

Fünf typische Fehler, die du als Neuling bei deiner Website machst

Keine Panik. Ich zeige dir, wie du diese typischen Fehler ganz einfach vermeidest.



Fehler #1: Du hast keine konkreten Ziele definiert.

Ohne ein Ziel vor Augen kommst du in der Regel nirgends an und weißt auch nicht, wann du da bist. Aber mit deinem Ziel vor Augen werden die Schritte klar, die notwendig sind, um etwas Bestimmtes zu erreichen.

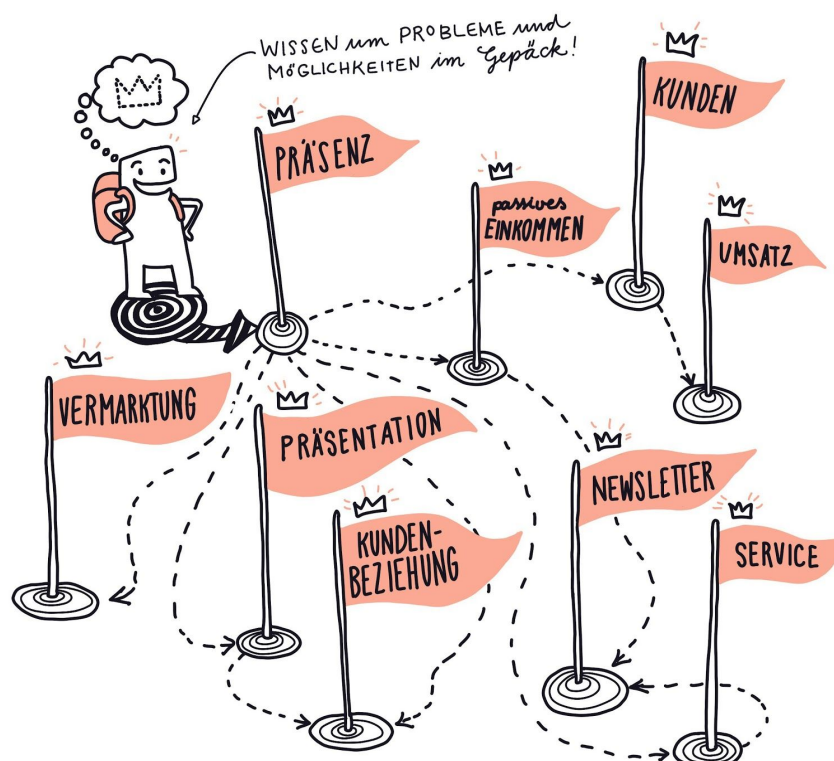
Außerdem macht so ein Ziel deine Anstrengungen in Sachen Webherrschaft meßbar. Wenn du weißt, was hinterher rauskommen soll, kannst du auf dem Weg dahin überprüfen, wie es vorangeht, oder ob du deine Ziele überhaupt erreichen wirst. Das ist wichtig, damit du weißt, dass sich die Investitionen deines Geldes und deiner Zeit auch wirklich auszahlen.

Die Lösung: Prioritäten setzen

Beantworte die folgenden Fragen für dich und priorisiere deine Antworten! Es kann natürlich sein, dass du mehr als ein Ziel mit deiner Website verfolgst. Aber durch deine Priorisierung weißt du, welche davon wichtiger als die anderen sind.

1. **Präsenz** - Erleichtert eine Businesswebsite es deinen Kund*innen mit dir in Kontakt

