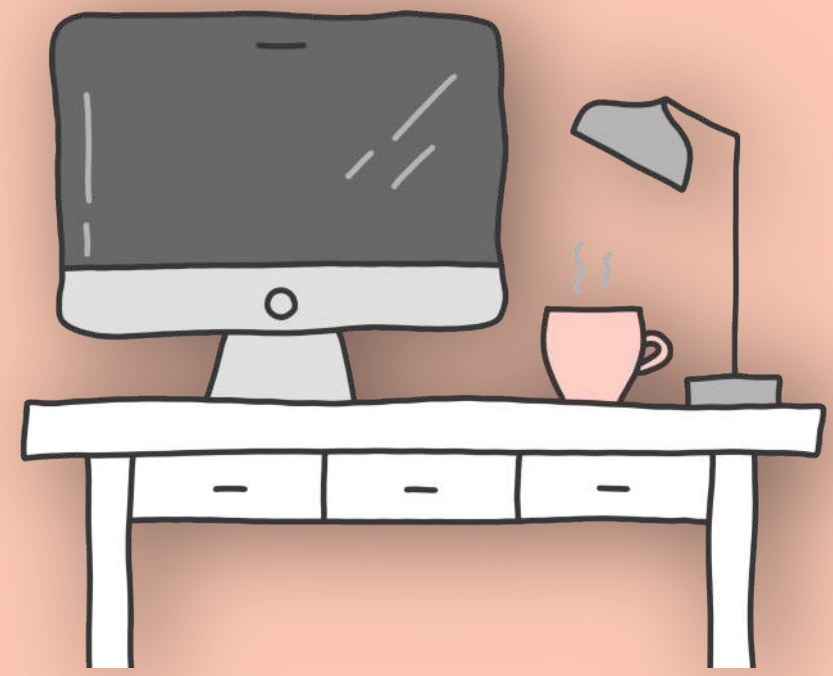
10 Regeln für Webseiten die verkaufen



#TEAM STREBER

JETZT GEHT'S LOS

Inhaltsverzeichnis

1. Kenne deinen Markt 4
2. Erfülle deinen Umsatzplan 5
3. Erstelle deinen Verkaufsprozess 6
4. Kenne deine Wunschkunden 7
5. Verbessere dein Angebot 8
6. Sei deutlich 9
7. Sei markant 10
8. Baue Vertrauen auf 11
9. Sei sichtbar 12
10. Sale Sale Sale 13

#VERKAUFEN

Einleitung

Es ist zum Verzweifeln!

Du investierst immer wieder Zeit und Geld in deine Webseite. Du postest regelmäßig auf Instagram und Facebook, vielleicht schreibst du sogar Blogartikel. Aber es hilft alles nichts: Nur wenige Besucher finden überhaupt den Weg auf deine Webseite. Verkäufe gibt es trotzdem nicht.

Du fragst dich so langsam, was du falsch machst:
Ist dein Angebot schlecht? Liegt es an deinen Produkten? Sind die anderen Coaches einfach besser als du?

Ich kann dich beruhigen: Es liegt nicht an dir! Und du brauchst auch nicht noch eine Weiterbildung.

Du kennst die Regeln einfach nicht.

Menschen folgen immer den gleichen Gesetzen und Mustern. Das gilt auch für Webseiten. Erfolgreiche Webseiten halten sich immer an die gleichen Strukturen, Muster und bewährte Verkaufsprozesse.

Ich stelle dir in diesem E-Book 10 davon vor.

REGEL #1

Kenne deinen Markt

Wissen ist Macht!

Wenn du ganz genau weißt, wer sich alles in deinem Markt tummelt, dann kannst du dir daraus einen Wissensvorsprung erarbeiten und deine Produkte und Dienstleistungen strategisch daran ausrichten.

Lass dich also nicht davon entmutigen, wenn du viele Wettbewerber findest. Je länger du suchst, desto mehr werden es.

Viel Wettbewerb ist gut! Das bedeutet, dass du den Kunden nicht erst erklären musst, dass sie dein Produkt oder deine Dienstleistung brauchen: Das ist zeitintensiv (und damit teuer).

Je mehr Wettbewerb es gibt, desto größer ist der Markt.

