

SEO-Tipps

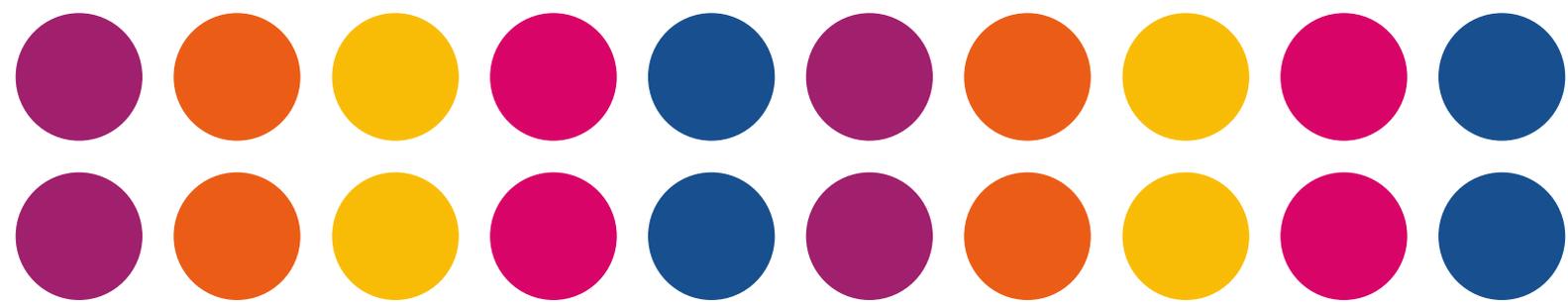
Die perfekte Startseite einer Homepage



Workbook für Frauen

Super **Sabine**

www.super-sabine.de



Inhaltsverzeichnis

Los geht's	4
3 Hauptaufgaben der Startseite	4
1. Emotionen – das A und O	5
2. Vertrauensaufbau – ein Must	6
3. Hauptziel: Weiterklicken!	7
Die wichtigsten Faktoren	9
Die Sicht deiner Business-Lieblingsmensen ist entscheidend.	9
Begrüßung beim Start-Text: Nein!	9
Mach das Thema sofort klar.	10
Ein guter Slogan lädt ein.	10
Kreiere eine aussagekräftige h1.	11
Mach Zwischenüberschriften mit Power.	11
Stell gute Fragen.	12
Gib Antworten!	12
Mach's persönlich!	13
Sag den Ort an.	14
Biete eine Kontaktmöglichkeit.	15
Aktualität bildet Vertrauen.	15
Referenzen: Präsentiere deine Empfehlungen.	16
Setze interne Links auf Ankertexte.	16
Beeindrucke durch authentischen Content und eine gute Übersicht.	17
Kein Preis auf die Startseite!	18
Nutze Pop-ups clever.	18
Verwende Anmeldeformulare an der richtigen Stelle.	19
Richtiges Timing: Schreib die Startseite zum Schluss!	20
Die Gestaltung der Startseite	21
Das 1. Drittel - Above the fold	21
Der Page Speed als Rankingfaktor	21
Mobilfreundlichkeit ist ein Must-have.	22
Nutze dein Corporate Design.	23
Fotos und Videos sind immens wichtig.	23
Sound - bitte auch zum Ausschalten!	24
Usability - mach es den User*innen einfach!	25
Tools & Links	26
Business-Lieblingsmensen (Zielgruppendefinition)	26
Keywords finden	26
SEO-Texte schreiben	26
Interner Link Analyzer (kostenlos)	27
Popupmaker Wordpress Plugin (kostenlos)	27
Page Speed Insights (kostenlos)	27
Pingdom (kostenlos)	27