- zu treten? Ist es wichtig, deine Öffnungszeiten, einen Anfahrtsplan zu dir oder andere Informationen über dich und dein Business einzusehen? Über welche Online-Infos über dich würden sich deine Kund*innen außerdem noch freuen?
2. **Präsentation** - Ist dein Business auf einem Portfolio oder auf Produkten aufgebaut? Welche digitalen oder analogen Produkte oder Angebote könntest du deinen Kund*innen hervorragend/ einfacher/ kostengünstiger online präsentieren?
 3. **Aquise** - Hast du in Sachen Aufträge oder Kundenstamm noch Kapazitäten? Aus welchen Gründen ist es schwierig/ mühsam, deinen Kundenstamm offline zu vergrößern?
 4. **Reichweite** - Mit welchen Informationen/ Mehrwert rund um dein Business kannst du deine Kund*innen immer wieder in Form eines Newsletters informieren? Hast du vor neue Produkte zu entwickeln und zu launchen? Wenn ja, welche? Ist es für dein Angebot wichtig, dass dich deine potenziellen Kund*innen in Erinnerung behalten, bis der Bedarf eintritt?
 5. **Umsatzsteigerung** - Hast du die Möglichkeit, durch neue Preisstrategien deinen Umsatz online zu vergrößern? Kannst du deinen Kund*innen online einen Mehrwert bieten, der es dir erlaubt, deine Preise anzuheben? Kannst du durch Online-Marketing besser auf dein Produkt aufmerksam machen?
 6. **Kundenbindung** - Kannst du deinen Kund*innen mit einem Abo, einem Benachrichtigungsservice, einem Checkup, einem Wartungstool oder ähnlichem online einen Service bieten, der eure Kundenbeziehung stärkt, verlängert oder einen weiteren Kauf wahrscheinlicher macht?
 7. **Entlastung** - Wie könntest du deine Website nutzen, um dir eine Menge administrative Arbeit zu sparen? Für welche Themen könntest du eine FAQ-Seite aufbauen, Anleitungen schreiben/ filmen oder eine richtig gute Linkliste zusammenstellen?
 8. **Vermarktung** - Besitzt du großes Expertenwissen zu einem bestimmten (Nischen-)Thema? Hast du Ideen oder Lust dieses Wissen so aufzubereiten, dass du damit vielen Leuten weiterhelfen kannst und ihre Probleme damit löst? Gibt es zu diesem Thema gute/ viele Produkte auf Amazon? Gibt es Firmen, die Interesse an Werbefläche zu diesem Thema haben könnten?



Fehler #2: Du hast keine Zielgruppe bestimmt.

Viele Selbständige scheuen sich sehr, eine konkrete Zielgruppe zu benennen. Auf meine Frage, wen man denn mit der neuen Businesswebseite ansprechen wolle, musste ich mir schon oft ein "Alle" anhören. Hier gleich mal die schlechte Nachricht: "Alle" ist keine Zielgruppe!

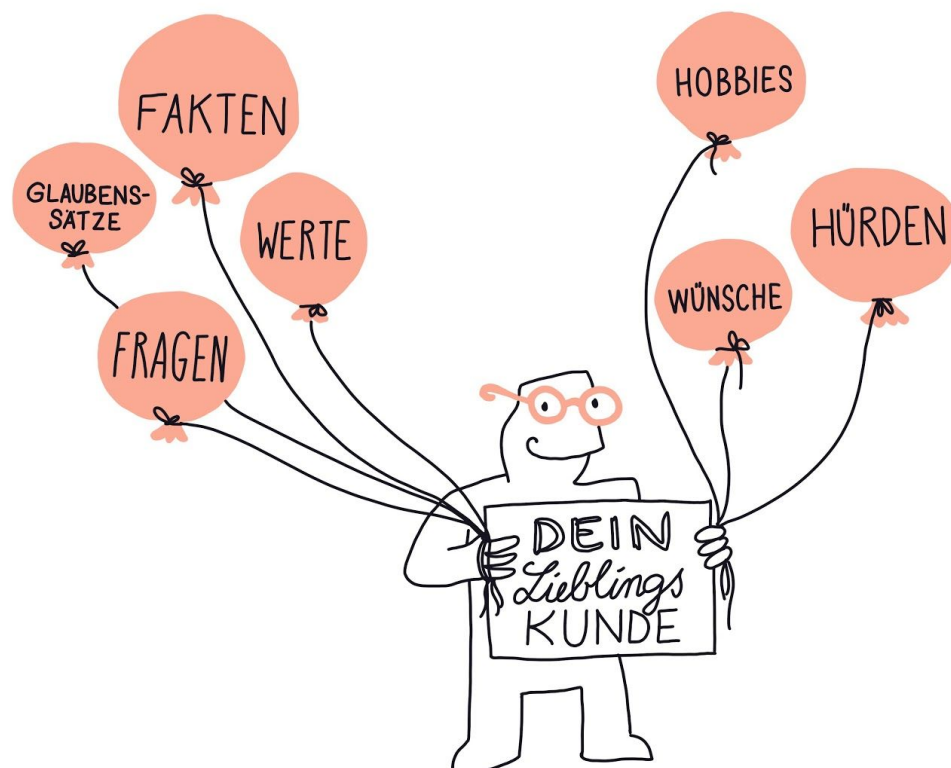
Was passiert eigentlich, wenn du versuchst "Alle" mit deinen Angeboten und Dienstleistungen glücklich zu machen?

