



DAS BRAUCHT EINE GUTE WEBSITE

10 *Tricks*, die Deine Website weiterentwickeln

Es gibt viele Möglichkeiten, Deine Website attraktiv zu gestalten und Deine Traumkund*innen für Dich zu gewinnen. Doch was genau ist dafür nötig und was erwarten Deine Traumkund*innen wirklich von Deiner Website?

In diesem Dokument lernst Du 10 Tricks kennen, mit denen Du eine Brücke zu Deinen Traumkund*innen baust.

Naomi Oelker

WEBSITE CONTENT SPECIALIST

Deine Website ist die Brücke zwischen Dir und Deinen Traumkund*innen.
Du kannst sie gestalten.

Was befindet sich auf der anderen Seite?
Macht es Deine Besucher*innen neugierig?
Wirkt die Brücke stabil und sicher?
Ist sie ansehnlich gebaut und angenehm zu überqueren?
Gefällt Deinen Besucher*innen der Ausblick?
Ist der Weg frei und übersichtlich?
Kommen Deine Besucher*innen gut voran?
Was erwartet sie auf der anderen Seite?

Herzlich willkommen!

Ich freue mich sehr über Dein Interesse am Website-Marketing und darüber, dass Du Dich zu meinem Newsletter angemeldet hast. **Herzlichen Dank** für beides!

Gerne füge ich daher diese Starthilfe hinzu, mit der Du **Deine Website weiterentwickeln** kannst. Nicht nur die Technik und Applikationen **verändern** sich, sondern auch Informationen, Menschen und *ganze* Marken.

Veränderung ist eine Form der **Kreativität**. Nicht nur Deine Berufung bedarf ihrer täglich, sondern auch Deine Website. Gut, dass ich mich mit damit auskenne.

Ich bin nämlich in einer **Künstlerfamilie** aufgewachsen, habe selbst fotografiert und (beruflich) gepinselt, und bin doch einen anderen Weg gegangen als meine Eltern. Meine Berufung sind die **Texte**.

Nach meinem Masterstudium in Literatur- und Sprachwissenschaft und meiner 2-jährigen **Erfahrung** als Redakteurin für Web und Print habe ich mich im Online-Marketing weitergebildet.

Das war gleichzeitig nostalgisch und genau richtig, denn **Websites** erstellte ich schon mit 11 Jahren.

Mit *Literally Genuine* habe ich schließlich begonnen, mein Gespür und meine Kenntnisse für **Kreativschaffende** wie Dich einzusetzen.

Ich hoffe, wir lesen uns ab jetzt häufiger!

Herzlichst

Naomi



Inhaltsverzeichnis

1	Die Bedeutung einer guten Website	5
2	10 Tricks, die Deine Website weiterentwickeln	5
2.1	Überlasse nichts dem Zufall, nur Deiner Strategie.	6
2.2	Die Held*in Deiner Website bist nicht Du, sondern Deine Kund*in.	6
2.3	Kommuniziere Dein Angebot transparent.	7
2.4	Verwickle Deine Besucher*innen in einen authentischen Dialog.	7
2.5	Verwende Dein eigenes Bildmaterial.	8
2.6	Wähle ein Design, das Deine Zielgruppe anspricht.	8
2.7	Optimiere Deine Website für mobile Geräte.	9
2.8	Befolge die Regeln Deines Wirtschaftsraums.	9
2.9	Bleibe mit Besucher*innen per Newsletter in Kontakt.	10
2.10	Setze Deine Website bewusst ein und verlinke sie.	10
3	Worum es wirklich geht	11

Die Bedeutung einer *guten* Website

Was ist eine gute Website? Damit die Antwort Sinn ergibt, solltest Du zunächst erfahren, **warum die Website so wichtig ist**. Ich sage es ständig: Die Website ist das **Herzstück Deines gesamten Online-Auftritts**. Dafür gibt es zwei Gründe.

- Erstens, Du brauchst eine Website. Nicht nur, um Deiner **Professionalität** Ausdruck zu verleihen, sondern auch, weil Interessent*innen *immer* nach einer suchen werden.
- Zweitens, die Website ist das **flexibelste Kommunikationsmittel** in Deinem Marketing-Mix. Hier sehen Deine Besucher*innen von Deiner Berufung *am meisten*. Das heißt auch, dass Du hier Deine Marke bildlich und sprachlich gestalten und schließlich auf alle anderen Kommunikationsmittel übertragen kannst.

Deine Website ist somit das Herzstück Deines *gesamten* Online-Auftritts, weil sie sowohl der **Ausgangs- und Mittelpunkt** für Deine Markenbildung als auch der **Zielpunkt** für Deine Interessent*innen ist. All Deine Online-Marketing-Aktivitäten kreisen um Deine Website.