Du musst den Markt besser kennen als alle deine Wettbewerber. Nur so kannst du zielsicher deine Nische finden und deine Produkte dort hochpreisig verkaufen.

REGEL #2

Erfülle deinen Umsatzplan

Alle erfolgreichen Vertriebler weltweit haben Umsatzpläne.

Das hat Gründe: Wenn du dir die Mühe machst und genau festlegst, wie viel du mit deiner Firma verdienen musst, um davon leben zu können, dann gewinnst du dadurch Klarheit.

Du hast die Zahl schwarz auf weiß vor dir und somit ein messbares Ziel.

Jetzt kannst du anfangen, Maßnahmen zu erarbeiten. Konkrete Schritte, mit denen du dieses Ziel erreichen wirst.

Danach setzt du die Maßnahmen um. Eine nach der anderen.

Du weißt genau wo du stehst. Was ist dein Ziel und wie ist der Wasserstand? Sind deine Maßnahmen ausreichend? Musst du nachbessern?

Nutze deine Webseite, um diese Ziele zu erreichen. Richte deine Webseite strategisch an deinem Umsatzplan aus.

Achte darauf, dass deine Webseite dich dabei unterstützt, dieses Ziel zu erreichen.

REGEL #3

Erstelle deinen Verkaufsprozess

In deinem Verkaufsprozess legst du fest, wie deine Verkäufe ablaufen.

Z.B.: Instagram - Webseite - Vorgespräch - Shop auf deiner Webseite - Rechnung per E-Mail

Du definierst, wie offline und online sich perfekt zusammenfügen. Erst durch dieses Zusammenspiel zauberst du für deine Kunden ein unvergessliches Verkaufserlebnis, das es so nur bei dir gibt.

Du sorgst mit deinem Verkaufsprozess dafür, dass deine Prozesse wie geschmiert laufen. Auf diese Weise, hast du eine Zeitersparnis, erzielst eine höhere Schlagzahl und hast eine größere Gewinnspanne, weil du aus jedem Verkauf das Maximum raus holst.

Wie in einer Choreografie ist jeder Schritt deines Verkaufsprozesses vorher liebevoll und detailliert geplant und einstudiert. Jeder Handgriff, jeder Schritt sitzt und jeder Satz in jeder E-Mail fügt sich perfekt ein. Du greifst auf bewährte Vorlagen zurück und kannst jeden Verkauf schnell und routiniert abwickeln.

Du bestimmst damit, wie dein Kunde sich während des kompletten Verkaufsprozesses fühlt. Je routinierter du dich in deinem Verkaufsprozess bewegst, desto leichter wird sich der Kauf für deine Kunden anfühlen.

REGEL #4

Kenne deine Wunschkunden

Je besser du deine Kunden kennst, desto leichter wird es dir fallen, immer wieder neue zu finden.

Denn dann weißt du, was sie umtreibt, worüber sie nachts grübeln und wo sie Hilfe suchen.

Mein Mann hat Google seit Jahren nicht genutzt. Er sucht für seine Probleme die Lösung immer auf YouTube. Wenn es kein deutschsprachiges Video dazu gibt, dann kann er das Problem nicht lösen. Ende ;)

Je genauer du die Menschen kennst, an die du verkaufen willst, desto leichter fällt es dir auch, Aufträge abzulehnen. Ja genau. Da hast du richtig gelesen. Ich lehne konsequent Aufträge ab, wenn es nicht die richtigen Kunden sind. Dann habe ich Platz im Kalender für die guten Aufträge, die kommen.

Je mehr Details du über das Leben deiner Wunschkunden weißt, desto besser kannst du deine Texte auf sie abstimmen. Sagen sie Laptop oder Notebook? Krapfen oder Berliner?

Je mehr du ihre Sprache sprichst und die Tonalität exakt triffst, desto besser wird deine Conversion. Das ist die Maßeinheit für Besucher, die zu Kunden werden.

REGEL #5

Verbessere dein Angebot

Erstelle dein Angebot genau für deinen Wunschkunden. Es geht nicht darum, was du verkaufen willst. Es geht darum, was er (oder sie?) kaufen will. Hört sich verrückt an, ist aber so.