SEO-Tipps

Die perfekte Startseite einer Homepage - Workbook für Frauen

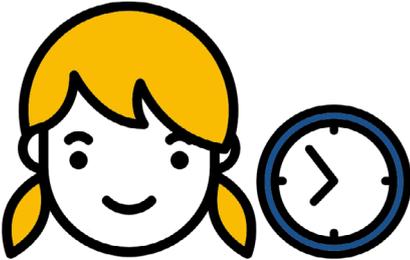
© Sabine Krink - www.super-sabine.de

Webpage Test (kostenlos)	27
Tiny PNG (kostenlos)	27
Mobile-friendly Test (kostenlos)	27
Screenfly (kostenlos)	28
Google Analytics (kostenlos)	28
Audio-Bibliothek von YouTube (kostenlos)	28
Proud Music	28
Überschriften Checker (kostenlos)	28

Wichtiges zum Schluss **28**

Los geht's

Wusstest du, dass die **ersten 2 Sekunden** darüber entscheiden, ob **50 %** deiner potenziellen Besucher*innen auf deiner Startseite bleiben – oder wieder gehen? Lädt sich deine Website in dieser Zeit nicht, sind über die Hälfte der Besucher*innen wieder weg. Ist das Design nicht ansprechend genug, gehen sie wieder. Oder wird das Thema nicht sofort klar, hauen User*innen einfach wieder ab – und suchen sich eine andere Website, die ihnen mehr entspricht.



Es gibt unzählige **Faktoren**, welche die Entscheidung in diesen ersten Sekunden beeinflussen. Deshalb gibt es kein Schema F für die „perfekte“ Startseite – wohl aber viele wichtige Gesichtspunkte, die es lohnt, zu beachten. **Perfekt** ist sie dann, wenn sie dir und deinen Business-Lieblingsemenschen gefällt und wenn sie zugleich **wirksam** ist. Eine Startseite hat ganz bestimmte Aufgaben, die ich dir hier vorstelle.

Mögen Menschen deine Website und ist sie gut lesbar, wird sie auch von Google auf **guten Suchergebnisplätzen** angezeigt. Denn die Suchmaschine erstellt ihren Algorithmus auf Basis des Suchverhaltens und Internetverhaltens von Menschen. Sie ist stets bestrebt, das bestmögliche und nützlichste Ergebnis für die Suchenden anzuzeigen.

Das Angebot im Internet ist riesig! Umso wichtiger ist es, dass du eine herausragende, authentische und zugleich **suchmaschinenoptimierte Startseite** kreierst. Was auf der Startseite einer Website steht, entscheidet immens darüber, ob aus reinen Besucher*innen echte Interessent*innen und letztendlich Kund*innen werden.

Hier erfährst du, auf welche **Inhalte** es bei der Startseite einer Homepage ankommt und wie du die Bounce Rate (die Absprungrate) gering hältst.

3 Hauptaufgaben der Startseite

Die Startseite ist die **wichtigste Seite** deiner Homepage. Hier landen die meisten Menschen, die in Google gesucht haben. Hier steigen diejenigen ein, die deine Visitenkarte haben oder die dich via Facebook oder anderen Social Media Portalen gefunden haben.

Schau dir die erste Seite deiner Website an:

1. Löst sie Freude, Neugierde oder ein anderes **Gefühl** aus?
2. Können Besucher*innen sofort erkennen, worum es bei dir geht, und strahlt sie **Vertrauen** aus?
3. Macht deine Startseite Lust auf **mehr**?



SEO-Tipps

Die perfekte Startseite einer Homepage - Workbook für Frauen

© Sabine Krink - www.super-sabine.de



Das sind die 3 wichtigsten Fragen, auf die eine Startseite idealerweise **Antworten** gibt.

Die erste Seite heißt oft „Home“, weil sie den User*innen zeigt, wo dein Business „zu Hause“ ist. Außerdem lädt sie – wie bei einem realen Zuhause – durch ihr schönes Ambiente (Web-Design), einen ansprechenden Flur (dem ersten Text) und den tollen Türen (Buttons, Fotos, Klick-Optionen) dazu ein, zu bleiben. Sie heißt deine Besucher*innen willkommen.

1. Emotionen – das A und O

Wenn Menschen emotional berührt werden, fühlen sie sich **verbunden**. Verbindung wiederum erzeugt Vertrauen und dann ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass User*innen **bleiben**. Oftmals sogar dann, wenn sie das Thema (noch) nicht so interessiert.

