

Ihr Textertipp: Mit 3 Fragen zur gelungenen Homepage-Konzeption



zeigt Ihr **Textertipp**.

Im **Netz** herrscht eine gewaltige **Konkurrenz** um die **Gunst** des Kunden. Überall locken Wegweiser und Versprechungen. Weil das **Angebot** gewaltig ist, wird gnadenlos **aussortiert**: In **Sekundenbruchteilen** entscheidet sich: **bleiben** oder **gehen**. Wieso der **Erfolg** einer Homepage von **drei** einfachen **Fragen** gesteuert wird,

Bleiben oder gehen mehr?

Ein paar Zahlen zur eigenen Homepage zu kennen, ist nicht von Nachteil. Eine erste Basis: Die Statistiken aus **Google Analytics**. Hier wird schnell klar, ob Besucher fluchtartig Reißaus nehmen oder sich länger auf der Seite tummeln. Eine **hohe Absprungrate** sagt: Der **User findet nicht**, was er sich **erhofft** hat und schaut sich deshalb an anderer Stelle um. Zahlen kommen von Adobe*: Im Bereich Finanzanbieter springen 47 % ab, bei Reise + Touristik sind es 45 %, im Online-Handel 63 %.

Das bedeutet: Liegt die Absprungrate bei **50 %**, ist nur **jeder zweite Besucher** bereit, sich intensiver mit dem Angebot zu beschäftigen, sprich: in die Tiefe zu klicken. Die andere Hälfte sieht sich nur **eine Seite** an und ist dann wieder **weg**.

Text ist Trumpf

Bis auf wenige Ausnahmen **dominiert** der **Text**: die meisten **Informationen** bestehen im Internet aus **Text** bzw. werden darüber ver- und übermittelt. Hier erfahren die Besucher mehr über Sie, lesen von Garantien und Sicherheiten und guten Gründen, bei Ihnen zu kaufen.

Im Umkehrschluss: Wer **nicht liest**, kann auch nicht kaufen. Denn dann werden Vorteile und Handlungs-Aufforderungen **nicht wahrgenommen** und eine Seite steht zwar im Netz, bleibt aber **wirkungslos**.

3 Fragen, die den Erfolg beeinflussen

- 1** Wer **sind Sie?** Was machen Sie?
- 2** Was ist Ihr **Angebot?** Was ist Ihr **Produkt** / Ihre Dienstleistung?
- 3** Welche **Vorteile** bietet Ihr Produkt/ Ihre Dienstleistung?

Diese **konzeptionellen Fragen** entscheiden darüber, ob jemand auf Ihrer Homepage **verweilt** und vom Besucher zum Käufer wird. Denn niemand hat die Geduld, sich langwierig ein Angebot zu erschließen oder mühsam den wahren Kern zu entdecken. Deshalb sind diese **3 Fragen maßgeblich** für die Homepage-Konzeption und eine **einfache Hilfestellung**: für Webseiten-Betreiber wie Besucher.

Prüfen Sie, ob Ihre Seite diese Fragen eindeutig beantwortet

- 1** Wer sind Sie? Was machen Sie?

Hier nennen Sie Ihren **Schwerpunkt**. In wenigen Worten als Claim: Das Angebot, Inhalt Ihrer Leistung, das zentrale Marken- oder Werbeversprechen, einen Vorteil oder das **Alleinstellungsmerkmal**.

Oder kurz gesagt: In der ersten Zeile nennen Sie schnell Ihre **Kernkompetenz**. Wer Sie sind und was Sie konkret machen. Der Besucher soll sofort wissen, dass hier seine Suche ein Ende hat und er findet, was er sich wünscht.

