

Website verbessern

Meine Domain:

CHEFIN

Ing. Marie-Luise Bolius
Grafikdesign & Webdesign



CHEF

DI Dr. David Bolius
Beratung & Support

Wir stehen Ihnen nicht nur als Designer, sondern auch als Berater zur Verfügung. Kontaktieren Sie uns, um mehr darüber zu erfahren, wie wir gemeinsam an der Verwirklichung Ihrer Webprojekte arbeiten können.



Vision • Intention

Jede Website beruht auf einer einzigartigen Intention und einer Vision. Ganz gleich, ob Sie eine Unternehmenswebsite, einen Blog, einen E-Commerce-Shop oder eine persönliche Webseite erstellen, es ist entscheidend, von Anfang an eine klare Vorstellung davon zu haben, was Sie mit Ihrer Website erreichen möchten. Die Intention Ihrer Website bildet das Fundament für Ihr Design, Ihre Inhalte und ihre Funktionalitäten. Sie definiert, welche Botschaft

Sie vermitteln möchten, welche Ziele Sie erreichen wollen und welche Bedürfnisse Ihrer Zielgruppe erfüllt werden sollen. Die Vision spiegelt, wer Sie als Betreiber der Website sind und was Ihre Berufung ist.

Nach dem Niederschreiben werden Sie so einen roten Faden haben, der sich danach durch Ihre Website ziehen lässt.

Gerne unterstützen wir Sie dabei mit unserem [Angebot des "Vision-Talk"](#).

Was tun Sie?	
Wie tun Sie, was Sie tun?	
Warum tun Sie, was Sie tun?	

Intention & Vision

Was soll erreicht werden?

Viele Websites wurden ohne klare Ziele erstellt, was zu Frustration führt – zu wenige Kunden, zu wenige Anfragen, zu wenig Umsatz. Eine Website ohne klare Ziele ist wie ein Schiff ohne Kompass im Ozean des Internets.

Daher ist die klare Zielsetzung der erste und entscheidende Baustein, den jede erfolgreiche Website benötigt. Auch wenn die Zielsetzung nicht direkt

für die Besucher sichtbar ist, bildet sie das Fundament für den gesamten Erfolg. Eine klare Zielsetzung wird nicht nur den Weg weisen, sondern auch sicherstellen, dass jeder Aspekt Ihrer Website auf das Erreichen dieser Ziele ausgerichtet ist. Denn eine Website ohne klare Zielsetzung ist wie ein Geschäft ohne Strategie – es fehlt der klare Weg zum Erfolg.

Mögliche Zielsetzungen ...

Markenbildung und Kundeninteraktion:

- Markenbildung stärken, seriöse und vertrauenswürdige Außenwirkung erzielen.
- Kundenbewertungen und Testimonials sammeln.
- Lead-Generierung für Marketingkampagnen.
- Community-Aufbau.
- Kundenbindung und -pflege.
- Social-Media-Integration und Interaktion.
- Veranstaltungen und Webinare fördern.
- Integration von Multimedia-Inhalten.

Vertriebs- und Umsatzziele:

- Gewinnung von neuen Interessenten und Kunden.
- Umsatz mit Website generieren.
- Terminbuchungen für Erstgespräche generieren.
- E-Commerce-Verkäufe steigern.

Sichtbarkeits- und Managementziele:

- Online-Sichtbarkeit und Reichweite erhöhen.
- Recruiting und Mitarbeitergewinnung.
- Umweltschutz und Nachhaltigkeit fördern.
- Kooperationen und Partnerschaften aufbauen.
- Internationale Expansion und Zielgruppen diversifizieren.
- Website als Plattform positionieren.

Präsentations- und Informationsziele:

- Präsentation meiner Services und Dienstleistungen.
- Informationsbereitstellung und Blogging.
- Nischenwissen zu Verfügung stellen.

Grundsätzlich bei Kleinunternehmen:

- Bei Shops: Verkäufe maximieren
- Bei Dienstleistern: Kontaktanfragen maximieren

Notizen:

Was fehlt Ihrer Website?

