

30 Power Tipps

Für mehr Erfolg mit Ihrer Webseite



Dieses Werk ist durch das Urheberrecht geschützt. Zuwiderhandlungen werden straf- und zivilrechtlich verfolgt. Ohne schriftliche Genehmigung des Autors ist jegliche – auch auszugsweise – Vervielfältigung und Verbreitung nicht gestattet, sei es

- in gedruckter Form,
- durch fotomechanische Verfahren,
- auf Bild- und Tonträgern,
- auf Datenträgern aller Art.

Außer für den Eigengebrauch ist untersagt: das elektronische Speichern, insbesondere in Datenbanken, und das Verfügbarmachen für die Öffentlichkeit zum individuellen Abruf, zur Wiedergabe auf Bildschirmen und zum Ausdruck beim jeweiligen Nutzer. Dies schließt auch Pod-Cast, Videostream usw. ein.

Das Übersetzen in andere Sprachen ist ebenfalls vorbehalten.

Sämtliche Angaben und Anschriften wurden sorgfältig und nach bestem Wissen und Gewissen ermittelt. Trotzdem kann von Autor und Verlag keine Haftung übernommen werden, da (Wirtschafts-) Daten in dieser schnelllebigen Zeit ständig Veränderungen ausgesetzt sind. Insbesondere muss darauf hingewiesen werden, dass sämtliche Anbieter für ihre Angebote selbst verantwortlich sind. Eine Haftung für fremde Angebote ist ausgeschlossen.

Gegebenenfalls ist eine Beratung bei Wirtschafts-, Rechts- oder Steuerberatern angeraten, da Autor und Verlag keine diesbezügliche Beratung geben können.

Thomas Kloes übernimmt keinerlei Haftung für irgendwelche Verpflichtungen, die aus dem Gebrauch dieses Ebooks entstehen.

Zur Beachtung:

Dies ist kein Gratis-Ebook. Es ist nur für den persönlichen Gebrauch bestimmt. Eine Weitergabe an Dritte ist ohne gültige Lizenz nicht gestattet.

Inhaltsangabe

Kapitel 1 – Tipps 1-5

Kapitel 2 – Tipps 6-10

Kapitel 3 – Tipps 11-15

Kapitel 4 – Tipps 16-20

Kapitel 5 – Tipps 21-25

Kapitel 6 – Tipps 26-30

Kapitel 1

1 Halten Sie Besucher so lange wie möglich auf Ihrer Website. Erlauben Sie Ihnen, Gratis-Ebooks runterzuladen, an Wettbewerben teilzunehmen, kostenlos Online-Services zu nutzen etc.

All das hilft, Ihre Verkaufszahlen zu steigern.

Sie könnten auch Pop-up-Fenster, Pop-under-Fenster und Exit-Popups verwenden. Allerdings sollten Sie wissen, dass diese manchen Besucher auch nerven.

2

Ahnen Sie voraus, was Besucher nicht an Ihrem Produktangebot gefallen könnte.

Sie müssen herausfinden, was Ihre Zielgruppe braucht und mag und was nicht.

Zum Beispiel könnte sie kein Business mögen, das auf kostenlosen Website Domains untergebracht ist.

Oder sie könnten nicht auf einer Website kaufen wollen, die keine Schecks akzeptiert.

3

Stellen Sie in Ihren Verkaufstexten keine unglaublichen Behauptungen auf.

Die Leute sind nicht dumm und glauben Ihnen nicht alles.

Mit Aussagen wie "Sie können 1 Million Euro in 2 Tagen verdienen" oder „Sie können mit Prospekte falzen zuhause 2000 Euro am Tag machen!“ tun Sie sich selbst keinen Gefallen.

4

Wählen Sie für Ihr Geschäft und Produkt einen guten Namen. Diese Namen sollten leicht zu merken sein und das Produkt beschreiben, das Sie anbieten.

Namen, die sich reimen, behält man besonders leicht im Gedächtnis.

Wenn Sie Informationsprodukte anbieten, können Sie Verlag oder Publisher im Geschäftsnamen verwenden.

Verwenden Sie keine beleidigenden Worte und Phrasen.

5

Reagieren Sie auf Kundenbeschwerden schnell und freundlich. Je schneller Sie reagieren, desto mehr hat Ihr Kunde das Gefühl, dass Sie sich um ihn kümmern.

Sie könnten eine praktische FAQ (Liste mit häufig gestellten Fragen) erstellen.

Sie könnten auch mehrere Kontaktmöglichkeiten einrichten, also nicht nur Email, sondern auch Telefon, Fax, SMS, Skype usw.

Kapitel 2

6

Denken Sie nie, Ihre Kunden sind mit dem Kauf allein zufrieden. Sie sollten ständig nach Wegen suchen, Ihr Produkt bzw. Ihre Dienstleistung zu verbessern.

Sie könnten kostenlose Überraschungsgeschenke machen, Kundenumfragen durchführen usw.

Nehmen Sie Meinungen und Fragen ernst und nutzen Sie sie, um Ihr Produkt zu verbessern.

7

Vermarkten Sie sich selbst ebenso gut wie Ihr Produkt.