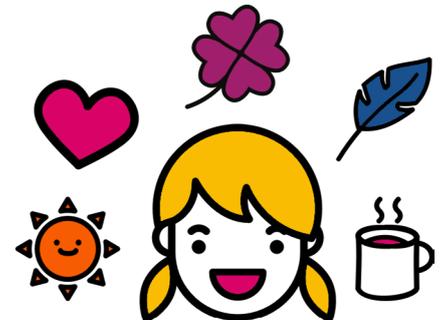
Eine Emotion bei deinen Webseitenbesucher*innen zu erzeugen, ist also die **allerwichtigste Aufgabe** deiner Startseite.

Gefühle, Erlebnisse, Empfindungen – oft als **User Experience** bezeichnet – sind auf der Home-Seite die starken Triggermomente. Achte darauf, dass du auf der Startseite ein Gefühl erzeugst, das sich **positiv** für dein Business auswirkt. Stress ist auch ein Gefühl. Doch es macht beispielsweise keinen Sinn, als Entspannungs-Coachin das Gefühl „Stress“ bei deinen mutmaßlich ohnehin gestressten User*innen auszulösen, indem du sie mit lautem Techno-Sound zu dröhnst. Entspannungsbilder, ruhige Musik, sanfte Farben sind da besser, wenn ein*e Webseitenbesucher*in nach „Entspannung“ gesucht hat und bei dir auf der Homepage ankommt.

Denke immer aus Sicht der **Business-Lieblingsmenschen**. So nenne ich die „Zielgruppe“. Mehr dazu im Lern-Video mit Workbook „[In 10 Schritten zu deinen Business-Lieblingsmenschen](#)“.

Überlege dir, in welchem **Zustand** die Suchenden deine Startseite mutmaßlich betreten. Was haben sie gesucht? Was brauchen sie jetzt? Warum sind sie wohl zu dir gekommen?

Richte dein Design darauf aus, um ihnen ein entsprechendes **Gefühl** auf deiner Startseite zu beschermen. Formuliere auch deine Texte so, dass dieses Feeling rüberkommt.



Achte darauf, die Menschen nicht mit zu viel Glitzer-Bämm-Tschakka oder Ahhhhhhhh zu überrollen, sondern eine wirklich **adäquate Emotion** zu transportieren.

Menschen, die Grafik oder Webdesign beherrschen und dich beraten, können dabei von Vorteil sein, wenn du dich selbst nicht so mit Design auskennst. Welche Emotionen durch welche Farben, Elemente und Anordnungen ausgelöst werden, ist eine Kunst für sich. Genau diese beherrschen gute WebDesigner*innen. Deine Aufgabe ist es, dem/der Designer*in zu sagen, was für



ein Gefühl du transportiert haben möchtest.

Frage:

Welches Gefühl möchtest du auf deiner Startseite erzeugen?

Deine Antwort:

.....
.....
.....

2. Vertrauensaufbau – ein Must

Die zweitwichtigste Aufgabe für die Startseite ist, **Vertrauen** aufzubauen. Denn ohne Trust, gehen Besucher*innen sofort wieder. Zeige dich deshalb sehr authentisch. Sei ehrlich. Und formuliere klar.

Auch die **Beantwortung von Fragen**, die sich deine Besucher*innen wahrscheinlich stellen, wenn sie auf deiner Startseite ankommen, trägt zur Trust-Bildung bei. Nur Fragen zu stellen, reicht nämlich nicht! Gib auch Antworten, denn Menschen sind auf der Suche nach einer Lösung.

Fragen können zeigen, dass du die Menschen verstehst und weißt, wo deine Business-Lieblingsmenschen stehen und was sie beschäftigt. Das können Fragen zu deinen Methoden, zu deinen Produkten, zu dir oder zu deinen Räumen sein. Zeige durch die Antwort sofort, dass du **Know-how** hast und die **Lösung** kennst.

