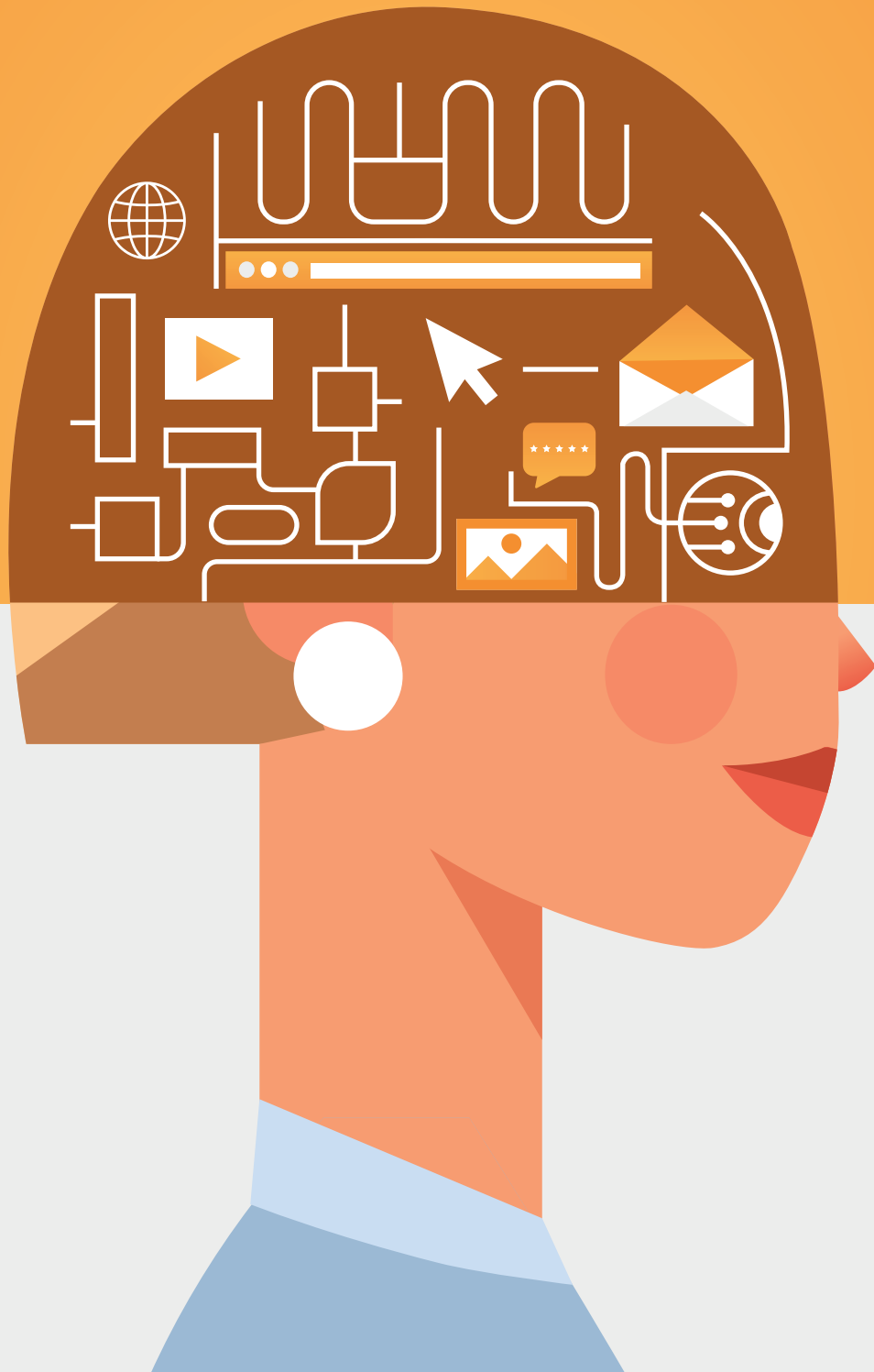


BLEIBT DEINE HOMEPAGE IM KOPF?

Die offizielle Checkliste für ansteckende Websites



KOMMT IN DEN KOPF

- Deine Homepage erscheint bei Google auf #1
- Wer deine Texte liest, hebt die Augenbrauen
- Besucher*innen bleiben über eine Minute lang

BLEIBT IM KOPF

- Du schreibst über das, was euch antreibt
- Das Wort „professionell“ taucht nicht auf
- Du erzählst mindestens eine Geschichte
- Der Text lässt dich nicht kalt

VOM KOPF AUFS KONTO

- Viele Besucher*innen rufen an oder kaufen direkt
- Du gewinnst jeden Monat mehr Kund*innen
- Du bist Marktführer*in in deiner Nische

Wenn du in den ersten beiden Kategorien mindestens zwei oder in der letzten Kategorien ein Feld nicht ankreuzt, springe auf Seite 6.

