erhält, ist sein Interesse natürlich viel größer, sich aktiv um diesen Partner-Link zu kümmern.

Vielleicht ist er sogar bereit, Ihnen auf seiner Internetseite einen speziellen Platz einzuräumen, von dem aus er zu Ihrer Internetseite verlinkt. Zusätzliche Werbung für Sie!

Wie Sie Ihr eigenes Partner-Programm starten

Damit Ihr Partner-Programm funktioniert, müssen Sie genau feststellen können, über wen der neue Kunde zu Ihnen gekommen ist. Fragen allein hilft Ihnen nicht weiter. Auch möchte Ihr Partner Gewissheit haben, dass sich seine Weiterempfehlung für ihn in barer Münze auszahlt.

Dabei hilft Ihnen eine Spezial-Software. Sie vergibt an jeden Ihrer Partner einen ganz persönlichen Link-Code. Wird dieser Link zu Ihrer Internetseite angeklickt, merkt sich das die Software im Hintergrund und hinterlässt auf dem PC Ihres Besuchers eine kleine Marke (in der Regel ein Cookie).

Nimmt dieser Besucher dann via Internet, zum Beispiel über Ihr Formular oder Ihren Online-Shop, Kontakt mit Ihnen auf, wird diese Nachricht automatisch mit dem Partner-Code Ihres Weiterempfehlers versehen. Sie wissen also genau, wem Sie diesen Kontakt/Kunden zu verdanken haben.

Dies funktioniert sogar auch dann, wenn der neu gewonnene Besucher sich zunächst nur unverbindlich auf Ihren Internetseiten umsieht und Sie erst Tage später kontaktiert.

17 Erfolgs-Rezepte für Ihre Homepage, die wirklich funktionieren

Ein Service von www.spiro-consult.de

Partner-Programme, auch Affiliate-Programme genannt, werden von großen Unternehmen bereits seit Jahren mit großem Erfolg betrieben. Dort Partner (also Weiterempfehlen) zu werden, ist relativ leicht.

Schwieriger wird es jedoch, wenn Sie versuchen, bei einem dieser Affiliate-Portale selbst Ihr EIGENES Partner-Programm ins Leben zu rufen.

Das Interesse dort hält sich in Grenzen, weil Sie meist nicht die nötige Unternehmensgröße haben, um für die Betreiber profitabel zu sein. Zudem müssen Sie für die vorgesehenen Provisionsauszahlungen in der Regel Geld hinterlegen. Totes Kapital.

Der weitaus cleverere Weg: Installieren Sie auf Ihrem Server Ihre eigene Partner-Programm-Software. Kohnlesoft hat dazu ein ausgereiftes Partner-Programm entwickelt. Es heißt [Partnerseller](#) und bietet Ihnen alle Optionen, die Sie brauchen. Selbst die Installation erledigt Kohnlesoft auf Wunsch für Sie.

Sie sehen, für Ihren Interneterfolg können Sie selbst eine Menge tun. Indem Sie einfach nur die hier vorgestellten 16 Rezepte beachten, die wirklich funktionieren.

Viel Erfolg, nicht nur im Internet, wünscht Ihnen

Detlef Krause
www.businessstext.de

Ein Service von www.spiro-consult.de

Über den Autor



Direktmarketing-Texter Detlef Krause ist gelernter Industriekaufmann und Diplom-Wirtschaftsingenieur (FH). Er kennt daher Unternehmen und Kunden nicht nur vom Texterschreibtisch aus.

Sein Texter-Handwerk hat er in großen Frankfurter und Hamburger Werbeagenturen gelernt. Dort betreute Detlef Krause als **Werbetexter, Konzeptioner** und **Creative Supervisor** namhafte Marken – von Autos über Technik und Kosmetik bis zu Food, Pharma und Finanzdienstleistungen.

Seit 1991 arbeitet Detlef Krause als freier **Werbetexter** mit Schwerpunkt **Direktmarketing**. Sein fundiertes Texter-Know-how in Verbindung mit seinen tiefen Einblicken in die unterschiedlichsten Branchen und Zielgruppen hat den Direktmarketing-Experten zu einem **gefragten Textprofi** für Werbebriefe und Internetseiten gemacht.

**Möchten Sie Kontakt zum Autor aufnehmen?
Hier seine Adresse:**

Businesstext Detlef Krause, Stavenowstr. 16, 25436 Uetersen,
Telefon: +49 (0) 4122 1054, www.businesstext.de.

