



3x3

Schritte zur eigenen
HOMEPAGE

www.marketingto-go-mv.de



In 3x3 Schritten zur eigenen Homepage

Das Wichtigste zuerst.

Tipps zur Erstellung einer eigenen Webseite gibt es wie Sand am Meer. Die meisten beginnen direkt mit der Auswahl eines geeigneten Dienstprogramms bzw. Baukastensystems.

Dies ist zwar wichtig, aber auf keinen Fall der erste Schritt.

Frage dich zunächst was deine Intention ist, d. h. wozu du eine eigene Homepage brauchst.

„Ich benötige eine Webseite für mein Business.“

Richtig. Die Webseite wird zuallererst deine Web Visitenkarte. Das heißt also, der erste Eindruck zählt. Was nutzt dir aber der erste Eindruck, wenn deine Webseite gar nicht gefunden wird. Eine noch so schöne Homepage nutzt zwar deinen BestandskundInnen, hilft dir aber nicht unbedingt zur NeukundInnen Akquise.

Von mir erfährst du die wirklich wichtigen ersten Schritte auf dem Weg

P. S. Solltest du beim Lesen dieser Tipps oder bei deinen ersten Schritten feststellen, dass du nicht weiter kommst, weil dir die Technik über den Kopf wächst, helfe ich dir gern weiter. Du musst nicht auf Teufel komm raus alles allein machen. Schuster bleib bei deinen Leisten. Du bist Profi auf deinem Gebiet und musst nicht in allen Bereichen ein Profi sein.

Nun aber viel Spaß beim Erkunden und Umsetzen!

Deine Beate



Schritt 1: Businessplan

1 Positionierung

Verdrehst du gerade die Augen und fragst dich, „**Wozu brauche ich denn einen Businessplan?**“ Oder bist du der Meinung, ein Businessplan ist nur ein unnötiger bürokratischer Akt? Die Antwort ist **NEIN!**

Ein Businessplan ist in erster Linie dafür da, deine Geschäftsidee zu reflektieren und zu fokussieren. Indem du dir einmal deine Stärken und Schwächen vor Augen hältst, hast du eine gesunde Grundlage, um zu agieren, statt nur zu reagieren. Aufgrund dieser Analyse bist du nun in der Lage, dich zu positionieren. Welches Produkt bzw. Dienstleistung möchtest du anbieten? Was ist dein Alleinstellungsmerkmal?

2 Zielgruppe

Wenn du dir klar darüber bist, womit du die nächsten Jahre dein Geld verdienen möchtest, überlege, an wen du dich wendest.

Verfalle bitte nicht dem Irrtum, je größer deine Zielgruppe, desto größer dein Erfolg. Dem ist nicht so. Unser Markt ist so gut wie gesättigt, d. h. es gibt (fast) nichts, was es nicht schon gibt. Die Kunst besteht darin, sich von den anderen abzuheben. Wie schaffst du es nun, deine Zielgruppe klar zu definieren? Ein konstruktiver und einfacher Weg hierfür ist der **Elevator Pitch**. Ein weiteres hilfreiches Tool ist die Erstellung eines **Kundenavatar**.

3 Wettbewerb

Nun aber zu deinen Wettbewerbern. Am Besten siehst du diese gar nicht als Wettbewerber, sondern eher als **Mitbewerber**. Du kannst nur von ihnen lernen, und sei es, sie zeigen dir auf, wie du es auf keinen Fall machen möchtest.

Im Idealfall aber kannst du dich von ihnen inspirieren lassen. Durch sie kannst du deine Zielgruppe einschränken. Du kannst schauen, wie sie ihr Marketing angehen. Vielleicht könnt ihr euch sogar ergänzen und euren Kunden so einen Mehrwert bieten. Das Zauberwort heißt hier **Netzwerken**.

Betrachte alles aus verschiedenen Perspektiven!



Schritt 2: Hosting

1 Domain

Eine Domain ist die Adresse im Internet, mit der du von deinen Kunden im Web gefunden wirst. Im Idealfall ist dein Domainnamen auch dein Unternehmensnamen, gefolgt von .de oder .com. Weitere Endungen wie .org, .online, .name, o. ä. stehen für spezielle Branchen. Beschränkt euch also im Normalfall auf .de und .com. Indem du mehrere Domains registrierst, steigert du die Sichtbarkeit deiner Webseite.

Mögliche Schreibweisen:

www.marketingtogo-mv.de | www.marketingtogomv.de | www.marketingtogomv-werbeagentur.de

2 Server

Beachte bei der Auswahl eines geeigneten Servers auf folgende Punkte:

1. Standort des Servers (wenn möglich Deutschland) 2. Speicher 3. Anzahl der Inklusivdomains und 4. E-Mail-Adressen

Es gibt noch weitere Attribute, die die verschiedenen Server unterscheiden. Da ich aber davon ausgehe, dass nicht alle unter euch so technikaffin sind, beschränke ich mich hier auf diese 4 Punkte.

