



Fünf ultimative Tipps, wie Sie Ihre Website selbst zum Kundenmagneten machen

Schritt eins - Finden Sie heraus wie Ihre Traumkunden ticken!

Bevor Sie Content für Ihre Website erstellen klären Sie diese Frage. Sie sparen sich viel Zeit und Geld, wenn Sie das ganz am Anfang tun. Warum ist das wichtig? Wenn Sie wissen, wie Ihre Kunden denken, welche Hobbys und Vorlieben sie haben oder welchen Herausforderungen sie sich im Bezug auf Ihre Angebote stellen können Sie das für Ihre Zwecke nutzen. Stellen Sie Gemeinsamkeiten her, denn auf diese Art gewinnen Sie Vertrauen. Signalisieren Sie: Wir sind für Sie da, wir verstehen Sie, wir kümmern uns um Sie! Das ist wichtig:

- Demografische Werte wie Alter, Geschlecht, Familienstand, Beruf
- Wohnort,
- Einkommen, Bildungsstand etc.

Beispiel:

Sie sind ein Friseursalon in Berlin Mitte. Ihre Kunden sind weiblich, zwischen 18 und 30 Jahren, studieren, sind in der Ausbildung oder haben bereits eine Anstellung. Sie sind überwiegend ledig oder in einer Beziehung, haben keine Kinder und verdienen zwischen 1.400 EUR netto und 1.800 EUR netto.

<https://www.words-on-adventure.com>

<https://www.facebook.com/DeinSEOTexter/>

baer@words-on-adventure.com

+1702726948



Words on Adventure



So gehen Sie dabei vor:

Werfen Sie einen Blick in Ihr Google Analytics Konto und in Ihre Google Search Console. Beides liefert umfangreiche Informationen zu Ihren Kunden. Sie sind auf Facebook vertreten? Umso besser! Schauen Sie in Ihr Facebook Analytics und notieren Sie sich alle Informationen die Sie dort zu Ihren Followern finden. Diese Möglichkeiten haben Sie außerdem:

- Nutzen Sie Ihren vorhandenen Kundenstamm, befragen Sie Ihre Kunden!
- Schreiben Sie E-Mails mit einer Umfrage an Ihre Kunden
- Analysieren Sie Verkaufszahlen: Welche Produkte wurden an wen verkauft?
- Nutzen Sie [statista.de](https://www.statista.de) und informieren Sie sich über Ihre Kunden

Wichtige Tipps und Tricks:

Haben Sie keine Angst davor, Menschen auszuschließen!

Für alle da zu sein heißt, für niemanden da zu sein.

Nehmen Sie sich für die Erhebung dieser Daten genug Zeit.

Installieren Sie Google Analytics auf Ihrer WordPress Website

Notieren Sie sich alle Informationen und vergleichen Sie: Wo sind Sie wo wollen Sie hin?

<https://www.words-on-adventure.com>

<https://www.facebook.com/DeinSEOTexter/>

baer@words-on-adventure.com

+1702726948



Words on Adventure



Schritt zwei - schaffen Sie Nähe und sprechen Sie die Sprache Ihrer Wunschkunden

Damit Ihre Kunden sich verstanden fühlen ist es wichtig, dass Sie die selbe Sprache sprechen. Dass Sie beide Deutsch sprechen ist damit nicht gemeint. Fragen Sie sich ganz konkret welche Ausdrücke und welche Redewendungen Ihre Zielgruppe verwendet. Warum ist das so relevant? Eine Website muss in wenigen Sekunden ihre Leser erreichen. Wussten Sie, dass die meisten Menschen nach Millisekunden entscheiden, ob ihnen etwas zusagt oder nicht? Wer einmal wegeklickt kommt nicht mehr zurück. Gemeinsame Sprache ist wichtig weil:

- Eine ähnliche Sprechweise verbindet
- Menschen passen Ihre Sprechweise unbewusst an
- Gemeinsamkeiten stärken und schaffen Nähe

Beispiel:

Sie führen einen Friseur Salon in Berlin Mitte, in Schritt eins haben Sie herausgefunden, wer Ihre Kunden sind und wie diese ticken. Ein Begrüßungstext Ihrer Website könnte somit lauten:

Dein Instagram Haarstyling in Berlin Mitte

Du weißt, dass Deine Zielkunden jung sind, sie möchten also auch dementsprechend angesprochen werden. Falsch wäre:

Ihre perfekte Frisur für den exklusiven Auftritt

Diese Variante würde wohl eher ältere Frauen ansprechen, die nach einem Friseur suchen, der glamouröses Styling anbietet.