Du wirst scheitern - man kann es NIE allen recht machen. Versuche es erst garnicht!

Du gehst in der großen Masse unter - Dein Angebote werden schwammig, beliebig und niemand wird sich so richtig von deinen Produkten angesprochen fühlen. Du machst dich austauschbar.

Du verlierst die Kontrolle - wenn nach Außen vermittelt, dass du alles für jeden machst, dann bestimmen alle anderen, was du den ganzen Tag so machst, nur halt nicht du.

Also kurz gesagt: Je spitzer man die eigene Zielgruppe oder den*die Lieblingskund*in definiert, desto erfolgreicher kann man diese mit seinen perfekt angepassten Inhalten ansprechen und desto wahrscheinlicher wird man beauftragt.



Die Lösung: ein Profil schreiben

Mit meinem kleinen Rezept kannst du dir ganz einfach deinen eigenen Lieblingskunden zusammenbacken:

1. Wenn du schon Kunden hast oder hattest, liste dir einige davon auf und analysiere wie die Zusammenarbeit lief. Wurde das Projekt erfolgreich abgeschlossen? Warst du und der Kunde zufrieden? Hat die Bezahlung für dich gestimmt und hat der Kunde ohne Anstalten gezahlt?
2. Wenn du noch keine Kunden hattest, versuche dir Projekte aus Ausbildung oder Studium ins Gedächtnis zu rufen und schreib dir auf was gut lief und was nicht.
3. Nimm dir die mit den positivsten Erfahrungswerten und schreibe als nächstes auf, was diese Kunden oder Projekte gemeinsam haben. Also das Alter, das Einkommen, den Beruf, die Art des Projektes.
4. Überlege dir nun zusätzlich welche Eigenschaften diese Menschen noch haben. Welche Hobbies und Interessen haben sie, welche Facebookseiten liken sie, was googlen sie, welche Blogs oder Zeitschriften lesen sie?
5. Schreibe als nächstes auf welche Probleme dein zukünftiger Lieblingskunde bezüglich deiner Angebote hat. Wo braucht er genau deine Hilfe und warum?
6. Welche Lösungen würde er sich dringend von dir wünschen und dafür auch angemessenes Geld dafür bezahlen?
7. Schreibe auf einer einzigen separaten Seite eine Art CSI-mässiges Profil über alles was du für dich rausgefunden hat. Tu so, als ob du hier über einen realen Menschen schreibst und gib der Person einen konkreten Namen, ein Alter, einen Wohnort und beschreibe wie die Person denkt, handelt, womit sie in Bezug auf deine Leistung Probleme hat und was sie sich wünscht. Fertig ist dein Wunschkunde!

Übrigens: Auf meinem Blog gibt es übrigens noch einen ausführlichen [Artikel zum Thema Lieblingskunden und ein Arbeitsblatt zum kostenlosen Download!](#)

Fehler #3: Du hast deine Webseite nicht intern verlinkt.

Viele meiner Kunden, die ihre Webseite selbst betreuen knallen ihre Texte einfach auf die einzelnen Seiten, ohne Links oder Benutzerführung. Unbewußt machen sie es dadurch ihren Kunden richtig schwer durch die Webseite zu navigieren. Klar gibt es eine Hauptnavigation, aber einen guten Dienstleister erkennt man an dem Service und einer mitdenkenden, zuvorkommenden Behandlung.