Textakademie Gesellschaft für Textdesign und Direktmarketing mbH

Walter-Oehmichen-Weg 6
86150 Augsburg
Deutschland

Tel. 0821 / 41 90 360
Fax. 0821 / 56 777 64
E-Mail: info@textakademie.de

Geschäftsführung:
Claudia Bayerl

Ust.Id Nr.:DE212813951
Handelsregister Augsburg
Registernr.: HRB 17998

www.textakademie.de

Reichen Sie dem Besucher schnell die Hand und bieten Sie ihm die **Kontakt-Möglichkeiten** an. Gut sichtbar und nicht versteckt: Mit Telefon und E-Mail oder auch direkten Zugriff auf den Shop / Produkte. Das unterstreicht den **Service-Charakter** und soll sagen: **Bei Fragen sind wir da!**

2 Was ist Ihr Angebot? Was ist Ihr Produkt / Ihre Dienstleistung?

Nennen Sie Ihr stärkstes **Produkt**. Ergänzen Sie es um eine passende und deutliche Abbildung. Damit setzen Sie einen Ankerpunkt fürs Auge, weil Bilder und Symbole schneller wahrgenommen werden als Text. Stellen Sie einen **starken Bezug** her, zeigen das Produkt oder bilden einen **Vorteil** ab. **Beachten** Sie:

- **Bild und Text** müssen **zusammenpassen**: Keine unbekannte Variable.
- **Nicht verwirren**: Keine neue Botschaft im / mit Bild.
- Nicht zu viele Bild-Informationen auf einmal: Bild-Fokus muss klar erkennbar sein: Worauf wollen Sie hinaus?
- Text und Bild müssen **stimmig** sein: Keine Rätsel! Deutlichkeit vor Kreativität.
- **Bild** greift **Text-Botschaft** auf: Jedes Bild transportiert eine klare Aussage.

3 Welche Vorteile bietet Ihr Produkt/ Ihre Dienstleistung?

Leser wollen wissen, was uns das **Produkt** oder die Dienstleistung **bringt**. Deshalb machen Sie aus Produktmerkmalen Vorteile für den Leser. Das Produktmerkmal „Gewicht Smartphone 90g“ bedeutet: Das ist superleicht und liegt angenehm in der Hand. Sind zwar Vorteile genannt, aber zu abstrakt formuliert, macht sich kein Leser die Mühe, an Ihrer Stelle zu übersetzen.

Zeichnen Sie auch den **Weg** zur **Bestellung** vor: Nur wenn Sie sagen, was der Leser tun soll, wird er Ihnen auf diesem Weg folgen. Ist der **Reaktionsweg** nicht klar genug vorgegeben oder nicht vorhanden, wird niemand reagieren. **Fordern Sie auf** und sagen Sie ihm, wie er an Produkt oder Dienstleistung kommt.

In der Übersicht:



+ Thema/ Produkt deutlich erkennbar. Hier: Weiterbildung für verkaufsstarke Texte.

+ Schnelle Kontakt-Möglichkeiten.

+ Produkt sofort klar: Texterseminar.

+ Bild richtige Position.

+ Konkrete Vorteile.

+ Führung in Verkauf und Tiefe.

Textakademie Gesellschaft für Textdesign und Direktmarketing mbH

Walter-Oehmichen-Weg 6
86150 Augsburg
Deutschland

Tel. 0821 / 41 90 360
Fax. 0821 / 56 777 64
E-Mail: info@textakademie.de

Geschäftsführung:
Claudia Bayerl

Ust.Id Nr.:DE212813951
Handelsregister Augsburg
Registernr.: HRB 17998

www.textakademie.de

Kurzum – auf den Punkt gebracht



Sogenannte **Leit- oder Leserfragen werden** beinahe jedem **Text gestellt**. Wer sie als Texter kennt oder vorausahnt, arbeitet sich an ihnen entlang und knüpft damit im Nu ein Text- bzw. **Homepage-Konzept**. Noch mehr erfahren Sie im [Texterseminar](#). Das nächste Mal am **08. + 09.02.2017** in **Frankfurt**.

Textakademie Gesellschaft für Textdesign und Direktmarketing mbH

Walter-Oehmichen-Weg 6
86150 Augsburg
Deutschland

Tel. 0821 / 41 90 360
Fax. 0821 / 56 777 64
E-Mail: info@textakademie.de

Geschäftsführung:
Claudia Bayerl

Ust.Id Nr.: DE212813951
Handelsregister Augsburg
Registernr.: HRB 17998

www.textakademie.de