Sie geht in den Supermarkt. Denkt an dein Produkt. Isst zu Abend. Denkt an dein Produkt. Bekommt eine Gehaltserhöhung. Denkt an dein Produkt – und kauft.

Das ist die einzige Möglichkeit, wie die Besucherin deiner Website den Gedanken an dein Produkt loswird. Bis sie wieder eine leise Stimme hört, die sie abermals daran erinnert. Sie kann dir nicht entkommen. Du bist in ihrem Kopf.

So jedenfalls der Plan.

Das Marketing hat die Aufgabe, dein Produkt in den Schädeln deiner Zielgruppe einzupflanzen. Doch der Weg von der Homepage in den Hirnstamm ist weit. Deine Idee muss viele Hürden überwinden:

- Den Algorithmus von Google, der darüber entscheidet, ob sich Website und Zielgruppe je begegnen.
- Die Aufmerksamkeitsspanne der Menschen, die immer weiter abnimmt.
- Die Internetseiten der Konkurrenz, von denen du dich abheben musst.

Schafft es deine Website trotzdem, die Hindernisse auf dem Weg ins Hirn zu meistern? Gelangt sie in den Kopf und bleibt dort, bis die Besucher*innen kaufen?



Hake bei der Texterstellung einfach die Checkliste ab, um die besten Voraussetzungen dafür zu schaffen. Oder erzähl uns gleich von deinem Projekt.

Wenn du einen Teil der Checkliste nicht verstehst, findest du auf den nächsten Seiten die Erklärung.



KOMMT IN DEN KOPF

Deine Homepage erscheint bei Google auf #1

Die Website auf Rang 1 der Google-Ergebnisse erhält rund ein Drittel der Klicks. Andere Seiten haben dagegen kaum eine Chance, ihre Ideen zu verbreiten. **Kennst du die über 250 Faktoren, die die Suchmaschine für das Ranking heranzieht?** Wenn ja, solltest du deine Homepage auf sie optimieren. Wenn nicht, helfen wir dir gerne weiter.

Wer deine Texte liest, hebt die Augenbrauen

Wir haben einmal die Startseite für einen Computer-Experten aus Hamburg geschrieben. Vier seiner fünf direkten Konkurrenten haben mit dem Slogan „Ihr IT-Partner in Hamburg“ geworben. Wer war am erfolgreichsten? Natürlich Nummer fünf: „Der IT-Service ohne Nerd-Ausdrücke“. **Um die Aufmerksamkeit der Googler*innen zu gewinnen, musst du sie überraschen.** Am besten mit dem, was dich von allen anderen Wettbewerber*innen abhebt.

Die Besucher*innen bleiben über eine Minute lang

Das Indiz dafür, dass die Homepage auf den ersten Blick interessant ist. Je länger die Verweilzeit, desto wahrscheinlicher führen die Besucher*innen die gewünschte Aktion durch. Und auch Google belohnt lang angesehene Websites mit einem guten Ranking. Kleiner Profi-Tipp: Erzählt deine Internetseite eine Geschichte, bleiben die Leute länger am Ball. Mehr dazu im nächsten Kapitel.



BLEIBT IM KOPF

Du schreibst über das, was euch antreibt

Simon Sineks berühmter TED Talk dreht sich um ein simples Wort: Warum. Er deckt auf, dass die erfolgreichsten Marken nicht mit dem werben, was sie tun – sondern damit, warum sie es tun. Denn Kund*innen kaufen deutlich wahrscheinlicher, wenn sie sich mit deiner Vision identifizieren können.

Deshalb sollte irgendeine Form von „Über Uns“ auch auf deine Homepage.

Manchmal kann es schwer sein, über sich selbst zu schreiben. Als Werbeagentur können wir dir dabei helfen, deine Motivation in Worte zu fassen und von der Konkurrenz abzuheben.

Das Wort „professionell“ taucht nicht auf

Du bleibst nur mit einzigartigen Formulierungen im Kopf. Sätze wie „Wir sind Ihr professioneller Partner für Finanzberatung“ gehört nicht dazu. Auch „innovative Produkte“, „serviceorientiert“ und „individuelle Leistungen“ zählen zu den Einschlafhilfen im Text. Schließlich erzählt auch deine gesamte Konkurrenz, wie „professionell“, „innovativ“ und „serviceorientiert“ sie ist. Und wer das wirklich ist, kann es auch zeigen, statt es nur plump zu behaupten.