Ihre Website ist das digitale Aushängeschild Ihres Unternehmens. Eine gründliche Analyse kann entscheidend sein, um sicherzustellen, dass sie Ihre Ziele erfüllt. Schauen Sie sich die folgenden Punkte an, um mögliche Herausforderungen zu erkennen: Das reicht von nicht ansprechendem Design über veraltete Informationen bis hin zu SEO-Problemen. Diese Checkliste ist

nicht nur ein Werkzeug zur Identifizierung von Schwächen, sondern auch der Ausgangspunkt für positive Veränderungen. Wir laden Sie ein, die nächsten Schritte zu planen, um Ihre Website zu optimieren und sicherzustellen, dass sie ein effektives Instrument für den Erfolg Ihres Unternehmens ist.

Defizite Ihrer Website ...

Ursachen im Bereich:

Mögliche Maßnahmen:

Defizite Ihrer Website ...	Ursachen im Bereich:				Mögliche Maßnahmen:
	Look	Sichtbarkeit	Technik	anderes	
Keine Anfragen					
- Design nicht ansprechend	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	_____
- komplizierte Struktur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	_____
- zu viele Infos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	_____
- alte Infos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	_____
- wenige Kontaktmöglichkeiten (CTA)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	_____
- Kontaktformular zu kompliziert	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	_____
Alte Website					
- nicht mobilfähig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	_____
- Angebot stimmt nicht mehr	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	_____
- alte Fotos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	_____
Schlechts Google-Ranking					
- langsames Laden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	_____
- keine Backlinks	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	_____
- keine Nischen genützt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	_____
- Topics nicht untereinander verlinkt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	_____
- kein Google Business	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	_____
- Fotos nicht beschrieben	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	_____
Potential als Marketing Tool nicht genützt					
- Unternehmerische Intention nicht erkennbar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	_____
- nicht selbst verwaltet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	_____
- keine aktuellen Infos oder Angebote	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	_____
- kein Blog/kein Newsbereich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	_____
- keine Jobs-Seite	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	_____
- kein Newslettersystem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	_____



Buchen Sie unser Website Analyse Service, greifen Sie auf unsere Erfahrungen zurück und lassen Sie sich inspirieren!

Struktur finden ...

In diesem Workbook werden Sie die Gelegenheit haben, von unserer langjährigen Expertise im Bereich des Webdesigns zu profitieren. Wir, David und Marie-Luise sind Designer, Tüftler, Visionäre, die ihre Leidenschaft in zeitlosen Webdesign und Grafikdesigns zum Ausdruck bringen. Dieses Workbook führt Sie durch die essenziellen Elemente der Gestaltung von Webseiten und bietet wertvolle Einblicke in den Aufbau einer ansprechenden Startseite, Angebotsseite, Über-mich-Seite,

Blogseite und Kontaktseite. Nutzen Sie unsere Erfahrung und Tipps, um Ihre Webpräsenz auf das nächste Level zu heben. Und vergessen Sie nicht, uns Ihre eigenen Projekte vorzustellen. Wir sind gespannt auf Ihre Ideen und helfen Ihnen gerne bei der Umsetzung!

Warum Struktur wichtig ist?

Das Erstellen einer erfolgreichen Homepage erfordert eine sorgfältige Planung und Umsetzung. Um sicherzustellen, dass Sie keine wichtigen Elemente übersehen, haben wir diese Checkliste zusammengestellt. Sie ermöglicht es Ihnen, den Überblick über die entscheidenden Komponenten zu behalten, die eine Basishomepage effektiv und ansprechend machen.

Eine gut strukturierte Homepage ist der Schlüssel, um Besucher zu informieren, zu überzeugen und zur Interaktion zu bewegen. Von der ersten Sekunde an, in der ein Besucher Ihre Seite öffnet, bis hin zur Kontaktaufnahme oder zum Erwerb Ihrer Produkte oder Dienstleistungen, sind alle Komponenten Ihrer Homepage von entscheidender Bedeutung.

Sie möchten Unterstützung?

Wir stehen Ihnen nicht nur als Designer, sondern auch als Berater zur Verfügung. Wir verstehen, dass die Erstellung einer erfolgreichen Homepage nicht nur das Design, sondern auch klare Vision und Strategie erfordert.

Wenn Sie noch am Anfang der Reise stehen und Unterstützung bei der Vision Suche für Ihre Webseite benötigen, sind wir hier,

um Ihnen zu helfen. Wir können Ihnen dabei helfen, Ihre Ziele, Botschaft und Zielgruppe zu definieren, um sicherzustellen, dass Ihre Homepage und die Bedürfnisse Ihrer Besucher erfüllt. Kontaktieren Sie uns, um mehr darüber zu erfahren, wie wir gemeinsam an der Verwirklichung Ihrer Webprojekte arbeiten können.