Einfach **eine Website zu haben**, reicht jedoch nicht aus. Wenn sie brach liegt oder unbedacht erstellt wurde, kann sie Deine Besucher*innen auch wieder vertreiben.

Deshalb spricht eine **gute Website** Deine Zielgruppe an. Die Besucher*innen Deiner Website wissen, dass sie bei Dir richtig sind, und **verweilen**.

Genau darin liegt das besondere **Potenzial** Deiner Website.

10 *Tricks*, die Deine Website weiterentwickeln

Wie Du dieses Potenzial **entfaltest**, zeige ich Dir anhand der folgenden 10 Tricks.

Überlasse nichts dem Zufall, nur Deiner *Strategie*.

Ohne ein **Ziel** fehlt es Deiner Website an **Konsistenz**. Du widersprichst Dich leichter und Deine Unschlüssigkeit führt dazu, dass Deine Besucher*innen nirgendwohin geführt werden. In anderen Worten: Ohne ein Ziel kann Deine Website nicht funktionieren. Denn **dass sie funktioniert**, setzt voraus, dass es etwas gibt, was Du mit ihr erreichen willst.

Für gewöhnlich ist das Ziel, **mehr Verkäufe** zu generieren. Es dabei zu belassen, ist jedoch ebenso problematisch. Du musst nämlich wissen, dass Kaufentscheidungen nur in seltenen Fällen sofort getroffen werden. Oft bedarf es **mehrerer Berührungspunkte** zwischen Dir und Deinen Besucher*innen, bis es soweit ist – auch bei einer guten Website.

Eine gute Website hat deshalb **einen Plan**, eine Strategie. Anstatt also all Deine Seiten sequenziell aufzuhübschen, solltest Du Dir lieber überlegen, wie Du dafür sorgst, dass diese Berührungspunkte zustande kommen, sowohl innerhalb als auch außerhalb Deiner Website.

Die Seiten Deiner Website arbeiten *zusammen*. Sie führen Deine Besucher*innen zu einer bestimmten Aktion. Überlege Dir daher, **welche Aktion** Deine Besucher*innen ausführen sollen (auch vor dem Kauf) und **welche Schritte** dafür nötig sind.

Die *Held*in* Deiner Website bist nicht Du, sondern Deine Kund*in.

Ja, das *klingt* seltsam. Schließlich **präsentierst** Du mit Deiner Website Deine Berufung. Doch Deine Website gestaltest Du nicht für Dich. Was hättest Du davon? Du tust es **für Deine Traumkund*innen**, denn *die* sollen sich von Dir und Deinem Angebot angesprochen fühlen.

Wenn Du also die Texte für Deine Website schreibst, fragst Du Dich nicht: Was kann ich über mich und meine Berufung **sagen**? Du fragst Dich: Was wollen meine Besucher*innen über mich und meine Berufung **wissen**?

Das gilt übrigens auch für Deine **Über-mich-Seite**. Du schreibst zwar auch über Dich, doch so, dass Deine Kund*innen einen Bezug dazu finden.

Kommuniziere Dein Angebot *transparent*.

Deine Besucher*innen kommen auf Deine Website, um **mehr** über Dich und Dein Angebot **zu erfahren**. Dabei solltest Du wissen, dass *nur die wenigsten* nachfragen werden, wenn sie Informationen vermissen.

Gerade wenn es um Dein Angebot geht, ist **Geheimniskrämerei** nur selten eine gute Idee. Diese lässt der eigenen Vorstellungskraft zu viel Raum: „Das muss ja teuer sein.“

Damit sich Deine Besucher*innen ernsthaft mit der Frage beschäftigen können, ob sie von Dir kaufen oder auch nur Deinen Newsletter abonnieren wollen, musst Du ihnen **genug Material** geben. Was bietest Du an und (wenn möglich) zu welchem Preis? Welche Vorteile hat das für Deine Kund*innen? Was ist an Deinem Angebot besonders? Wie wird der Kauf etc. abgewickelt?

Kommunizierst Du das Wichtigste transparent im Voraus, sind Interessent*innen *eher* dazu geneigt, weitere Informationen einzuholen und schließlich eine **Entscheidung** zu treffen.

Verwickle Deine Besucher*innen in einen *authentischen* Dialog.

Bevor Du jedoch in einen **Monolog** mit möglichst umfassenden Informationen ausuferst, solltest Du Dich fragen: Was davon ist für Deine Besucher*innen **wirklich relevant**?

Natürlich wollen Deine Besucher*innen mehr erfahren, wenn sie Deine Website besuchen. Doch woran werden sie erkennen, dass all diese Informationen **für sie** bestimmt sind und dass es sich daher lohnt, Deine Texte zu lesen?