Sie könnten Artikel und Ebooks schreiben, Gratis-Beratungen durchführen, Vorträge halten usw.

Sie sollten Ihren Kunden auch ein bisschen über sich erzählen: Wann Sie geboren sind, wo Sie aufwuchsen, Ihren beruflichen Werdegang, Hobbys etc.

8

Finden Sie neue Zielgruppen für Ihre Produkte oder Services.

Wenn Sie zum Beispiel Kaffee an Läden verkaufen, sollten Sie es auch bei Coffee Shops versuchen.

Sie sollten ständig neue Gewinnströme für Ihr Business öffnen. Machen Sie einmal die Woche ein Profit-Brainstorming.

9

Statt „kaufen“ verwenden Sie besser den Ausdruck “investieren Sie in unser Produkt XY”.

Das gibt Kunden das Gefühl, dass sie in ihre Zukunft investieren, als dass sie nur etwas kaufen.

Die könnten auch berichten, wie sehr andere Kunden durch Ihr Produkt Geld verdienen, Geld sparen oder sonst wie profitieren, indem Sie Dankschreiben und Kundenmeinungen veröffentlichen.

10

Gewinnen Sie auch Partner, die Ihr Produkt offline vertreiben.

Über Ihre Website tragen sich Leute in Ihr Partnerprogramm ein, die Ihre Produkte dann auf Partys zuhause anbieten.

Diese Partner bringen ihr Laptop auf die Party und verkaufen über ihre/n Affiliatelink/s.

Bezahlt werden sie genau so, wie wenn sie online verkauft hätten.

Kapitel 3

11

Verwenden Sie Logos und Slogans für Ihr Business.

Sie machen es den Menschen leichter, sich zu erinnern und Ihr Geschäft zu identifizieren.

Wie oft hatten Sie selbst schon ein Problem und das erste, was Ihnen dazu in den Sinn kam, war ein dazu passender Slogan oder ein Logo.

Das ist beinahe eine automatische Reaktion.

12

Verwenden Sie das Wort "schnell" in Ihrer Werbung.

Die Käufer wollen schnell bestellen, schnelle Lieferung, schnelle Resultate, schnell reich, schnell schön, schnell gesund usw. werden.

Heutzutage messen wir unserer Zeit mehr Wert bei als unserem Geld.

Sie könnten z.B. sagen: „Unser Produkt wirkt schnell!“

Oder: „Wir liefern besonders schnell!“

13

Verwenden Sie das Wort "Garantie" in Ihrer Werbung.

Die Käufer wollen versichert sein, dass sie ihr schwer verdientes Geld nicht riskieren, indem sie Ihr Produkt kaufen.

Beispiel: "Wir gewähren 90 Tage Geld zurück Garantie!"

Oder: "Wohlgemerkt: Unser Produkt hat eine lebenslange Garantie!"

14

Verwenden Sie das Wort "begrenzt" in Ihrer Werbung.

Menschen mögen gerne Dinge, die exklusiv oder selten sind, denn sie werden als wertvoller betrachtet. Auch will man aus der Masse herausstechen und sich unterscheiden.

Sie könnten beispielsweise argumentieren: "Diese Special Edition ist begrenzt auf die ersten 500 Besteller!"

Oder: "Bestellen Sie vor dem (DATUM), um diese Sonderausgabe des Ebooks zu bekommen!"

15

Verwenden Sie das Wort "leicht/einfach" in Ihrer Werbung.

Die Käufer wollen einfache Bestellung, einfache Zahlung, einfache Anwendung usw.

Beispiel: „Es ist der einfachste Weg, Gewicht zu verlieren!"

Oder: „Sie können ganz einfach bestellen. Klicken Sie hier!"

Kapitel 4

16

Verwenden Sie das Wort “Kundenmeinung” in Ihrer Werbung.
Die Käufer wollen glaubhafte Nachweise, bevor Sie Ihr Produkt erwerben.

Es sollten ehrliche und bestimmte Belege sein.

Zum Beispiel könnten Sie sagen: “Hier können Sie Hunderte Dankschreiben prüfen.“

Oder: „All diese Kundenmeinungen sind uns unaufgefordert zugesandt worden!“

17

Verwenden Sie die Worte “Rabatt/Sonderangebot” in Ihrer Werbung.

Die Käufer wollen Schnäppchen finden.

Das können prozentuale Rabatte sein, einmalige Sonderangebote, Gratiszugaben usw.

Beispiel: “Sie erhalten 50% Rabatt, wenn Sie vor dem (DATUM) bestellen!”

Oder: „Bestellen Sie jetzt, bevor das Sonderangebot XY endet!“

18

Verwenden Sie das Wort “gratis” in Ihrer Werbung.

Die Käufer wollen gratis Zugaben, bevor Sie mit Ihnen Geschäfte machen.

Das können kostenlose Ebooks sein, oder Dienstleistungen, Accessoires usw.

Beispiel: "Lieferung versandkostenfrei bei einem Bestellwert ab XX Euro!“

Oder: “Bei Bestellung innerhalb der nächsten 5 Minuten erhalten Sie 3 Boni gratis!”