Struktur Checkliste

Diese Checkliste führt Sie durch die wichtigsten Aspekte, von der klaren Navigation über einen ansprechenden Hero-Bereich bis hin zur Implementierung von Call-to-Action-Elementen. Sie sorgt dafür, dass Sie

nichts übersehen, das Ihre Homepage erfolgreicher macht. Wir hoffen, dass Sie diese Checkliste nutzen, um Ihre Homepage auf die nächste Stufe zu heben und Ihre Online-Präsenz zu optimieren.

Header (Kopfbereich)

- Logo und/oder Unternehmensname
- Hauptnavigationsmenü mit klaren Verlinkungen zu den wichtigsten Seiten
- Suchleiste (optional)

Hero-Bereich (Einführungsbereich)

- Auffällige Überschrift (Headline)
- Kurzer, prägnanter Slogan
- Ansprechendes Bild oder Grafik, die das Thema der Seite widerspiegelt
- Haupt-Call-to-Action (z. B. "Mehr erfahren", "Jetzt kontaktieren")

Dienstleistungs- oder Produktübersicht (optional)

- Kurze Beschreibungen der angebotenen Dienstleistungen oder Produkte
- Ansprechende Bilder oder Icons

Referenzen oder Kundenbewertungen

- Positive Kundenrezensionen oder Erfolgsgeschichten
- Logos von bekannten Kunden oder Partnerunternehmen (falls zutreffend)

Angebotsseite

- Detaillierte Beschreibungen von Dienstleistungen oder Produkten
- Preisgestaltung oder Preisinformationen
- Bilder oder Grafiken zur Veranschaulichung

Über mich Seite

- Informationen über die Person/das Unternehmen
- die Geschichte und die Mission
- Bilder des Teams (optional)
- Unternehmenswerte und -philosophie

Blog-Seite

- Liste der neuesten Blogbeiträge mit Überschriften und Vorschaubildern
- Kategorien und Tags zur besseren Navigation
- Möglichkeit, Beiträge zu kommentieren und zu teilen (optional)

Kontaktinformationen

- Kontaktformular mit Feldern für Name, E-Mail, Betreff und Nachricht
- Telefonnummer und E-Mail-Adresse
- Physische Adresse (falls zutreffend)
- Links zu sozialen Medien

Footer (Fußzeile)

- Kontaktinformationen
- Copyright-Hinweis
- Datenschutzerklärung und Impressum-Verlinkungen
- Schnelle Navigationslinks zu wichtigen Seiten
- Kleines Kontaktformular (optional)

Call to Action (Handlungsaufforderungen)

Platzierte Schaltflächen, die die Besucher zur Kontaktaufnahme, Anmeldung oder einem bestimmten Ziel leiten

Responsives Design

Stellen Sie sicher, dass die Homepage auf verschiedenen Geräten (Desktop und Mobil) korrekt angezeigt wird.

Ladezeitoptimierung

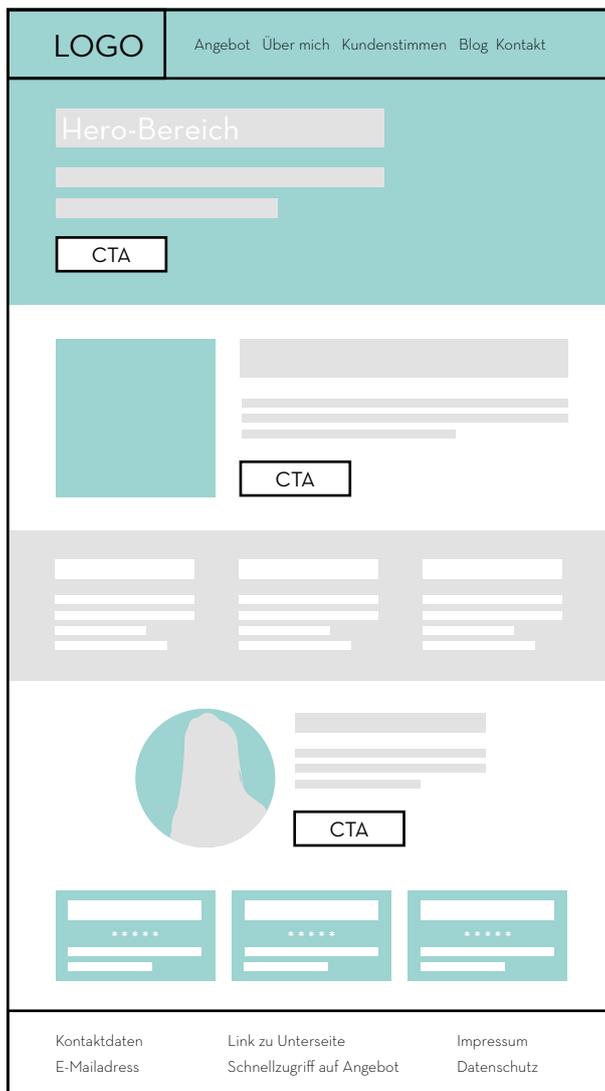
Die Seite sollte schnell geladen werden, um die Benutzererfahrung zu verbessern.