Menschen nur mit Fragen zu überhäufen, wie

„Geht es dir auch so,?“

„Hast du das Gefühl, dass ...?“

„Kennst du die Situation, wenn ...?“



und dann keine Antworten zu liefern, schwächt die Startseite. Die Wahrscheinlichkeit, dass Besucher*innen dann wieder abspringen, ist hoch! Denn sie **erkennen sich** zwar wieder, erhalten aber keine Lösungsidee.

Bloß zu schreiben: „Dann komm zu mir, ich berate dich!“ ist ebenfalls zu wenig. Gib konkrete **Antworten**. Das bildet Vertrauen in dich und zeigt, dass du ihnen helfen kannst.

Trust bildet sich übrigens auch, wenn du Links einfügst, die genau dorthin führen, wohin sie führen sollen. User*innen **prüfen** unterbewusst, ob das, was du zusagst, auch stimmt. Ein Link auf das Wort „meine besten Übungen“ darf nicht auf eine Unterseite „Seminare“ führen, die etwas



ganz anderes zum Inhalt hat. Das macht Menschen misstrauisch. Auch Verlinkungen ins Nirwana (404-Fehlerseiten) sind sehr ungünstig für den Vertrauensaufbau.



Learning:
Kontrolliere immer wieder die Links, die von der Startseite aus weggehen!

Frage:

Welche Fragen stellst du auf deiner Startseite, um zu zeigen, dass du deine Business-Lieblingmenschen kennst und weißt, was sie beschäftigt?

Wie lauten deine Antworten dazu?

Kreiere wenigstens 3 Fragen und Antworten.

Deine Antwort:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

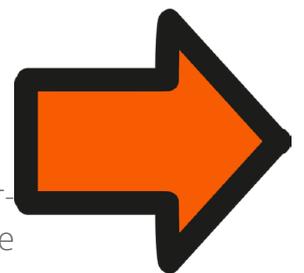
3. Hauptziel: Weiterklicken!

Wenn Menschen sich auf deiner Startseite wohl fühlen und erstes Vertrauen zu dir gebildet haben, ist es Zeit für die wichtigste Aufgabe: das **Weiterklicken**. Es ist das **Ziel einer Startseite**, deine Besucher*innen dazu zu animieren, dass sie sich weitere Unterseiten von dir ansehen. Das erhöht zudem die sogenannte Haltezeit, die ein SEO-Faktor für die Einstufung deiner Website in den Suchergebnissen ist.

Der **Idealweg**, den Suchende von der Startseite aus gehen, lautet:

Startseite > Angebotsseite > Kauf/Buchung

In der Realität sehen die Wege meistens anders aus und sind weitaus verschlungener. Die Wissensdurstigen lesen zum Beispiel nach der Startseite



zunächst eine Infoseite oder stöbern im **Blog**. Viele betreten die Angebotsseite sogar erst beim nächsten Besuch auf deiner Website. Das Ziel einer Startseite ist jedoch immer, dass Besucher*innen von dort aus weiterklicken.

Auf keinen Fall sollten sie schnell zurück zu den Suchergebnissen klicken. Dieses Verhalten (genannt Return-to-SERP-Rate), also das sofortige **Zurückklicken zu den Suchergebnissen**, wertet Google als negativ. Ein schlechtes Ranking ist die Folge.

Denn die Suchmaschine interpretiert eine kurze Verweildauer der Besucher*innen und ein schnelles Zurückklicken zu den SERPs (Search Engine Result Pages, was übersetzt aus dem Englischen „Suchmaschinen-Ergebnisseiten“ heißt) so:

„Diese Website ist nicht interessant genug für ein langes Bleiben. Suchende haben hier nicht gefunden, was sie gesucht haben.“

Dabei konnten Suchende möglicherweise auf deiner Startseite nicht sofort erkennen, was du anbietest! Deshalb ist es wichtig, auf dieser Startseite **erste Einblicke** zu geben, was deine Besucher*innen hier erwartet. Teaser (kurze Texte, die neugierig machen), ein Bild als Vorschau auf deine Angebote und weiterführende Links zu deinen Angeboten, sind hier wichtig. Die erste Seite holt die User*innen ab und leitet sie weiter ins Innere deiner Homepage. Dorthin, wo du noch mehr Vertrauen aufbaust und wo du letztendlich verkaufst.