19

Verwenden Sie das Wort "Sie/Ihr" in Ihrer Werbung.

Die Käufer wollen persönlich angesprochen werden.

Dadurch fühlen sie sich bedeutender und ernst genommen. Und das macht sie eher geneigt, den ganzen Werbetext zu lesen.

Verwenden Sie niemals das unpersönliche „man“.

Beispiel: „Sie könnten der nächste Gewinner in unserem Gewinnspiel sein!“

Oder: „Sie können fast schon die Vorteile spüren, nicht wahr!“

20

Verwenden Sie das Wort "wichtig" in Ihrer Werbung.

Die Käufer wollen nicht wichtige Informationen verpassen, die ihr Leben beeinflussen könnten.

„Wichtig“ lässt Sie innehalten und Notiz nehmen.

Beispielsweise könnte Ihre Überschrift/Schlagzeile lauten:

„Wichtiger Hinweis!...“

Oder: „Achtung wichtig!...“

Kapitel 5

21

Verwenden Sie das Wort “neu” in Ihrer Werbung.

Die Käufer wollen neue Produkte und Dienstleistungen, die ihr Leben verbessern wie neue Infos, neuen Geschmack, neue Technologie, neue Resultate usw.

Beispiel: „Lernen Sie einen neuen, revolutionären Weg kennen, Gewicht zu verlieren!“

Oder: „NEU! Gerade veröffentlicht...“

22

Zeigen Sie Ihren potenziellen Kunden, wie viel Begeisterung Sie selber für Ihr Geschäft und Produkt haben.

Wenn Sie überzeugend sind, werden die Kunden auch begeistert sein.

Beispiel: “Ich bin selbst ganz begeistert über unser neues Produkt!”

Oder: „Ich kann kaum erwarten, dass Sie auch die Vorteile genießen!“

23

Beenden Sie Ihren Verkaufsbrief oder Werbetext mit einem starken Schluss.

Das könnte ein kostenloser Bonus sein, ein Discountpreis, eine Vorteilserinnerung, ein zeitlich begrenztes Angebot usw.

Beispiel: “P.S. Denken Sie daran, dass Sie 5 Boni im Wert von 234 Euro erhalten!”

Oder: „Wenn Sie heute bestellen, gibt’s 45% Rabatt!“

24

Stellen Sie reklamierende Kunden zufrieden.

Sie können ihr Geld zurückerstatten, Nachlass gewähren, ein Geschenk geben, das Problem schnell lösen usw.

Zum Beispiel könnten Sie sagen: "Ich kann verstehen, wie Sie sich fühlen, daher gebe ich Ihnen Ihr Geld zurück."

Oder: "Ich war selbst mal in Ihrer Lage. Für Ihren nächsten Einkauf gebe ich Ihnen 50% Rabatt."

25

Begeistern Sie Ihre Kunden für Ihr Geschäft und sie erzählen es ihren Freunden weiter.

Sie könnten Ihnen einen Reisegutschein geben (diese gibt es gratis von einschlägigen Agenturen).

Anderes Beispiel: „Hier erhalten Sie einen Gutschein im Wert von XXX Euro für unseren nächsten Event.“

Kapitel 6

26

Schenken Sie Ihren Kunden besonderes Vertrauen, so dass sie bestellen.

Verwenden Sie Bestätigungen, Garantien, Kundenzeygnisse und ähnliches.

Sie könnten z.B. so schreiben: „Ich erlaube Ihnen, unser Produkt volle 60 Tage auszuprobieren, bevor ich Ihre Kreditkarte belaste.“

27

Bauen Sie sich eine Emailadressliste auf, indem Sie Interessenten sich gratis eintragen lassen für Newsletter, Ebooks, Software, Gewinnspiele usw.

Beispiel: „Wenn Sie sich in unseren kostenlosen Newsletter eintragen, nehmen Sie auch gratis an unserem wöchentlichen Gewinnspiel teil!“

Oder: “Fordern Sie unseren Gratis-Newsletter an und erhalten Sie 10 Überraschungs-Boni!“

28

Gönnen Sie Ihren Interessenten und Kunden sozusagen “frische Luft”.

Das heißt, scheuen Sie sich nicht, Ihre Website oder Verkaufstexte so zu gestalten, dass sie sich deutlich von anderen unterscheidet.

Fallen Sie auf!

Erhöhen Sie die Aufmerksamkeit!

29

Ermöglichen Sie es Ihren Kunden, sofort nach der Bestellung Nutzen zu ziehen.

Wenn Sie das Produkt mit der Post versenden müssen, machen einen Bonus sofort online zugänglich.

Wenn Sie z.B. ein Taschenbuch verschicken, könnten Sie eine Ebook-Version sofort online zum Lesen zur Verfügung stellen.

30

Schreiben Sie Artikel und reichen Sie sie bei Newsletter-Herausgebern oder Webmastern ein.

Damit sie veröffentlicht werden, sollten sie sich nicht wie Verkaufstexte, sondern wie Fachartikel lesen.

Sie könnten dem Herausgeber Geschenke anbieten wie Gratisartikel, Provisionen, Original-Content usw.