Ein Service von www.spiro-consult.de

Noch mehr Tipps und Empfehlungen für Ihr On- und Offline-Business

[Die 7 wichtigsten Briefe für Ihren Geschäftserfolg](#)

Verzweifeln Sie nicht länger an Ihrem PC. Schreiben Sie Ihre besten Werbebriefe in weniger als 5 Minuten. Ergänzen Sie einfach diese [Werbebriefvorlagen](#) mit Ihrem konkreten Angebot ... schon wird der Briefträger zu Ihrem besten Auftragsbeschaffer. Vom Kaltakquise-Werbebrief über Nachfassaktionen bis zum vorformulierten Brief, mit dem Sie eine Kundenempfehlung nach der anderen bekommen: [Diese Werbebriefvorlagen machen Ihnen das Leben leichter.](#)

[Wie Sie mehr Kunden für Ihre Dienstleistung gewinnen, als Sie jemals brauchen](#)

Es ist wirklich keine Hexerei. Sondern smartes Marketing. Dieses Handbuch zeigt Ihnen auf über 250 Seiten, wie Sie [Schritt für Schritt](#) vorgehen müssen, um Ihre Konkurrenz zu schlagen und neue Kunden zu gewinnen. Extra-Bonus: [Die in diesem eBook vorgestellte Follow-up-Autoresponder-Software ist bei diesem Handbuch als Gratis-Bonus inklusive!](#)



[Praxisleitfaden „Perfekt texten“](#)

So schreiben Sie Werbebriefe, die nicht im Papierkorb landen. Der Praxisleitfaden zeigt Ihnen, wie der perfekte Werbebrief aussieht, wie Sie die Antwortquoten erhöhen und typische Fehler vermeiden. Die Tipps und Anleitungen können Sie auch für Ihre Internettex te perfekt einsetzen! [Gleich ordern!](#)



Ein Service von www.spiro-consult.de

[Werbebriefe.com:](#) [neue Kunden ... einfach per Post!](#)

Bevor Sie sich die Nächte um die Ohren schlagen und teures Porto zum Fenster hinauswerfen: Dieser [erfahrene Direktwerbe-Profi](#) hilft. Außerdem auf www.werbebriefe.com: viele Gratis-Tipps für Ihre Werbebriefe sowie [3-teiliger, kostenloser Werbebrief-Kurs](#).

[Zum Testen Ihrer neusten Geschäftsidee:](#) [kostenlose Visitenkarten!](#)

Stellen Sie Ihre neue Internetadresse vor, machen Sie auf Ihren neuen Online-Kurs aufmerksam: [Bei VistaPrint bekommen Sie 250 Visitenkarten zum Selbergestalten – gratis!](#)



[Blicken Sie Ihren Internetbesuchern](#) [live über die Schultern](#)

Mit dem WebControlling von [eTracker®](#) können Sie in Echtzeit verfolgen, was Ihre Internetbesucher auf Ihrer Website gerade machen. Lernen Sie das Besucherverhalten auf Ihrem Online-Angebot in Echtzeit kennen. Von welchen Suchmaschinen kommen Ihre Besucher, nach welchen Begriffen suchen sie, welche Interessen verfolgen sie, wie lange bleiben sie und vieles mehr ... [Hier können Sie das eTracker® WebControlling jetzt kostenlos testen!](#)



[Besser texten, überzeugender schreiben](#)

Wie schreiben Sie so, dass Ihre Texte wahrgenommen werden und Leser hängen bleiben? Welche Hilfsmittel erleichtern Ihnen die Schreibarbeit? Welche Anforderungen gelten, wenn Sie Ihre Texte im Web publizieren möchten? [akademie.de hilft Ihnen mit Tipps, Info-Paketen und Online-Workshops.](#)



Ein Service von www.spiro-consult.de

Günstiger Internet-Provider mit vielen Extras

Interessant vor allem für [Firmen und Freiberufler: 1&1 Business](#). In diesem speziellen 1&1 Business-Paket sind enthalten: 3 Domains, 20 Subdomains, 150 E-Mail-Postfächer, 500 MB Webspaces, 30.000 MB Transfervolumen/Monat und vieles mehr! Und wenn Sie diese Zeilen lesen, ist bestimmt noch mehr für Sie drin. [Schauen Sie sich das Angebot einfach mal an!](#)



Lassen Sie sich weiterempfehlen: Partner-Programme – der Booster für Ihren Interneterfolg!

Siehe Internet-Erfolgsgeheimnis # 16. Die entsprechende Software dazu finden Sie bei [Kohnlesoft](#). Damit erhöhen Sie die Besucherzahlen Ihrer Website im Handumdrehen. Ideal für kleine und mittlere Unternehmen. Ich selbst nutze diese Software übrigens auch auf einer meiner Webseiten.