Daher rate ich Dir, Deine Besucher*innen zu adressieren und sie in Deine Texte **einzubeziehen**. Dadurch schaffst Du einen **Dialog**, der nicht nur Deine Persönlichkeit **authentischer** einfängt, sondern auch verständlich und anregend zu lesen ist.

Ein **gutes Gespräch** ist eben nicht mit einem Text zu vergleichen, den Du absannst.

Verwende Dein *eigenes* Bildmaterial.

Es gibt wunderbare **Stock-Fotos**, wirklich. Nach einem Jahr mit *Canva* ist mir das durchaus bewusst. Der Nachteil von Stock-Fotos ist jedoch, dass viele Menschen sie benutzen. Das gilt insbesondere für diese *besonders* tollen Fotos.

Mir ist es schon häufiger passiert, dass ich **beim Öffnen eines Blogbeitrags** dachte: *Oh, die Autor*in mochte das Bild genauso gerne wie ich!* Manchmal dachte ich aber auch - um ehrlich zu sein: *Okay, lange gesucht hat die Person nicht.* (Irgendwann weißt Du, welche Fotos in *Canva* immer zuerst vorgeschlagen werden und wer sie sonst noch nutzt.)

Stock-Fotos können Deine Website verschönern, doch sie werden sie **nicht einzigartig oder authentisch** machen.

Wenn Dich Deine Besucher*innen besuchen, möchten sie **Deine Werke** sehen. Sie möchten *Dich* sehen. Investiere lieber in eine Profi-Fotograf*in und biete Deinen Besucher*innen einen Anblick, mit dem sie **sympathisieren** können.

Wähle ein *Design*, das Deine Zielgruppe anspricht.

Es gibt mittlerweile viele geniale und verrückte **Themes** (*WordPress-Designs*) für Deine Website, allesamt kreativ und gut gemacht. Du findest besonders ansehnliche auf *ThemeForest*. Ich selbst arbeite lieber mit dem Page-Builder *Elementor*, weil ich meiner Kreativität freien Lauf lassen will.

Wichtig ist jedoch nicht, was Du benutzt, sondern was Dein Design **bewirken** soll:

- Passt das Design zu Deinen Werken und spricht es Deine **Zielgruppe** an?
- Ist das Design für den **Typ Deiner Website** (Blog, Shop etc.) geeignet?
- Lädt es **schnell genug** oder übersteigt es die Geduld Deiner Besucher*innen?

Beim Design geht es nicht darum, was Du *privat* bevorzugst.

Optimiere Deine Website für *mobile Geräte*.

Mittlerweile greifen die meisten Besucher*innen zum **mobilen Gerät** (Smartphone, Tablet etc.), um Deine Website zu öffnen. Das geschieht im Bus, Zug oder auch ganz gemütlich auf dem Sofa.

Deshalb ist es wichtig, dass Du auf ein **responsives Web-Design** achtest. Responsiv bedeutet, dass sich die Inhalte den unterschiedlichen Dimensionen des mobilen Geräts anpassen. Das kannst Du mit dem richtigen Styling (CSS) bewerkstelligen, aber auch mit *Elementor* oder einem Theme, das mobile Geräte unterstützt.

Berücksichtigst Du das nicht, können Deine Inhalte **verzerrt** werden oder Deine Besucher*innen müssen auf dem Display **hin- und herwischen**, um alles sehen zu können. Manchmal **überlappen** auch verschiedene Elemente, sodass zum Beispiel ein Button nicht mehr angeklickt werden kann.

Auch musst Du daran denken, dass die **Ladezeit** beeinflusst wird, solltest Du auf Deiner Seite viele Gimmicks eingebaut haben.

Befolge die *Regeln* Deines Wirtschaftsraums.

Je nachdem, von wo aus und für wen Du tätig bist, gelten gewisse Regeln für Deine Website, die Du unbedingt beachten solltest. Im europäischen Wirtschaftsraum gelten *zum Beispiel* die folgenden Informationspflichten: das **Impressum** und die **Datenschutzerklärung**.

Hinzu kommt die Pflicht, **Cookies** beim Besuch der Website zu unterbinden, bis diese seitens der Besucher*innen akzeptiert wurden (mit einem Plugin zum Beispiel).

Warum erwähne ich das? Abgesehen davon, dass Du **nicht abgemahnt** werden willst, ist auch hier von Bedeutung, was Deine Besucher*innen sehen werden. Mit Deiner **Transparenz** schaffst Du Vertrauen. Darüber hinaus zeigst Du, dass Du als **Profi** auch alle anderen Aspekte des beruflichen Online-Daseins im Blick behältst.

Bleibe mit Besucher*innen per *Newsletter* in Kontakt.

