

Websites für Berater, Coachs, Trainer und Solo-Unternehmer – Teil 1

Warum Coachs und Trainer eine kommunizierende Website brauchen

Ihre Klientel wird immer mobiler – insbesondere online. Sie können sich nicht mehr darauf verlassen, dass Sie trotz guter Reputation bei Suchanfragen im Web auch schnell gefunden werden. Es sei denn, Sie haben eine responsive und mobil-freundliche Website. Wenn nicht, lesen Sie hier, worauf es für Sie als Trainerin oder Coach ankommt.

Was Ihre Kundinnen und Kunden und Kunden suchen und erwarten

Empfehlungen und direkte Kundenkontakte sind immer noch das beste Mittel zur Kundengewinnung. Ihre Homepage kann dennoch entscheidend sein. Ob Sie oder Ihr Konkurrent „einen Klick weiter“ den Auftrag erhalten:

Irgendwann landen potenzielle Kundinnen und Kunden auf Ihrer Website. Und der Eindruck, den sie hier gewinnen, kann das entscheidende letzte Kriterium sein: Werden Sie angerufen oder einer Ihrer Konkurrenten?

Problemlösungen

Der Personaler eines mittleren Unternehmens ist auf der Suche nach einer Trainerin oder einem Coach. Von Bekannten wurden ihm drei verschiedene Leute empfohlen. Die Empfehlungen hörten sich alle gut an. Der Personaler schaute sich auf den Websites der empfohlenen Coachs um.

Stellen Sie sich vor: Auch Sie sind darunter. Der Personaler ist überzeugt:

"Diesen Coach brauche ich!" Oder: "Diese Trainerin ist doch genau die Richtige für uns!"

Und warum? Weil Sie die richtigen Lösungen in der treffenden Art und Weise auf Ihrer Website anbieten! Keine Floskeln, kein [Beratersprech](#) – stattdessen Antworten auf drängende Fragen.

Dazu brauchen Sie

- Inhalte, die konkrete Fragen beantworten,
- Inhalte, die Lösungsvorschläge unterbreiten,
- Inhalte, die den Kunden Last von den Schultern nimmt,
- Inhalte, die verständlich sind,
- Inhalte, die die Lebensrealität Ihrer (potenziellen) Kundinnen und Kunden aufgreifen.

Professionalität

Warum Ihre Website heute wichtiger ist denn je

- Ihre Website spiegelt Ihre Professionalität und persönliche Integrität wider.
- Ihre Website macht es den NutzerInnen leicht, sich ein Bild von Ihnen und Ihrem Leistungsspektrum zu machen.
- Ihre Website visualisiert Ihre Kompetenzen.
- Ihre Website schafft Vertrauen.
- Ihre Website bedient mit einzigartigen Inhalten und passenden Keywords auch Suchmaschinen wie Google, DuckDuckGo oder Bing.

Kundenerwartungen sind die Richtschnur für die Gestaltung einer geschäftlichen Website – und nicht ein Dogma. Ihre Website muss auch Ihnen gefallen, sonst werden Sie sie nicht aktiv in Ihrem Marketing nutzen.

Dazu brauchen Sie eine Website ...

- mit klarer Struktur, führender Navigation und attraktivem Design,
- mit aktuellen und interessanten Inhalten,
- auf dem neuesten Stand der Technik („State of the Art“).

DIY – empfehlen Sie das auch Ihren KlientInnen?

Wenn Sie Zeit haben, sich mit HTML5, CSS3, JavaScript und Usability gut auskennen, dann sind

Sie nicht nur ein Profi in Sachen Coaching und Training, sondern können auch Ihre Website nach Ihren eigenen Vorstellungen gestalten, ohne das Ihnen irgendjemand hineinredet.

Auf jeden Fall professionell

Und wenn Sie keine Zeit oder nicht ausreichende Kenntnisse haben, Ihre Website selbst professionell zu erstellen, dann lassen Sie sie von einem Profi programmieren. Ihre Vorteile: Sie bekommen einen wirklich individuellen Internet-Auftritt ohne Kompromisse, der auf dem neuesten technischen Stand und für Suchmaschinen wie für Menschen optimiert ist.

Websites für Berater, Coachs, Trainer und Solo-Unternehmer – Teil 2

Was macht Sie einzigartig? Warum soll ein möglicher Kunde gerade Sie buchen? Gar nicht so einfach zu beantworten. Unzählige Coachs, Trainer und Beraterinnen bieten ihre Dienste zu allen möglichen Problemen an. Nischen? Die scheinen alle ausgefüllt zu sein. Daher wird sich auf jedes neue Thema gestürzt in der Hoffnung, diese Welle nicht zu verpassen.

Ich denke, es kommt weniger auf die Thematik an als auf die Person, die diese Themen vermittelt. Neben Kompetenz kommt es darauf an, von Anfang an eine solide Vertrauensbasis zu schaffen – auch und gerade online.