Das bedeutet übrigens nicht, dass du deine Firma komplett umkrempeln und ab jetzt andere Arbeit leisten sollst. Damit meine ich, dass du dein Packaging anpassen sollst.

Ich verrate dir ein Geheimnis: Ich bin gar keine Webdesignerin. Ich bin Strategin. Unternehmensberaterin aus Leidenschaft. Allerdings sind meine Kunden nicht bereit, meinen Preis für eine schnöde Beratung zu zahlen. Eine „Webseite, die verkauft“ wollen aber alle. Also habe ich die Strategie mit in mein Webdesign-Paket gepackt. Und so lange geübt, bis ich eine Webseite im Schlaf erstellen konnte. Jetzt darf ich mit meinen Kunden strategisch arbeiten und richtig gute Verkaufsprozesse erstellen. Die Umsetzung auf der neuen Webseite mache ich „noch so nebenbei“. Tatsächlich ist das jedoch der kleinere Teil meiner Arbeit.

Überlege dir also genau, was deine Kunden wollen und was sie brauchen und mische beides ganz sorgfältig zu einem unwiderstehlichen Angebot zusammen, dass sie kaufen wollen und mit dem deine Kunden die gewünschten Ergebnisse erzielen.

REGEL #6

Sei deutlich

Mach dir bewusst, dass deine Kunden, deine Webseite im denkbar ungünstigsten Moment öffnen könnten. Verwende die wenigen Sekunden der Aufmerksamkeit nicht an Unwichtiges.

Denn der Teufel ist ein Eichhörnchen und so kann es dir passieren, dass genau mitten in deinem perfekten Verkaufsprozess bei deiner Kundin ein Kind vom Stuhl fällt (eben hat es noch so schön gespielt) oder der Postmann klingelt oder, oder, oder.

Sei deutlich mit deinen Aussagen. Nenne deinen Newsletter auch „Newsletter“. Deine Über mich Seite sollte im Menü auch „Über mich“ heißen. Unter Zeitdruck oder wenn vor der eigenen Haustür eine Sirene heult kann selbst der cleverste Mensch der Welt den Übertrag nicht schaffen.

Sag deinen Kunden auch, was sie machen müssen, um bei dir zu kaufen (oder zu buchen): „Jetzt bestellen“ - „Heute noch anrufen“.

Deine Kunden sollten Könige sein. Ich habe weltweit noch keinen König gesehen, der sich seinen Weg selbst zusammen sucht. „Hier lang Majestät... kommen Sie bitte, ich habe das schon für sie vorbereitet Majestät.... hier ist der Hörer, ich habe schon für sie gewählt, Majestät.“

Du weißt am besten, wie man bei dir kauft. Also führe zielsicher und einfach.

REGEL #7

Sei markant

Sorge dafür, dass deine Webseite einen hohen Wiedererkennungswert hat. Jeder Besucher muss sofort sehen: Das ist die Webseite von..... Dafür muss deine gesamte Kommunikation markant sein. An jedem Touchpoint zum Kunden. Auf jedem Kanal und in jeder E-Mail. Nutze immer wieder die gleichen Farben und Schriften.

Denn das sorgt dafür, dass du dir mittel- und langfristig eine Marke aufbaust, von der du immer wieder profitieren kannst.

Marken sind die unsichtbare Grenze zwischen Hochpreis-Produkten und 0-8-15 Massenware. Je besser deine Marke ist, desto größer wird der Abstand zu deiner Konkurrenz. .

Wenn Menschen dazu bereit sind, für 7,95 kg Hartplastik mit einem 500W Motor und kleinen Heizelement 1500,- Euro auszugeben, dann kaufen Sie mehr als die Summe aller Komponenten. Dann kaufen Sie den neuen TM6 bei Thermomix. Den mit Abstand teuersten Mixer auf dem Markt. Und sie fühlen sich dabei wie Gewinner. Das ist die Macht der Marke!

Marken machen Unternehmen krisensicher und sorgen auch in Krisenzeiten für regelmäßigen Umsatz.

Also sei markant und baue deine Marke langfristig auf. Es lohnt sich.

REGEL #8

Baue Vertrauen auf

Kaufentscheidungen werden nicht auf der Basis von harten Fakten getroffen. Kaufentscheidungen basieren immer auf Vertrauen.