Wenn Deine Besucher*innen sich auf Deiner Website umschaun, **endet** das nicht immer (sofort) in einem Kauf oder in einem neuen Follower auf Social Media.

Was jedoch immer geschieht, ist, dass sie Deine Website *schließen*. Sofern sie nicht Teil Deines Netzwerks sind, ist die Chance groß, dass sie **nie wieder** kommen.

Damit sie auch **nach dem Besuch** Deiner Website mit Dir in Kontakt bleiben, empfehle ich Dir einen Newsletter. Ein Newsletter erzeugt regelmäßig Berührungspunkte zwischen Dir und Deinen Abonent*innen.

Was Du in Deinen Newsletter schreibst, hängt von Deiner Zielgruppe ab. Was versprechen sich Deine Traumkund*innen davon? Wollen sie über neue Werke informiert werden, über Events oder besondere Angebote? Vielleicht sind sie aber auch an regelmäßigen Blogbeiträgen oder ähnlichen Inhalten interessiert? Das gilt es natürlich herauszufinden.

Setze Deine Website *bewusst* ein und verlinke sie.

Beim **Website-Marketing** wird die meiste Arbeit natürlich *auf* Deiner Website erledigt. Doch viele **Website-Typen** wie das Portfolio (je nach Fokus) oder die Microsite bieten nicht die besten Voraussetzungen für die eigene **Sichtbarkeit** in Suchmaschinen.

Deshalb muss auch drumherum etwas getan werden. **Verlinke** Deine Website auf Deinen Social-Media-Profilen und auch einzelne Beiträge und Seiten in Deinen Postings, sofern es Sinn macht. Zeige Deiner Zielgruppe, dass Du da bist und wo sie mehr über Dich erfahren.

Du kannst auch bezahlte **Werbung** schalten, um auf Deine Werke mittels Deiner Website aufmerksam zu machen. Selbst in den ersten Monaten suchmaschinenoptimierter Webseiten kann das nützlich sein.

Website-Marketing beginnt bereits dort, wo Du *bewusst* einen Link zu Deiner Website setzt.

Worum es *wirklich* geht

Natürlich gibt es noch weitere feine Tricks wie die Suchmaschinenoptimierung (SEO), um ein Beispiel zu nennen. Eine **gute Website** besteht jedoch nicht zwangsläufig aus suchmaschinenoptimierten Texten.

Es gibt **Website-Typen** wie die Microsite, die auf *andere* Kanäle (Empfehlung, Social Media, bezahlte Werbung etc.) setzen. Sofern Deine Kund*innen nicht nach Deinem Namen suchen, finden sie Dich mit diesen Website-Typen nicht über die Google-Suche.

Website-Marketing kennt also **viele Wege**, Besucher*innen auf Deine Website zu bringen. Die größte Herausforderung stellt sich jedoch auf der Website selbst, denn *hier* entscheiden Deine Besucher*innen, was sie als Nächstes tun werden.

Beim Website-Marketing geht es also vor allem um Deine **Kommunikation mit Deinen Traumkund*innen auf Deiner Website**.

Desto gründlicher Du Dich für **Deine Markenbildung** mit Fragen zu *Deiner Berufung* auseinandersetzt, umso besser kommunizierst Du sie Deinen Kund*innen. Desto besser Du *Deine Kund*innen* kennlernst, umso leichter findet ihr auf **eine gemeinsame Ebene**.

Mit der **Zeit** geschieht dies übrigens automatisch. Sowohl Deine Kund*innen als auch Deine Berufung entwickeln sich weiter. *Du* entwickelst Dich weiter.

Die einzig logische Konsequenz ist, entsprechend **Deine Website weiterzuentwickeln**, die alle drei zusammenführt.

Weitere Links & Kontakt

Dir hat dieses Dokument gefallen? Dann möchtest Du vielleicht mehr **über Website-Marketing und mich** in Erfahrung bringen.

Lerne mich kennen: [Über Naomi](#)

Blogbeiträge zu den Themen *Website-Marketing, Kommunikation & Markenbildung*: [Blog](#)

Meine **Leistungen**: [Website-Marketing & Text](#)

Kommunikation

E-Mail: office@literallygenuine.com

Berufliches Netzwerk **LinkedIn**: [Profil & 6 Artikel](#)

Neuigkeiten auf **Twitter**: [@literallyforyou](#)

Kunstnetzwerk **ARTMO**: [Profil & 12 Artikel](#)

Impressum

Naomi Oelker

Website Content Specialist

Am Lustberg 19
22335 Hamburg
Deutschland

USt-IdNr.: DE815912724

Kontakt an: office@literallygenuine.com

Website: <https://literallygenuine.com>

Weitere Informationen: [vollständiges Impressum](#)

Über Deine Daten: [Datenschutzerklärung](#)