Deshalb: **Sei konkret.** Statt über den Top-Service eines Gebäudeverwalters aus Hamburg zu schreiben, haben wir ihn kurzerhand zum Immobilien-Autopiloten gemacht. Jetzt wissen alle Besucher*innen, wie umfassend sein Service ist – ohne, dass er es noch sagen muss.

Du erzählst mindestens eine Geschichte

Das Erzählen von Geschichten – Storytelling – verkauft so gut, dass Werbepsychologen dafür gerade einen neuen Begriff prägen: Storyselling. Dafür gibt es dutzende Gründe: Die Leser*innen vergessen, dass auf der Website eigentlich etwas verkauft wird, sie bauen Vertrauen zum Unternehmen auf und sie bleiben länger auf der Internetseite, sodass das Ranking explodiert.

Doch der Hauptgrund für den langfristigen Erfolg von Storyselling ist, dass sich **Geschichten gut in die Gedanken der Leser*innen einbrennen**. Du erinnerst dich bestimmt jetzt noch an jede Zeile deines Lieblingslieds von 2012, während du schon wieder vergessen hast, welche Homepage du vor fünf Minuten besucht hast. Keine Sorge, das geht uns allen so: Der Mensch ist einfach darauf programmiert, sich Geschichten besser zu merken. Nutze das zu deinem Vorteil und verwende Metaphern, Vergleiche, Testimonials und andere Formen der Erzählungen, um im Hirn zu bleiben.

Der Text lässt dich nicht kalt

Kannst du die Sätze auf deiner Homepage einfach so runterlesen? Oder musst du stoppen, nachdenken, lachen, dir eine neue Idee notieren? Wenn du zu „glatt“ über den Text gehen kannst, ist das ein Zeichen dafür, dass er emotional nicht berührt. **Dabei sind unsere Gefühle entscheidend für 85 % der Verkaufsentscheidung**. Beschreibe also nicht nur logische Vorteile, sondern setze auch auf Worte, die das Herz treffen.



VOM KOPF AUFS KONTO

Viele Besucher*innen rufen an oder kaufen direkt

„Viel“ ist natürlich relativ. Aber wenn dein Gefühl sagt, dass mehr gehen könnte, ist das schonmal ein Anhaltspunkt. Ein anderer könnte sein, wie sich deine Konkurrenz im virtuellen Ellenbogenkampf um die Kund*innen schlägt. Über verschiedene Online-Tools kann man das nachschauen, etwa, wie viele Klicks sie im Monat sammeln. Wir helfen dir gerne dabei, das herauszufinden (es dauert nur ein paar Minuten).

Du gewinnst jeden Monat mehr Kund*innen

Wenn deine Website wirklich im Kopf bleibt, sollte sie langfristig immer profitabler werden: mehr Besucher*innen, wiederkehrende Stammkund*innen, Aufstieg in den Google-Rankings. Stagnierst du dagegen, ist noch Luft nach oben. Dann benötigst du wahrscheinlich eine Content-Strategie, die auf nachhaltigen Zuwachs statt auf einmalige Erfolge setzt. Wir unterstützen dich bei ihrer Entwicklung.

Du bist Marktführer*in in deiner Nische

Jedes Mal, wenn du nach einem Tempo fragst, darf sich die Marketing-Abteilung des Taschentuch-Herstellers feiern. Sie haben geschafft, was dein ultimatives Ziel ist: Tempo ist zum Synonym für eine ganze Branche geworden. Sie sind so fest im Hirn der Öffentlichkeit verankert, dass sie wahrscheinlich nie mehr werben müssen. Und solange das auf dein Unternehmen noch nicht zutrifft, gibt es wohl immer etwas zu tun.

WIR MACHEN DEINE HOMEPAGE IM-KOPF-BLEIBEND

Du bist hier, weil du die Checkliste nicht bestanden hast. Das ist okay. Du wirst sogar dafür belohnt! Weil du dich wirklich mit dem Thema auseinandersetzt, haben wir ein kleines Dankeschön für dich:

GIB DEN CODE

checkliste2020

**IM BETREFF DEINER MAIL AN UNS AN UND DU
ERHÄLTST EIN KOSTENLOSES, 30-MINÜTIGES
STRATEGIEGESPRÄCH.**

Hier besprechen wir noch konkreter, was deiner Website guttun würde. Da wir jetzt auf einer Wellenlänge sind, sollte das kein Problem mehr sein.

Schreib uns jetzt eine Mail, um über dein Projekt zu reden:

HALLO@MENINGO.DE