Diese Checkliste bietet eine grundlegende Struktur für eine Homepage. Je nach den spezifischen Anforderungen Ihres Unternehmens können zusätzliche Elemente hinzugefügt werden.

Startseite

Ihre Startseite ist der erste Eindruck, den Besucher von Ihrer Website erhalten. Beginnen Sie mit einer auffälligen Überschrift und einem ansprechenden Bild, um das Interesse zu wecken. Die Startseite sollte auch eine kurze Zusammenfassung Ihrer Dienstleistungen oder Produkte enthalten und klare

Handlungsaufforderungen, um die Besucher dazu zu ermutigen, mehr zu erfahren oder Kontakt aufzunehmen. Zeigen Sie auf dieser Seite auch positive Kundenbewertungen oder Erfolgsgeschichten, um Vertrauen zu schaffen.



ABOVE THE FOLD • STARTSEITE

Logo & Navigation

Hero-Bereich

In 3 Sekunden, muss erfasst sein "hier bin ich richtig". Nach diesen 3 Sekunden taucht der/die Besucher:in tiefer in die Seite ein.

CTA

Call-To-Action zum Angebot oder zur Kontaktaufnahme zum Erstgespräch.

WAS?

In diesem Bereich gehört klar formuliert was das Angebot ist. Und die Möglichkeit Details zu erfahren.

Zu empfehlen ist es, die Angebote kurz anzuführen und das Spektrum der Seite zu skizzieren, z.B. die drei Hauptthemen anführen.

WER?

Eine kurze Vorstellung, mit Bild und ein paar persönliche Zeilen mit einer kurzen Botschaft, warum man das tut, was man gerne tut. Natürlich mit einem Aufruf Kontakt aufzunehmen.

KUNDEN:INNENSTIMMEN

Die persönliche Erfahrung von Kunden auf der Website zu teilen, ist ein nicht mehr wegzudenkender Abschnitt. Die Zeilen anderer zu lesen, die eine Aussage treffen tragen zur Seriosität bei.

ENDE DER SEITE • FOOTER

Die wichtigsten Kontaktdaten gehören hier platziert, weiters "Schnellzugriffe" zum Angebot. An dieser Stelle ist es üblich, dass Impressum und Datenschutz erscheint.

Angebotsseite

Die Angebotsseite ist der Ort, an dem Sie detaillierte Informationen zu Ihren Dienstleistungen oder Produkten präsentieren. Hier können Sie die Merkmale, Vorteile und den Nutzen Ihrer Angebote erläutern. Transparente Preisgestaltung und die Möglichkeit, verschiedene Pakete oder Optionen

anzubieten, sind entscheidend. Nutzen Sie hochwertige Bilder und Grafiken, um Ihre Angebote zu veranschaulichen, und zeigen Sie, wie Ihre Dienstleistungen oder Produkte anderen bereits geholfen haben. Stellen Sie sicher, dass die Besucher leicht Kontakt aufnehmen oder bestellen können.



ABOVE THE FOLD • ANGEBOT

In wenigen Sekunden soll erfasst werden, was das Angebot ist und welchen Nutzen es hat.

WOZU?

Der Nutzen der Dienstleistung, des Produkts, des gelösten Problems steht im Mittelpunkt dieser Seite. Der Mehrwert soll hier schnell zu erfassen sein.