Biete deinen User*innen eine Attraktion, der sie nicht widerstehen können, und die sie zum Weiterklicken verführt. Ein schön gestalteter **Button** mit einem aussagekräftigen Text hat solch einen hohen Aufforderungscharakter. Es kann auch ein Freebie sein, dessen Download du direkt auf der Startseite versprichst, oder es können deine **besten Tipps**, mehr Infos, deine Heldinengeschichte sein, die du den Leser*innen in einem Teaser schmackhaft machst.

Du wirst auf der Startseite immer Business-Lieblingmensen mit einem unterschiedlichen Status quo haben: die, die schon da waren, und die, die neu kommen. Sorge deshalb von Zeit zu Zeit für **Abwechslung** und baue hin und wieder etwas Neues auf der Startseite ein. Auch das erhöht die Klickrate.



Learning:

Ziel jeder Startseite ist das Weiterklicken auf deine Unterseiten.



Frage:

Wodurch animierst du die Startseiten-Besucher*innen zum Weiterklicken – welche Ideen hast du?

Deine Antwort:

.....

.....

.....

Die wichtigsten Faktoren

Deine Top-Startseite verströmt eine **Willkommensatmosphäre** und gibt Besucher*innen das Gefühl, hier richtig zu sein. Und zwar durch den gesamten Look, durch Struktur, durch Klarheit und durch tolle Inhalte. Ein exzellentes Webdesign in Kombination mit tollen Inhalten sind dabei ausschlaggebend.

Damit deine Startseite die Besucher*innen bis zu deinen Angeboten führt, ist es wichtig, dass viele der **folgenden Faktoren** erfüllt sind.

Die Sicht deiner Business-Lieblingsmensen ist entscheidend.

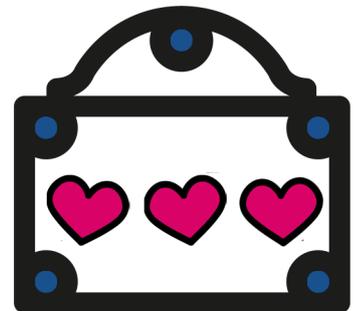
Setze alles stets passend zu deinen Business-Lieblingsmensen und zu deinem Business um. Denke aus der Sicht der Suchenden, die auf deiner Website landen. Stell dir möglichst konkret vor, wie sie am Monitor sitzen oder das Tablet in der Hand halten, das Smartphone oder iPhone verwenden. Sie haben etwas gesucht – nämlich was? Du kennst **deine Keywords**, mit denen sie idealerweise auf der Startseite landen. Falls nicht, lege deine Keywordstrategie fest. Mein Lern-Video und Workbook „**Wie finde ich meine Keywords?**“ hilft dir dabei.

Versetze dich in die Lage der Suchenden und überlege dir, mit welchem Gefühl, mit welchen Inhalten, mit welchem Text du diese **berührst** und auf deiner Homepage **empfängst**.

Begrüßung beim Start-Text: Nein!

Niemand wünscht sich heutzutage mehr ein „Herzlich willkommen bei xy“. Das wurde bereits zu oft im Internet verwendet und hat ausgedient. Auch kein „Hallo“ oder ähnliches ist sinnvoll. Denn du hast nur wenige Sekunden, um Menschen davon zu **überzeugen**, zu bleiben.

Lege deshalb sofort damit los, worum es hier geht, und zeige, dass du liebst, was du tust. Dann fühlen sich die Menschen am ehesten **willkommen**, ohne dass du es extra schreiben musst. Begeisterung zu wecken, geht auf andere Art als über ein „Herzlich willkommen“.



SEO-Tipps





Learning: Kein „Herzlich willkommen“!

Mach das Thema sofort klar.