<https://www.words-on-adventure.com>

<https://www.facebook.com/DeinSEOTexter/>

baer@words-on-adventure.com

+1702726948



Words on Adventure



So gehen Sie dabei vor:

Der beste Weg herauszufinden, wie Ihre Kunden sprechen ist die Beobachtung. Halten Sie sich dort auf, wo Ihre Kunden sind, wenn Sie sich erst in der Gründungsphase befinden. Andernfalls macht es Sinn, sich einmal während eines Kundengesprächs zurückzunehmen und zuzuhören: Wie drücken Sie Ihre Kunden aus? Welche Wörter benutzen Sie sehr häufig? Werden Sie als Chef eher mit Du oder mit Sie angesprochen?

- Beobachten Sie Ihre Kunden
- Schließen Sie sich Communities an, in denen Ihre Kunden sich aufhalten
- Hören Sie aufmerksam zu
- Schauen Sie wie Kunden sich bei der Konkurrenz verhalten

Wichtige Tipps und Tricks:

"Sie" ist keine Form von Autorität, diese Ansicht ist längst überholt.

Nähe entsteht durch Gemeinsamkeiten.

Beobachten Sie und lernen Sie - es ist noch kein Meister vom Himmel gefallen.

Fragen Sie auch Kollegen und Angestellte nach deren Beobachtungen.

<https://www.words-on-adventure.com>

<https://www.facebook.com/DeinSEOTexter/>

baer@words-on-adventure.com

+1702726948



Words on Adventure



Schritt drei - machen Sie sich unersetzbar, indem Sie die "Probleme" Ihrer Kunden lösen

Damit Ihre Website für Kunden relevant wird gilt es, darzustellen, wieso gerade Ihr Unternehmen so besonders ist. Die Schlagwörter "authentisch, nachhaltig und zuverlässig" sind hierbei nicht gemeint. Heutzutage müssen Sie konkreter werden und ganz klar eine Lösung anbieten. Finden Sie heraus, welche Herausforderungen sich Ihre Kunden beim Kauf Ihrer Produkte stellen müssen / bei der Wahl Ihrer Dienstleistungen und stellen Sie dar wie Sie dies am effektivsten lösen. Warum das den Verkauf ankurbelt:

- Die Menschen sind über Google zu Ihnen gekommen, jeder googelt nach Lösungen, nicht nach Problemen
- Website Besucher möchten Antworten zu Ihren Fragen finden
- Wir kaufen nicht ein Produkt, sondern ein Lebensgefühl oder etwas, das uns das Leben verschönert bzw. erleichtert
- Eine klare Positionierung hilft Ihnen sich noch besser an die Bedürfnisse Ihrer Kunden anzupassen

Beispiel:

Sie sind ein Friseur Salon in Berlin Mitte. Sie kennen jetzt die Sprache Ihrer Zielgruppe und möchte ganz konkret und detailliert auf die "Probleme" Ihre Kunden eingehen:

Finde mit uns in 30 Minuten Deine absolute Traumfrisur mit unserer gratis Typberatung

Sie gehen also konkret auf das "Problem" ein: Wie finde ich die perfekte Frisur für mich? Und bieten sofort eine Lösung.