WAS?

Hier ist mehr Platz um den Mehrwert zu beschreiben, auch der Ablauf des Prozesse kann hier erklärt werden. Wichtig ist in der Kommunikation einfach zu bleiben und zur Kontaktaufnahme oder zum Kauf des Produktes aufzurufen.

KUNDEN:INNENSTIMMEN

WER?

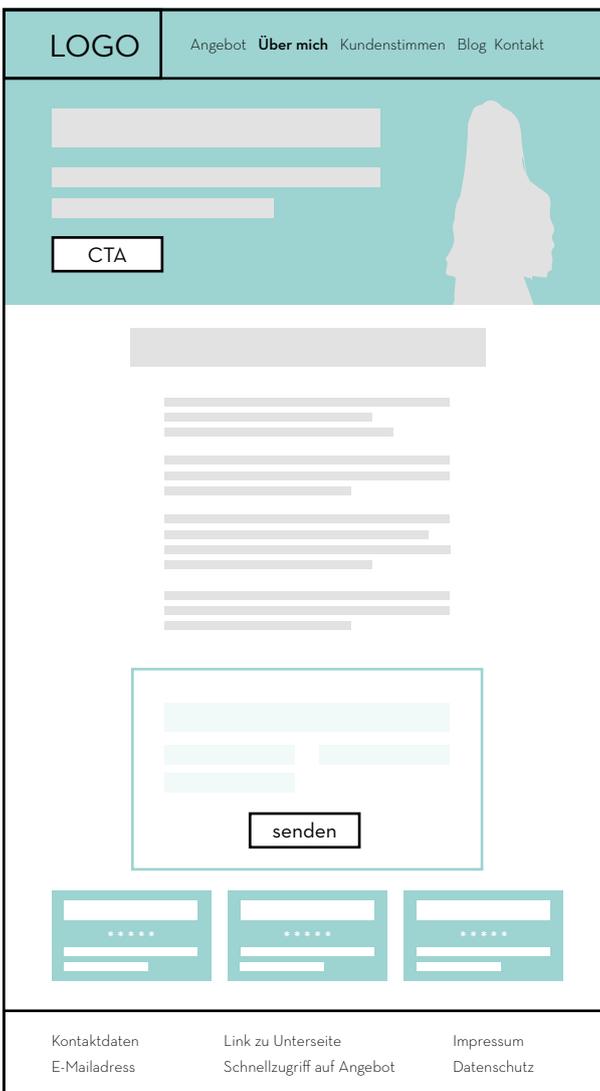
Auch auf der Angebotseite ist es dienlich noch die Person, die hinter dem Angebot steht zu zeigen. Das schafft Vertrauen und man macht Verbindung.

FOOTER

Über-mich-Seite

Die Über-mich-Seite bietet die Gelegenheit, Vertrauen aufzubauen und eine persönliche Verbindung zu potenziellen Kunden herzustellen. Teilen Sie Ihre Unternehmensgeschichte und Ihre Motivation für das, was Sie tun. Wenn Sie ein Team haben, stellen Sie die Mitglieder vor und betonen Sie deren Qualifikationen. Ihre Unternehmenswerte und Herangehensweise an die

Arbeit sollten klar dargelegt werden. Zeigen Sie auch Anerkennungen oder Zertifikate, die Ihr Unternehmen erhalten hat, um Ihre Glaubwürdigkeit zu unterstreichen. Nicht zuletzt: Geben Sie klare Kontaktmöglichkeiten an, damit Besucher Sie leicht erreichen können.



ABOVE THE FOLD • ÜBER MICH

Ein Zitat, eine Botschaft, ein kurzer Satz zur Unternehmensvision, einfach und klar formulieren und mit einer Einladung zur Kontaktaufnahmen verbinden.

WER?

Eine kurze Geschichte über Sie und wie es zu der Dienstleistung oder zum Produkt gekommen ist, bleibt in Erinnerung. Sympathisch und kurz. Einige Keyfacts dürfen hier auch Platz finden.

KONTAKTFORMULAR

Es reichen für eine erste Kontaktaufnahme Name, E-Mailadresse und, wenn gewünscht, aber nicht Pflicht, eine Telefonnummer. Und natürlich Platz um eine Nachricht zu schreiben.