Die Lösung: sei ein guter Gastgeber

Deine Webseite ist dein Zuhause, das voll mit hilfreichen Informationen und Angeboten für deinen Kunden-Besucher ist. Empfange ihn freundlich an der Tür aka Startseite, stelle klar was er*sie bei dir finden kann und biete eine erste Auswahl der wichtigsten Themen im

Eingangsbereich an. Führe dann unaufdringlich durch die gewünschten Räume. Nach jedem Raum bietest du je nach Interessen ein paar weitere Informationen an.

Wenn es deinem Gast bei dir im Online-Zuhause gefällt, hat er bestimmt Lust über deinen Newsletter in Kontakt zu bleiben und wird vielleicht zum zahlenden Kunden.



So kannst sinnvolle Verlinkungen gestalten:

Artikel - Du hast einen Artikel zu einem bekannten Problem in deinem Expertenthema geschrieben und gibts Tipps.

- Vllt hast du weitere Artikel die thematisch gut dazu passen? Verlinke sie im Anschluss des Artikels!
- Es gibt ein Angebot mit dem du beispielsweise die Problemlösung übernimmst? MACH. DEN. LINK. HIN.

Über Mich-Seite - Du erzählst auf deiner Über Mich-Seite von dir und wünschst dir, dass dein Kunde Kontakt zu dir aufnimmt?

- Verlinke deine Kontaktformular! Ernsthaft. Zwing deine Kunden nicht, das Formular selbst zu suchen. Sei zuvorkommend!
- Biete deine Social Media Kanäle an, damit dein Interessent in Kontakt bleiben kann
- Erzähl von deinem Newsletter! Dies kann der Anfang einer guten Kundenbeziehung sein.
- Gibt es einen wichtigen Artikel, um deine Dienstleistung zu verstehen oder der Basisinformationen enthält? Reeerein mit dem Link!

Angebote - Du bietest online eine Dienstleistung oder Produkt an?

- Erkläre genau, wie der Kunden da ran kommt! Das Minimum ist ein Link zu deinem Kontaktformular! Besser noch eine Beschreibung, wie der Buchungsprozeß abläuft.

- Man kann dein Produkt auch oder nur offline bekommen? Her mit dem Link zu Öffnungszeiten und Anfahrtsbeschreibung!

Fehler #4: Deine Website ist viel zu langsam

Trotz der Zeiten von Traffic-Flatrates, Breitband-Internet und Homezones everywhere ist es nach wie vor wichtig, dass deine Website zügig lädt. Kunden, die sich für deine Angebote interessieren wollen nicht mit langen Ladezeiten gelangweilt werden und auch Google hat ein Auge drauf, wie fix deine Inhalte laden.



Es gibt hier ein paar einfache Dinge, auf die du achten kannst ohne Meister*in irgendwelcher Programmier-Hexerei zu sein.

1. **Plugins** - weniger ist mehr! Viele Plugins können deine Website stark verlangsamen. Wenn sie schlecht geschrieben sind, sind sie außerdem eine Quelle für Fehlfunktionen oder bergen Sicherheitsrisiken. Prüfe, ob du installierte Plugins wirklich benötigst. Halte die notwendigen Plugins immer aktuell und lösche alles andere.
2. **Bilder** - es kommt auf alle Fälle auf die Größe an! Ein Plugin der sinnvollen Art wäre daher auf alle Fälle eins, das deine Bilder auf die nötige Abmessungen zuschneidet und auf die kleinste Dateigröße optimiert, [wie zum Beispiel das von TinyPNG](#). Prüfe hierfür, welche Bildgrößen du in deinem WordPress-Theme benötigst und passe die Einstellungen des Plugins entsprechend an bevor du es laufen lässt.
3. **Ungenutztes** - weg mit dem Ballast! Neben Plugins solltest du unbedingt auch Bilder und Themes löschen, wenn du diese nicht mehr nutzt.
4. **Aktualität** - sei immer vorne mit dabei! Stelle sicher, dass alles was du nutzt an Plugins und Theme immer aktuell ist, damit deine Website schnell und sicher läuft.