Eine der wichtigsten Fragen, die du auf deiner Webseite beantworten musst ist die Frage „kann ich diesem Shop / diesem Coach / diesem Dienstleister vertrauen? Stimmt das wirklich?“

Wenn du diese Frage für die Besucher deiner Webseite beantworten kannst, werden sie auch zu Kunden.

Auf jeder Kirmes zieht es uns unbewusst immer wieder an die Würstchenbude mit der längsten Schlange. Da laufen unbewusst uralte Muster in unserem Gehirn ab: „Wenn die alle da essen, dann kann das nicht vergiftet sein“ (stark vereinfacht dargestellt).

Zeige deinen Expertenstatus. In deiner Nische oder deiner Zielgruppe. Oder für eine bestimmte Tätigkeit. Oder über deinen Prozess. Aber zeige klar und deutlich, dass hier jeder eine exzellente Arbeit bekommt.

Das gilt nicht nur für deine Inhalte, sondern auch für deine Prozesse: Sei nicht zu experimentell und greif immer wieder auf Bekanntes zurück. Vor allem im Bezahlvorgang (nutze zum Beispiel Paypal). Das schafft Vertrauen und Sicherheit.

REGEL #9

Sei sichtbar

Das Internet hat nicht auf dich gewartet. Im Gegenteil. Ich gehe tatsächlich eher davon aus, dass es sehr bald wegen Überfüllung geschlossen wird ;)

Die Zeiten, in denen du einen Webseite online gestellt hast und die Kunden dann in Scharen deine Tür einrennen... die sind schon lange vorbei.

Dein Angebot kann noch so unwiderstehlich sein... Wenn es keiner kennt, wird es keiner kaufen.

Deine potentiellen Kunden müssen dich sehen. Immer wieder. Mehr als einmal. Denn gerade hochpreisige Coachings und Dienstleistungen kauft niemand im Vorbeigehen.

An dieser Tatsache ändert auch die 7. Weiterbildung auf deinem Spezialgebiet nichts. Auch diese wird dir keine zusätzlichen Kunden bringen.

Das bedeutet, dass du raus gehen und dich zeigen musst. Du musst für Traffic auf deiner Webseite sorgen. Das nimmt dir niemand ab.

Sorge dafür, dass deine Kunden von dir und deinem Angebot erfahren. Sei auf allen relevanten Kanälen vertreten und gib ihnen immer das Gefühl: Egal wo sie hin gehen..... Du bist schon da.

REGEL #10

Sale Sale Sale

Wenn du willst, dass jemand deine Produkte kauft, dann musst du sie verkaufen.

Diesen Job kann dir deine Webseite leider nicht komplett abnehmen. Sogar dann nicht, wenn deine Webseite wirklich hervorragend ist und auf Conversions (also Verkäufe) optimiert wurde.

Du brauchst einen Verkaufsprozess und eine Strategie, die dafür sorgt, dass regelmäßig Besucher zu Käufern werden.

In dieser Strategie wird es ganz sicher aktive und passive Anteile geben. Aber keine noch so gute Webseite funktioniert wie eine magische Pille und sorgt allein für „6-stellige Umsätze über Nacht“: Das wird nicht passieren.

Wenn du deine Produkte nicht verkaufst, dann tut es auch sonst keiner.

Du musst dafür sorgen, dass Besucher den Weg auf deine Webseite finden.

Du bist dafür verantwortlich, die Zweifel und Bedenken deiner Kunden aus dem Weg zu räumen und sie sicher bis zum Warenkorb zu begleiten.

Nimm dir also regelmäßig Zeit, genau das zu tun.

Mach deine Hausaufgaben.

Setz die Erkenntnisse um und gehe einen Punkt nach dem anderen an.

Denn du kannst dafür sorgen, dass deine Webseite verkauft.

#TEAM STREBER

Hier teile ich regelmäßig mein Expertenwissen über "Webseiten, die verkaufen", Kundengewinnung, Verkaufsprozesse und Online-Marketing.

Schau doch mal in meinen **Blog**.

Abonnier @teamstreber_ auf Instagram. In den Stories zeige ich Anwendungs-beispiele für dich.