3 E-Mail

Eine professionelle E-Mail-Adresse beginnt i. d. R. mit info@mein-unternehmen.de. Das ist auch völlig legitim. Nun stell dir aber mal vor, du möchtest eine E-Mail an ein Unternehmen versenden, und du weißt die Adresse nicht. Nun sind unsere heutigen E-Mail-Dienstprogramme ja so intelligent, dass man nur den Anfang einer E-Mail-Adresse in das dafür vorgesehene Feld schreibt, und automatisch werden alle Adressen mit info@... vorgeschlagen. Und das sind jede Menge. Sei also auch hier kreativ und gestalte deine E-Mail-Adresse so, dass sie im Kopf bleibt oder zumindestens einfach gefunden wird.

Sei kreativ und hebe dich auch mit deinem Namen ab!



Schritt 3: Webseite

1 Dienstprogramm

Wenn du diese Tipps liest, wirst du wohl eher nicht zu den Menschen gehören, die Webseiten selbst programmieren können. Ich beschränke mich in meinen Tipps für dich auf sogenannte Baukastensysteme.

WordPress | Jimdo | Wix ist nur eine kleine Auswahl von Anbietern. WordPress ist eher für User gedacht, für die CSS und HTML keine Fremdwörter sind. Ich persönlich empfehle **Wix**. Es ist sehr intuitiv und leicht verständlich auch für Leihen. Es gibt zwei Möglichkeiten mit Wix zu arbeiten.

Wix ADI erstellt dir auf Grundlage von Informationen über dich bzw. dein Business deine Website. Unabhängiger und freier bist du mit dem **Wix Editor**. Hier kannst du unter einer Vielfalt an Vorlagen eine für dich geeignete auswählen und wie es dir passt, verändern bzw. anpassen.

2 Content

Bevor du nun mit dem Befüllen deiner Webseite beginnst, solltest du dir darüber im Klaren sein, was deine Webseite bieten soll. Ist sie z. B. eine reine Informationsseite? Möchtest du etwas auf deiner Seite verkaufen? Möchtest du, dass deine KundInnen über deine Seite Termine buchen? Je nachdem entscheidet sich, welches Paket du kaufen solltest.

Design Faustregeln:

nicht mehr als 5 Menüpunkte | Überschriften Hierarchien beachten | CD Farben verwenden | Links und Backlinks

3 SEO

Wix führt dich durch den SEO-Bereich und zeigt dir auf, wo noch Schwachstellen auf deiner Seite vorherrschen. Wichtig für ein gutes Ranking ist die Qualität deines Contents. Das bedeutet, der Inhalt jeder Seite sollte deine jeweiligen Keywords beinhalten. Verlinkungen aller Seiten untereinander sowie Backlinks sind ebenfalls positiv. Eine große Quelle an Backlinks sind die unzähligen Social Networks. Facebook, YouTube und Twitter sind hier die bekanntesten, aber es gibt natürlich noch viele mehr. Achte darauf, dass alle Verlinkungen auch korrekt sind.

Schuster bleib bei deinen Leisten - Nimm Hilfe an!



Deine neue Webseite

Zu guter Letzt.

Bedenke bitte: **WENIGER IST MEHR.** Sicherlich ist eine Homepage auch Geschmacksache, aber gewisse grafische und inhaltliche Regeln sollte man beachten, um einen professionellen Eindruck zu hinterlassen. Lass dich gerne auch von anderen Webseiten inspirieren. Vor allem aber entscheide dich für einen Stil. Deshalb ist es wichtig, vorab deinen Businessplan auszuarbeiten. Wofür willst du stehen? Welche Zielgruppe möchtest du ansprechen?

Wenn deine Webseite nun fertig ist, streue sie in für dich relevanten Portalen. Das größte ist z. B. 11880. Suche auch für deine Branche spezielle Portale wie www.werbeagentur.de oder www.dbvc.de o. ä.

Vergiss nicht einen Newsletter anzubieten, wenn du regelmäßigen Content streuen willst. Hierfür ist es wichtig, die aktuellen Datenschutzregeln zu kennen und anzuwenden. Danke bitte auch ans Impressum, Cookie Hinweise und Double OptIn Regeln.

Nun wünsche ich dir aber erst einmal viel Spaß mit deiner neuen Webseite und ein erfolgreiches Business.

Bitte beachte, dass dies nur persönliche Tipps zum Erstellen deiner Webseite sind. Eine Garantie auf Vollständigkeit und rechtliche Absicherung gebe ich nicht. Informiere dich bei den entsprechenden Profis, um eine sichere und professionelle Webseite zu erhalten und auch zu pflegen.

NICHTS IST IN STEIN GEMEIBELT! DU HAST JEDERZEIT DIE MÖGLICHKEIT, INHALTE ZU VERÄNDERN ODER ANZUPASSEN. DER WEG IN DIE SELBSTSTÄNDIGKEIT IST EIN PROZESS, DEN MAN NICHT ABSCHLIEBT.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Beate'.

Deine Beate