



Der Einstieg

Von Mathias Maul

Die drei Elemente eines wirkungsvollen Online-Auftritts für Coaches, Trainer, Therapeuten und alle anderen.

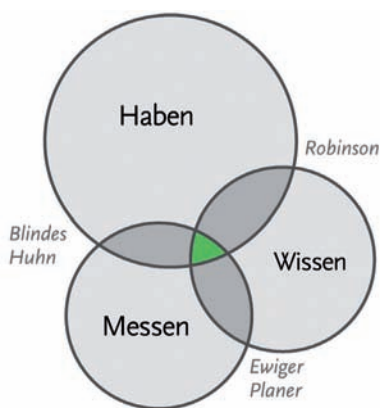
Wer kennt sie nicht, den Kumpel oder Nachbarn oder die beste Freundin des Cousins, die nebenbei Websites bastelt? Es kann doch nicht so schwer sein: Ein paar Texte, Grafiken, ein Menü und eine coole Domain, und – schwupps – fließen die Klienten in Ihre Praxis. Nicht?

Nein, natürlich nicht. Eine Website ist nichts weiter als ein winzig kleiner Punkt in den nahezu unendlichen Weiten des WWW. Die Kunst im Online-Marketing ist, diesem winzigen Punkt so viel Anziehungskraft zu verleihen, dass die Zielgruppe nicht anders kann, als immer und immer wieder dort zu landen. Um dies zu bewirken, müssen Sie drei Elemente beachten: Haben, Wissen und Messen.

Es gibt Coaches (ebenso wie Ärzte, Therapeuten, Trainer, Bäcker), die haben eine Website. Ebenso gibt es Anbieter, die über die Ziele ihrer Website genau Bescheid wissen, und eine

(wenn auch kleine) Menge von Website-Betreibern, die messen, ob diese Ziele erreicht werden. Betrachten Sie das nebenstehende Diagramm: Alle Kombinationen sind möglich, doch nur Websites in der Schnittmenge aller drei Elemente sind tatsächlich wirkungsvoll. Alle anderen sind Kompromisse: Eine Website

zu haben und die Ziele zu kennen führt zu einem Robinson-Dasein, denn nie wird gemessen, ob die Wirkung erreicht wird. Die ewigen Planer wissen zwar, was sie wollen und wie sie es messen würden, doch zur konkreten Umsetzung sind sie „irgendwie noch nicht gekommen.“ Schließlich gibt es die blinden Hühner, die, wie wir alle wissen, ab und an ein Korn finden, dennoch planlos durchs Web eiern.



Das Web ändert sich zu rasant, als dass gedruckte Medien mithalten könnten. Alle Ressourcen, Downloads und Links zu diesem Artikel finden Sie hier: www.maulco.de/ks2010

Viele meiner Kunden waren in einer dieser Kompromiss-Schnittmengen gefangen, manchmal für Jahre. Sie wunderten sich, wieso ihre Website „nicht funktionierte“ und bemerkten nicht, dass sie eines der drei Elemente vernachlässigt hatten. Die Lösung ist einfach: Starten Sie von vorn und ziehen Sie alle Elemente gleichzeitig in kleinen Schritten nach oben, ähnlich wie die Regler an einem Mischpult.

Wenn Sie mich durch diese Serie begleiten und eine tatsächlich wirkungs- und erfolgreiche Website haben wollen, habe ich nun drei Aufgaben für Sie:

1. Wählen Sie genau ein Angebot oder Produkt aus Ihrem Portfolio, das Sie sortiert und effektiv online bewerben wollen. Fassen Sie den Hauptnutzen für Ihre Kunden in einem Satz zusammen.
2. Wenn Sie noch keine Website haben, legen Sie sich eine zu. Das kostet nichts außer ein paar Klicks. (Wie? Siehe Kasten oben.) Hinterlegen Sie auf dieser Website einen Verkaufstext, den Sie in dieser Form auch im Akquisegespräch sagen würden. Attraktive Überschrift, passendes Foto, Kontaktdaten, Impressum, fertig. Wenn Sie bereits eine Website haben, tun Sie dasselbe: Legen Sie eine neue Website an und beschränken sich auf ein Angebot.
3. Installieren Sie Google Analytics oder einen vergleichbaren Statistikdienst auf der neuen Website.

Einfachheit siegt, und dies ist der erste Schritt zu einer einfachen und wirkungsvollen Website. Lesen Sie in Teil 2 dieser Serie, wie Sie auf dieser Basis beginnen, Gewinn zu erwirtschaften. Bis dahin: Viel Spaß!

Was Sie in diesem Jahr in KS unter dieser Rubrik weiter erwartet:

Heft 2: Der Produkt-Trichter:

Schritt für Schritt zum Premium-Angebot

Heft 3: Audio und Video: Alle Kanäle nutzen

Heft 4: Social Marketing: Der Markt ist Konversation

Heft 5: Traffic, Traffic, Traffic: Verkehrsberuhigung war gestern

Heft 6: Selbstoptimierung: Wenn Websites „denken“ lernen



Mathias Maul, Linguist, Informatiker, Experte für Nischen- und Online-Marketing für Mediziner, Coaches und Trainer, hallo@maulco.de.

Kommunikation

Februar 2010

Gewaltfreie Kommunikation • NLP • Business

Seminar

Coaching • Mediation • Pädagogik • Gesundheit

Klartext mit GFK

Friedemann Schulz von Thun und Gerlinde R. Fritsch diskutieren



K&S ist das Magazin für Profis, die Menschen in Veränderungsprozessen begleiten.

Die Zeitschrift wendet sich an Berater, Coaches, Therapeuten, Manager und vermittelt Wissen zu modernen kommunikativen Methoden. K&S erscheint alle zwei Monate aktuell beim Junfermann Verlag, Paderborn. www.ks-magazin.de



Krise und Empathie

Was Manager bewegen können



Blick in die Seele

Zeichnen im Coaching



Der Kopf läuft mit

Saisonstart für Mental Marathon