Je nach Größe deiner Website macht es ab einem gewissen Punkt eventuell Sinn, einmal einen Programmier-Hexenmeister äh Informatiker über deine WordPress-Installation gucken zu lassen. Bestimmt kann diese auch noch tiefer gucken und diverse Skripte optimieren.

Fehler #5: Du hast zuwenig Bilder auf deiner Website

Als Menschen sind wir sehr stark auf visuelle Reize ausgelegt. Die meisten unserer Sinnesrezeptoren befinden sich in den Augen. Dadurch sind wir fähig bildhafte Informationen um ein Vielfaches schneller als Text zu erkennen und zu verstehen.

Texte inklusive Illustrationen erlangen stärker unsere Aufmerksamkeit, verbessern unser Verständnis von Sachverhalten wesentlich, überzeugen uns besser vom Inhalt. Inhalte werden durch eine Illustration einprägsamer und werden auch viel lieber online geteilt.



Die Lösung: eine eigene Bilderstrategie erstellen

Um deine Website oder Blog zu bebildern hast du einige Möglichkeiten:

Bilddatenbanken

Es scheint auf den ersten Blick einfach, ein Bild aus einer Bilddatenbank herauszusuchen. Aber du musst Zeit zum Suchen investieren und nicht immer findest du genau das, was du brauchst. Stockfotos wirken in der Regel wenig authentisch, den meisten Kunden rate ich daher davon ab sie zu nutzen.

- Kostenpflichtige Bilddatenbank (immer Lizenzen prüfen!) [Shutterstock](#)
- Kostenfreie Bilddatenbank (immer Lizenzen prüfen!) [Unsplash](#)

Selber fotografieren

Die beste Kamera ist die, die man dabei hat: dein Smartfon! Mache dir eine kleine Liste mit Themen zu denen du Bilder brauchst und recherchiere mögliche Umsetzungen auf

Shutterstock. Erledige die Erstellung deines Bildmaterials auf dem Weg durch die Stadt oder bei Kunden. Du wirst sehen, mit der Zeit wirst du richtig gut, die passenden Bildmotive einzufangen. Ein großer Vorteil ist hier, dass es keine Probleme mit Urheberrecht und Lizenzen geben wird, weil alle Bilder dir gehören!

Mit dem browserbasierten und kostenlosem Tool [Canva](#) kannst du deine Bilder ganz einfach bearbeiten und schick beschriften.

Illustrieren oder Sketchnoten

Persönlicher geht es nicht, man kann schnell für jedes Thema die passende Grafik am Schreibtisch bzw. auf dem Tablett mit Zeichenprogramm anfertigen.

Du kannst nicht zeichnen? Doch kannst du, du kannst es üben! Probier es mal mit Sketchnotes, das sind kleine einfache Zeichnungen, die deine Inhalte visuell unterstützen. Ein guter Ort um Inspirationen und Tutorials zu finden, ist Pinterest. Suche nach den Stichwörtern Illustration, Sketchnote oder Bikablo. Ein Bikablo ist ein visuelles Wörterbuch.

Ich selber sketchnote schon seit einiger Zeit für mich und andere. Auf [Sketchnotemafia](#) kannst du die ein paar Visualisierungen von mir angucken. Ich nutze übrigens ein iPad Pro und die [Procreate App](#).

Und wie geht es jetzt weiter?

Eines steht schon mal fest: kleine Schritte sind besser als keine Schritte. Wenn du also deine Website überprüfst und sicher gehst, dass du keinen der fünf genannten typischen Fehler machst, bist du der Webherrschaft schon mal ein gutes Stück näher gekommen!

Herzlichen Glückwunsch!

Brauchst du ansonsten noch Unterstützung in Sachen Website und WordPress? Oder hast du noch Fragen zur Webherrschaft? Schreib mir gerne eine Email an patin@pixelsyndikat.de, ich freu mich drauf.



Let's rock die Webherrschaft!

**Do svidaniya,
deine Pixelpatin Friederike**

PS: Meine Tipps haben dir richtig gut weitergeholfen und du willst mehr davon? [Im Rahmen meines Express-Starter-Pakets helfe ich dir deine Businesswebsite mit WordPress zu erstellen und erklär dir, wie du die Webherrschaft an dich reißen kannst!](#)