Ihr bestes Produkt: Sie!

Qualifizierungen und Zertifikate: gut und schön – aber zuvorderst überzeugen Sie durch Ihre Problemlösungskompetenz. Und diese Fähigkeit gehört in den Fokus Ihrer Website.



Auffallen ohne umzufallen!

Sie sind einzigartig und unverwechselbar. Und deshalb werden Sie gebucht. Mit Ihrer Persönlichkeit setzen Sie sich von Ihren MitbewerberInnen ab.

Ihr größtes Kapital: Vertrauen!

Analog ...

In der analogen Welt entsteht Vertrauen durch Gespräche im direkten Kontakt, durch einen Blick ins Gesicht des Gegenüber, durch gemeinsame Arbeit und Kommunikation. Und in der digitalen Welt? Wie soll das mit der eigenen Website gehen?

... und digital

Im Internet können wir die Körpersprache und die Chemie unserer Gesprächspartner (noch) nicht wahrnehmen und deuten. Wir lesen Texte, sehen Bilder und Videos. Oder vielleicht skypen wir hier und da, aber da sehen wir nur ein großes Gesicht und sonst kaum etwas. Im Internet müssen wir mit anderen Mitteln überzeugen und Vertrauen gewinnen.

Vertrauen – die Leitwährung im Internet

Die Website ist entweder der erste Kontakt oder der Ort, an dem sich Ihre möglichen Neukunden tiefer gehend informieren werden: über Sie und Ihre Angebote, Ihre Kompetenzen und Leistungen, darüber, wie Sie sich darstellen.

So bauen Sie Vertrauen auf:

- Empfangen Sie die Besucherinnen auf Ihrer Website originell und freundlich.
- Führen Sie Ihre möglichen Kunden unterstützend durch Ihre Website.
- Bieten Sie Ihren Besuchern wertvolle und nützliche Informationen an.
- Stellen Sie sich offen und kommunikativ dar.

Kurz: Seien Sie so wie im richtigen Leben!

Sonst noch wichtig ist

Speed – Ladegeschwindigkeit einer Website

Um überhaupt wahrgenommen zu werden, braucht Ihre Website vor allem eins: Eine sehr gute Performance. Sie muss auf allen möglichen Geräten und bei allen möglichen Verbindungen schnell laden, schnell auf dem Bildschirm sichtbar sein.

Wenn Userinnen und User zu lange warten müssen – manche bringen nur [3 Sekunden Wartezeit](#) auf –, dann passiert Folgendes:

„Na, dann eben nicht. Mal sehen, ob der nächste Anbieter schneller ist.“

Auch Suchmaschinen wie Google und Bing [bevorzugen Websites](#), die [schnell laden](#).

Und das schönste Design, die aufwändigsten Animationen und die originellsten Texte nützen Ihnen nichts, wenn die potenziellen Kundinnen und Kunden erst gar nicht auf Ihrer Website landen.

Einzigartige Inhalte

Ob Sie eine Nische besetzt haben oder ob Ihre Angebote am Markt stark vertreten sind: Um sich von Ihrer Konkurrenz abzusetzen und um Ihr Profil zu schärfen, benötigen Sie einzigartige Texte.

Konkret für Ihre Website können das sein:

- Schreiben Sie Artikel mit brandneuen oder ausgefallenen Inhalten.
- Spielen Sie beispielhaft ein schwieriges, aber gelungenes Coaching durch.
- Bieten Sie online kostenfreie Microtrainings an.

Ihre originären Inhalte machen Ihre Website einzigartig. Mit hochwertigen Content wecken Sie das Interesse Ihrer BesucherInnen und bieten ihnen einen willkommenen Mehrwert.

Mit einzigartigen Inhalten sorgen Sie dafür, dass Ihre Website von Suchmaschinen gefunden und von Menschen angeklickt wird.

Individuelles Design

Design ist nicht bloß die Gestaltung einer Website mit Farben, Formen und Typografie. Mit Ihrem Design treffen Sie auch eine Aussage: So will ich gesehen werden, so stelle ich mich dar. Design sendet Signale aus. Mit einem durchdachten Design zeigen Ihren BesucherInnen, dass Sie sie wertschätzen und das gezeigte Interesse ernst nehmen:

- Ich wünsche, dass Sie sich auf meiner Website wohlfühlen.
- Ich optimiere meine Website stets, damit Sie sich leichter zurechtfinden.
- Ich möchte Sie während Ihres Besuchs gut informieren und unterhalten.

Design ist somit auch Inhalt oder Content! Mit einem ansprechenden Design bringen Sie Ihre Inhalte besser und schneller an die Frau und den Mann.

Rüdiger Alte

Bonn, 17.12.2015