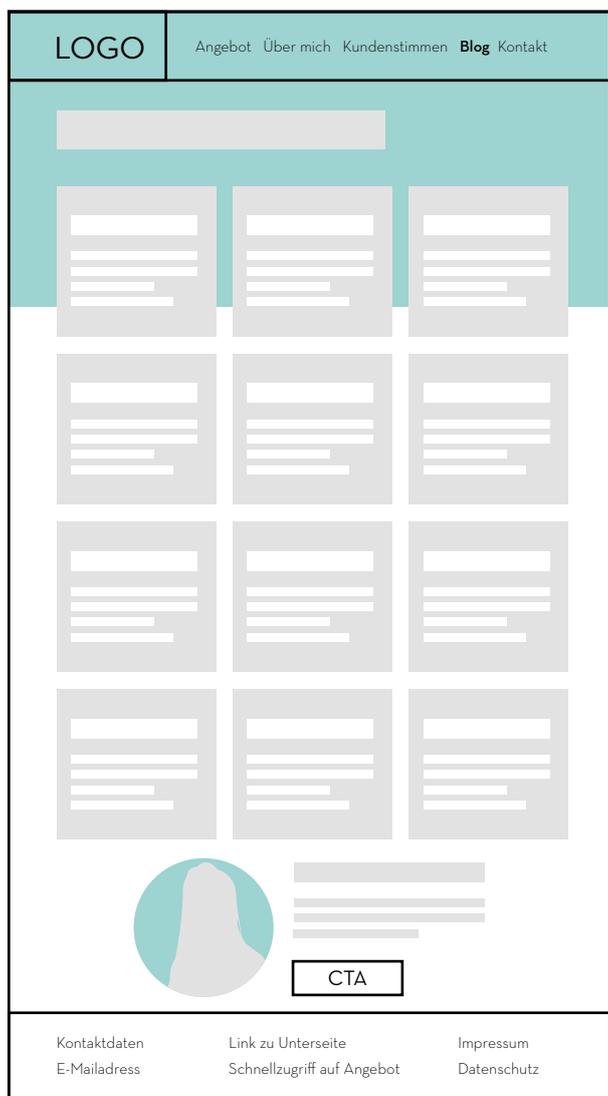
KUNDEN:INNENSTIMMEN

FOOTER

Blogseite

Auf Ihrer Blogseite sollten Sie hochwertige, relevante Inhalte präsentieren, um Besucher zu informieren und zur Interaktion mit Ihnen einladen. Achten Sie darauf, dass Ihre Artikel gut strukturiert und leicht verständlich sind. Nutzen Sie ansprechende Bilder oder Grafiken, um die Aufmerksamkeit zu gewinnen.

In den Blogposts sollten Sie Ihre Expertise und Einblicke teilen, die für Ihre Zielgruppe nützlich sind. Verwenden Sie klare Kategorien und Tags, um die Navigation zu erleichtern und fördern Sie die Interaktion durch Kommentare oder die Möglichkeit, Artikel zu teilen.



ABOVE THE FOLD • BLOG

Hier kann man gleich mit den Blogbeiträgen starten.

WER?

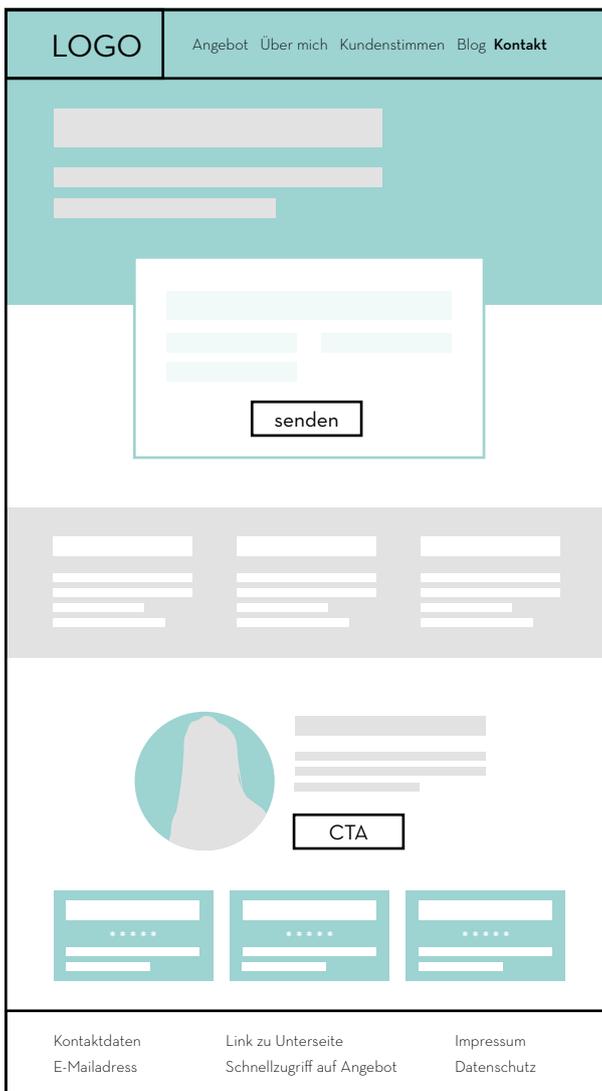
Auch auf der Blog Seite ist es sinnvoll kurz über den/die Verfasser:in zu schreiben. Auch was das persönliche Ziel des Blogs ist darf hier Platz finden.