<https://www.words-on-adventure.com>

<https://www.facebook.com/DeinSEOTexter/>

baer@words-on-adventure.com

+1702726948



Words on Adventure



So gehen Sie dabei vor:

Wie finden Sie heraus, welche Probleme Ihre Kunden haben? Am wichtigsten ist natürlich die direkte Befragung Ihrer Kunden. Das können Sie ganz aktiv und ungezwungen im Verkaufsgespräch tun. Gleichzeitig liefern die Social Media Kanäle viele Antworten auf diese Frage. Treten Sie Communities bei, in denen Ihre Zielgruppe sich bewegt. Diese Quellen können Sie ebenfalls sinnvoll für Ihre Recherche nutzen:

- Beobachten Sie Ihre Kunden
- Schließen Sie sich Communities an, in denen Ihre Kunden sich aufhalten
- Hören Sie aufmerksam zu
- Schauen Sie wie Kunden sich bei der Konkurrenz verhalten

Wichtige Tipps und Tricks:

Niemand entscheidet sich für den Kauf, weil die Firma zuverlässig und nachhaltig arbeitet

Zeigen Sie an konkreten Beispielen, wie Sie "Probleme" lösen

Vermitteln Sie Verständnis für die Fragen und Herausforderungen Ihrer Kunden

Recherchieren Sie umfangreich und ausführlich, bevor Sie Content veröffentlichen

<https://www.words-on-adventure.com>

<https://www.facebook.com/DeinSEOTexter/>

baer@words-on-adventure.com

+1702726948



Words on Adventure



Schritt vier - Sorgen Sie dafür, dass nur Menschen Sie finden, die auch wirklich bei Ihnen kaufen wollen

Die beste Website nützt nichts, wenn Sie nicht online gefunden werden kann. Wie schaffen Sie das? Das A und O sind Keywords und Schlüsselwörter. Damit Ihre Website Texte zum Kundenmagnet wird muss Ihre Zielgruppe sie über die Google Suche auch finden können. Versetzen Sie sich also in die Lage Ihrer Kunden: Wonach suchen diese online, um zu Firmen wie Ihrer zu gelangen? Natürlich können Sie sich auf Ihr Bauchgefühl verlassen. Konkrete Recherchen werden trotzdem das bessere Ergebnis liefern. Diese Tools helfen Ihnen dabei:

- Keyword Planer von Google Ads
- Keyword Finder
- MOZ Keyword Explorer

Beispiel:

Sie haben bei der Keyword Recherche das longterm Keword "Friseur Berlin Mitte" gefunden. Ein Text für die H1 Überschrift könnte so aussehen:

Instagram Hairstyling mit Deinem Friseur Berlin Mitte

Die H2 Überschrift kann dann so aussehen:

Dein Friseur Berlin Mitte - Traumfrisur finden dank kostenloser Typberatung

<https://www.words-on-adventure.com>

<https://www.facebook.com/DeinSEOTexter/>

baer@words-on-adventure.com

+1702726948



Words on Adventure



So gehen Sie dabei vor:

Die Keyword Recherche in wenigen Schritten zu erklären ist unmöglich. Was ich Ihnen sagen kann ist, dass es gut ist, einen Ausgangspunkt dafür zu verwenden. Sie können sich nach Keyword richten, die Sie in Ihrem Google Analytics Konto oder der Search Console finden, nach Konkurrenzwebsites oder nach Trends. Wichtig ist, dass Sie sich Keywords suchen, die noch nicht zu sehr umkämpft sind und die gleichzeitig Ihre Kunden ansprechen. Was dann folgt ist die sinnvolle Platzierung der Keywords, damit Google Ihre Website "lesen" kann.

- Suchen Sie nach Keywords mit geringem Wettbewerb
- Vermeiden Sie Keyword Stuffing und platzieren Sie die Keywords nur dort wo es sinnvoll ist
- Nutzen Sie die Konkurrenz oder bereits vorhandene Daten

Wichtige Tipps und Tricks:

Um die Keyword Planner Funktion von Ads nutzen zu können brauchen Sie ein Konto

Wissen kostet, nicht alle Funktionen und Versionen sind kostenlos

Wählen Sie Keywords aus, deren Reichweite für Sie optimal ist, aber deren Wettbewerb noch nicht zu hoch ist

Suchen Sie nach langen und kurzen Keyword Kombinationen und legen Sie sich eine Liste an

Kontrollieren Sie alles mit dem Plugin Yoast für WordPress

Sie sind selbstständig und möchten sich mit anderen Frauen vernetzen? Kommen Sie in meine kostenlose Facebook Gruppe!

<https://www.words-on-adventure.com>

<https://www.facebook.com/DeinSEOTexter/>

baer@words-on-adventure.com

+1702726948

