

5 Gründe, warum deine Website nicht verkauft



UND WAS DU SOFORT DAGEGEN TUN KANNST

5 Gründe warum deine Website nicht verkauft

Du bist Solounternehmerin, hast deine erste Website am Start und dann das: niemand meldet sich bei dir, niemand kauft!

Du bietest eine einzigartige Dienstleistung oder ein Produkt an, bist mit Herzblut dabei, aber niemand scheint das zu erkennen. Das ist Frust pur und hast du nicht verdient. Wirklich nicht!

Das stresst dich sehr und dein Kopfkino schaltet sich an:

Was nun? Alles noch einmal umwerfen und von vorne anfangen? Ist meine Geschäftsidee doch nicht so genial, wie gedacht? Soll ich meine Website oder gleich mein ganzes Unternehmen einstampfen?

Glaub mir, ich kenne diese Zweifel sehr gut und vielen Solopreneuren geht es ebenso.

Aber ich habe eine gute Nachricht für dich:

Mit ein paar gut durchdachten Änderungen auf deiner Website kannst du bereits sehr viel bewirken. Also los!





Du hast Kein Klares Angebot

Kann ich auf deiner Website sofort erkennen, was du anbietest? Sagst du ganz klar, was du machst?

Oder redest du wortgewaltig drumherum, nach dem Motto: ich biete 50 Sachen an und eine davon wird schon passen? Oder gibst du dich geheimnisvoll und lässt deine Webseitenbesucher raten?

Mein Tipp:

Verwirre deine Webseitenbesucher nicht. Sag ganz klar, was du anbietest und für wen. Deine Kunden haben keine Glaskugel und im Zweifelsfall sind sie sofort wieder weg und suchen sich einen Anbieter, den sie verstehen. Und der ist nicht unbedingt besser als du.

Also: sei klar und drücke dich verständlich aus. Verschwurbelte Angaben und Ratespiele sind nicht deine Freunde.

Zeige doch einfach mal jemanden, der dich nicht kennt, ob er mit einem Blick auf den Startseite erkennt, was du anbietest. Sollte das nicht der Fall sein: überarbeite deine Seite noch einmal.



2.

Dein Kunde steht nicht im Fokus

Auch ein Klassiker: du redest ganz viel und wortgewaltig von einer Person – von dir. Darüber, wie viele Ausbildungen du gemacht hast, was du alles kannst, wie lange du studiert hast und und und ...

Versteh mich nicht falsch: es ist wichtig, dass du dich zeigst und dein Kunde dich kennenlernen kann. Du bist aber nicht die Heldin in dieser Geschichte, das ist dein Kunde.

Mein Tipp:

Erzähle persönlich von dir, gern auch ungewöhnliche Dinge und Vorlieben, die dich ausmachen und zu dem bewogen haben, was du jetzt tust. Aber nicht an erster Stelle und nicht in epischer Länge. Kurz und knackig zum Leckermachen reicht, dann habt ihr noch Themen für euer Kennenlerngespräch.

Lasse erstmal deinen Kunden die Bühne betreten und zeige ihm, dass du ein wertvoller, empathischer Begleiter bist.



3.

Du zeigst dich nicht

Hehe, denkst du jetzt bestimmt: erst erzählt sie mir, ich bin nicht der Star und nun soll ich mich doch zeigen?

Jupp, das sage ich. Und das meine ich auch. Der Star ist der Kunde, aber DU bist das Gesicht, der Mensch hinter deinem Angebot. Und der ist wichtig. Menschen kaufen von Menschen und nicht von Unternehmen. Also: klar bist du wichtig, sogar sehr. Denn du bist der Mensch, der deinen Kunden hilft, ein großes Problem zu überwinden und ein besseres Leben zu führen. Du bist also sehr wichtig und unverzichtbar.

Mein Tipp:

Zeige dich authentisch und natürlich. Mache kein Kunstprodukt aus dir. Wenn du Turnschuhe liebst, trage Turnschuhe. Das macht dich aus. Und sympathisch. Und: suche dir einen Fotografen mit Gefühl und lasse professionelle Bilder von dir für deine Website machen.

Du musst kein Model oder Filmstar sein, aber eine gut geführte Kamera und ein professioneller Blick zeigen dich in deinem besten Licht. Das solltest du dir und deinen Kunden wert sein.



4.

Du lässt deine Fans nicht für dich sprechen

Ganz wichtig sind Referenzen oder Testimonials, die zeigen, was du bereits alles geleistet hast.

Wem hast du geholfen, Probleme zu überwinden und Ziele zu erreichen?
Wie hat die Zusammenarbeit mit dir das Leben deines Kunden verändert, wie geht es ihm jetzt?

Mein Tipp:

Ein Kunde, der ein echter Fan von dir geworden ist, ist der beste Beweis für deine wertvolle Arbeit.

Und nebenbei bemerkt: Mund-zu-Mund Propaganda ist noch immer die wirksamste Empfehlungsart. Egal ob offline oder online.

Wenn du gerade dein Business startest: denke gleich daran, nach jeder guten Zusammenarbeit, um eine Kundenstimme zu bitten. Jeder begeisterte Kunde tut das sehr gern. Trau dich!



5.

Du meldest dich nicht

Vielleicht denkst du: aber ich habe doch ein Angebot auf meiner Website, warum kaufen meine Webseitenbesucher nicht sofort und direkt?

Das wäre natürlich super. Erwiesenermaßen braucht es aber etwas länger, um vom Interessenten zum Käufer zu werden. Man redet dabei von 8 bis 12 Kontaktpunkten. Sprich: die wenigsten Interessenten kaufen gleich beim ersten Mal. Meist wollen sie noch etwas mehr über dich und dein Angebot erfahren. Und sie wollen sicher sein, dass du ihnen bei ihrem Problem auch wirklich helfen kannst und sich die Zusammenarbeit für sie lohnt.

Mein Tipp:

Schaffe Verbindung und Unterstützung mit einem Newsletter, der deine Abonnenten regelmäßig mit wertvollen (kostenlosen) Inhalten unterstützt. Mache aus Abonnenten Fans, indem du ihnen wie Freunden schreibst, achtsam und wertschätzend. So, wie echte Briefe eben. Nur eben online.



Optimiere deine Website und beginne, entspannt zu verkaufen

- Erreiche deine Wunschkunden
- Spare Zeit, Geld und Nerven
- Arbeite mit Plan und Freude



„Neben all ihrer fachlichen Kompetenz und Ruhe, Schritt für Schritt die Dinge anzugehen und alles super zu erklären, hat Anne mich als Person und meine Wünsche und Vorstellungen so gut wahrgenommen, dass eine Webseite entstanden ist, in der ich mich wiederfinde und mit der ich mich voll identifizieren kann. Und das fühlt sich richtig gut an!“ – Martina Zeller

VEREINBARE DEINEN KOSTENLOSEN BERATUNGSTERMIN



www.frauHdesign.de