

Modul 6

Die wichtigsten Werbemaßnahmen

Arbeitsblatt 2: Internetseite

Der Dreh- und Angelpunkt Deines Business, sozusagen Deine digitale Visitenkarte, ist Dein **Webauftritt**. Hier ist sorgfältige Planung angesagt, da die Erstellung einer Website recht kostspielig werden kann. Je konkreter Deine Vorstellungen sind, um so leichter und schneller können sie von einem Webdesigner umgesetzt werden. Solltest Du fit im Erstellen von Webseiten sein, kannst Du dies natürlich auch selbst machen. So gibt es sogenannte Baukastensysteme, z.B. von „Jimdo“, mit denen auch versierte Laien eine Internetseite erstellen können. Achte aber unbedingt auf **professionelles Aussehen**, sowohl inhaltlich als auch optisch. Wie oben erwähnt ist die Webseite oft der erste Eindruck, den ein Interessent von Dir bekommt.

Sicher kennst Du den Satz: „Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance.“

Durch die Umsetzung eines Corporate Design, hast Du sicher auch schon einen ungefähren „Style“ im Kopf. So willst Du durch Deinen Webauftritt etwas Bestimmtes **transportieren**, z. B. Vertrauen, Seriösität, Kompetenz, vielleicht aber auch Verrücktheit, Unangepasstheit, Kreativität usw... Durch sinnvolle Vor- oder Zuarbeiten kannst Du die entstehenden Kosten für Deine Internetseite reduzieren (wenn Du einen Webdesigner damit beauftragst) und wirst dadurch in der Technik bzw. der Pflege der Internetseite kundiger und damit flexibler.

1. Aufgabe

Schaue Dir die Internetseiten anderer Coaches an und notiere Dir die jeweiligen Internetadressen unten. Schreibe auch auf, warum Dir diese Seiten gefallen bzw. was besonders gut umgesetzt wurde. So hast Du bereits **erste Ideen** für das **gestalterische Konzept**, die Struktur und mögliche Inhalte. Genau danach wird Dich der Webdesigner später bei der Umsetzung fragen. Diese Punkte spielen für ihn bei der Angebotserstellung eine große Rolle. Je genauer Deine Vorstellung von dem ist was Du gerne möchtest, desto genauer kann diese von ihm umgesetzt werden.

Folgende Webseiten gefallen mir gut (nutze wieder die Suchmaschine):

www. _____
weil: _____

www. _____
weil: _____

www: _____
weil: _____

2. Aufgabe

Trage jetzt zusammen, was genau Dir an den Webseiten gefällt (sieh oben) und Du auch in Deinem Internetauftritt umgesetzt haben willst. Lege auch schon fest, welche **inhaltlichen Punkte** Dir wichtig sind. Noch ein Tipp: Neben aller inhaltlichen „Professionalität“ und der Darstellung Deines Angebotes, berichte auf Deiner Webseite auch über Dich als **Person**. Beschreibe, warum genau Du Coach geworden bist, für was Du stehst und was Dir in Deiner Arbeit wichtig ist. Zeige also etwas von Dir und gehe damit in eine Art „Vertrauensvorschuss“. Damit wird Dein Auftritt persönlich und Du baust damit Vertrauen gegenüber potentiellen Kunden auf.



Folgende Punkte möchte ich auf meiner Website umsetzen.

3. Aufgabe

Jetzt ist es an der Zeit, Dir **professionelle Angebote** einzuholen, falls Du Dich entschließen solltest diese Arbeiten zu vergeben. Beschreibe in kurzen Stichworten, was Du gerne umgesetzt haben möchtest. Übermittle auch Dein Logo. Benenne, was Deine Webseite transportieren soll und für was Dein Angebot steht. Bei den Angeboten lasse Dir auch **Referenzseiten** zeigen, also fertige Sites, die bereits für Kunden angefertigt wurden.

In aller Regel werden Webseiten heute mit modernen, sogenannten „content management systemen“ aufgebaut. Das hat den Vorteil, dass die fertige Internetseite von Dir später relativ leicht „gepflegt“ werden kann, z.B. wenn es News gibt oder Du bestimmte Termine für Veranstaltungen einstellen möchtest. Moderne CMSe sind heutzutage auf Basis von WordPress (im Moment das gängigste System für kleinere Websites), Joomla oder Typo3 erstellt, darauf solltest Du bei der Auswahl Deines Angebotes achten. Noch wichtiger als der „Designaspekt“ ist allerdings die **Optimierung** Deines Auftritts für die **Suchmaschinen**. Die schönste Seite wird Dir nichts nützen, wenn Du von potentiellen Interessenten Deines Angebotes im Internet nicht gefunden wirst. Das Thema „SEO“ (search engine optimize) sollte zwingend zum Angebot dazugehören. Spreche diesen Punkt auf jeden Fall an!

Tipp: Das teuerste Angebot muss nicht immer das Beste sein. So kann ein „Informatikstudent“ den Du vielleicht kennst, mit der Thematik sehr gut vertraut sein, ist aber in seiner Kostenstruktur ganz anders aufgestellt als ein renommiertes „Designbüro“. Vielleicht gibt er sich mit Dir als noch kleinem Kunden besonders viel Mühe weil er weiß, dass auch „kleine Kunden“ wichtig sind und es weitersagen, wenn sie mit der Leistung zufrieden sind. Kläre im Vorfeld mit dem Designer im Rahmen einer **Keyword-Analyse**, welche Schlagwörter (das sind Wörter oder Sätze, die potentielle Kunden in die Suchmaschine eingeben) Dein Angebot am besten beschreiben oder in Verbindung mit Deinem Produkt eingegeben werden. Lasse die Seite auf diese Keywords hin **optimieren**.

4. Aufgabe

Visitenkarte

Hast Du Dich für ein „Theme“ (eine Vorlage) für eine Webseite entschieden, ist es nur noch wenig Aufwand bis zur fertigen Visitenkarte. Hier sollte sich Dein Logo und der Style Deines Webauftrittes (Stichwort „CD“) wiederfinden. Das schafft **Wiedererkennungswert** und zeugt von **Professionalität**. Die Website sollte auf jeden Fall vor der Visitenkarte fertig sein. Denn, wenn Du jemandem Deine Visitenkarte aushändigst, wird er wahrscheinlich Deine Website aufsuchen wollen.

5. Aufgabe

Flyer

Ist ein Flyer in Zeiten von digitalen Medien überhaupt noch zeitgemäß? Wir würden sagen: Ein klares JA! Bist Du bei Veranstaltungen, Messen oder einfach bei einem Netzwerktreffen, kannst Du neben Deiner Karte noch einen Flyer überreichen, der in



kurzen Stichworten Dein Angebot vorstellt und Dich zeigt. Diese Art von „Inszenierung“ schafft Eindruck, ist schnell verfügbar und in Zeiten von „Mausklicks“ **beständiger**. Vielleicht hast Du auf dem Flyer auch Fotos, die Dich bei Deiner Arbeit zeigen? Es versteht sich von selbst, dass der Flyer in Deinem Corporate Design (CD) gestaltet sein sollte und von jemand, der etwas davon versteht

Tipp: Manchmal bieten Grafik- oder Designbüros ein Komplettpaket für Internetseite, Visitenkarte und Flyer an. Dies ist im „bundle“ oft günstiger als einzeln. Frage auch andere Coaches die Du kennst, wo diese ihre Sachen haben erstellen lassen und ob sie zufrieden waren.