FOOTER

Kontaktseite

Die Kontaktseite ist entscheidend, um die Kommunikation mit Besuchern zu erleichtern. Geben Sie klare Kontaktinformationen an, einschließlich einer E-Mail-Adresse, Telefonnummer und gegebenenfalls einer physischen Adresse, wenn zutreffend. Verwenden Sie ein gut sichtbares Kontaktformular,

das einfach auszufüllen ist. Denken Sie daran, Datenschutzrichtlinien und Hinweise zur Verarbeitung persönlicher Daten hinzuzufügen, um rechtlichen Anforderungen zu entsprechen. Schnelle Reaktionszeiten auf Anfragen sind entscheidend, um das Vertrauen der Besucher zu stärken.



ABOVE THE FOLD • KONTAKT

Die Einladung Kontakt aufzunehmen kann hier auch mit der Information ergänzt werden, wie das Erstgespräch verläuft. Weiters sollte die Telefonnummer gut ersichtlich sein, denn es gibt immer viele Menschen, die gerne telefonieren.

KONTAKTFORMULAR

Es reicht für eine erste Kontaktaufnahme aus, den Besucher um folgendes zu bitten: Name, E-Mailadresse und wenn gewünscht, aber nicht Pflicht eine Telefonnummer. Und natürlich Platz um eine Nachricht zu schreiben.

WAS?

Hier kann auch erneut ein kurzer Abriss über das Angebot erfolgen. Sollte von dieser Seite aus jemand gleich anrufen, hat er die Grundinfos zu Ihrem Angebot gleich vor sich.

WER?

Auch an dieser Stelle ist ein Foto gut, denn so hat der Anrufer auch gleich ein Foto von Ihnen vor sich. Das baut eine Verbindung auf.

KUNDEN:INNENSTIMMEN

FOOTER

Ziele

Die Definition von klaren Zielen für Ihre Website ist der Schlüssel zum Erfolg. Wenn Sie Ihre Wünsche und Ziele für Ihre Website klar und detailliert formulieren, schaffen Sie nicht nur eine klare Vision, sondern auch einen klaren Pfad, um dorthin zu gelangen. Oftmals kann der Prozess der Erstellung einer Website überwältigend erscheinen, wenn man nur das "große Ganze"

betrachtet. Aber indem Sie Ihre Ziele in Etappen aufteilen, wird jeder Schritt auf dem Weg zu einem Erfolgserlebnis. Mit klaren Zielen vor Augen werden Sie nicht nur wissen, wohin Sie gehen, sondern sich auch erfolgreich auf dem Weg dorthin fühlen.

ZIEL 1

In den nächsten 3 Wochen

erreicht

ZIEL 2

In den nächsten 3 Monaten

erreicht

ZIEL 3

In den nächsten 12 Monaten

erreicht

Viel Erfolg!

Sie möchten bei der Analyse Ihrer Website auf unsere Erfahrung zurückgreifen?

Dazu haben wir auch ein Angebot für Sie!



Wir stehen Ihnen nicht nur als Designer, sondern auch als Berater zur Verfügung. Kontaktieren Sie uns, um mehr darüber zu erfahren, wie wir gemeinsam an der Verwirklichung Ihrer Webprojekte arbeiten können.