Worum geht es auf deiner Website? **Löst du** das Problem der Suchenden? Das „Problem“ kann auch sein, dass sie sich amüsieren wollen und unterhaltsame Geschichten, lustige Sprüche oder eine Definition suchen, mehr Information möchten oder schlicht genau das kaufen wollen, was du hast. Es ist also nicht immer ein schwieriger Ausgangszustand deiner Business-Lieblingsmensch, der sie zu dir führt. Manchmal allerdings schon. Immer jedoch **suchen sie** etwas.

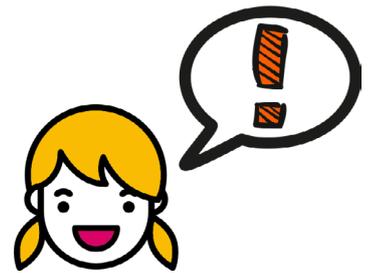
Deine Startseite gibt ein **Versprechen** ab und das lautet:

„Hier findest du die Lösung zu deiner Suchanfrage! Hier kriegst du die richtigen Antworten!“

Die Startseite muss diese Lösung noch nicht bieten, allerdings die Option darauf, wenn die Webseitenbesucher*innen weiterklicken. Deshalb ist es wichtig, dass du sofort das **Thema nennst**. Dann wissen die Besucherinnen:

„Aha, hier bin ich richtig!“

Eiere nicht lange herum, sondern bring das Thema, die Lösung, den **Nutzen**, das Ziel direkt zu Beginn auf den Punkt.



Ein guter Slogan lädt ein.

Ein schöner Slogan steht am Anfang, denn deine **ersten Worte** sind wichtig. Und dein Slogan sollte von dir sein und kein Fremdzitat. Du hast sicher Großartiges zu sagen, da brauchst du niemand anderen bemühen.

Zitate gibt es zig-fach im Netz. Es geht jedoch darum, einen **einzigartigen Inhalt** zu kreieren und keine anderen Menschen zu zitieren. Lass Zitate weg! Finde deinen **eigenen Slogan** oder Claim. Allerdings nur, wenn es wirklich für dich stimmig ist. Konstruiere keine Sätze, nur um einen Claim zu haben, wie:

„Wir liefern beste Brötchen vom besten Bäcker.“

Solche konstruierten, übertriebenen Claims wirken eher abschreckend. Es geht auch ohne.

Wenn du allerdings einen tollen Spruch hast, der richtig gut zu dir passt und deine **Business-Aussage** widerspiegelt, dann zeig ihn möglichst weit oben auf deiner Startseite.



Kreiere eine aussagekräftige h1.

Die **erste Überschrift** auf deiner Website ist die **h1** und sie ist deine Knaller-Hauptüberschrift. Benenne in dieser h1, worum es hier geht und binde dein Haupt-Keyword ein.

Lass dir Zeit! Eine grandiose Startseiten-h1 zu erstellen, will reifen, und ändert sich auch mit deinem eigenen **Business-Wachstumsprozess** immer wieder einmal. Die h1 kann auch dein Claim sein.

Wichtig ist:



Informiere sofort in der h1 (Hauptüberschrift), worum es geht. Hole die Leser*innen mit deinem Slogan oder deiner Headline mit maximal 7 Wörtern ab und mach es **lebendig und kreativ**. Verunsichere nicht. Langeweile und Unsicherheit führen dazu, dass Menschen wieder gehen.

Eine Headline wie „Hier geht es um Entspannung.“ ist langweilig. Wohingegen: „Atme. Entspann dich. Du bist frei!“ ein gutes Versprechen ist, aussagt, was das Thema ist, und sofort ein Gefühl verbreitet.

Mehr konkrete Tipps zu guten Überschriften, wie du sie schreibst und worauf du achtest, bekommst du in meinem [Blog](#).



Learning:

Nenne sofort zu Beginn das Thema deiner Website.

Frage:

Wie lautet die erste Überschrift oder dein Slogan zu Beginn deiner Startseite?

Deine Antwort:

.....
.....
.....

Mach Zwischenüberschriften mit Power.

Gliedere deinen Text und unterteile ihn mit tollen **Zwischenüberschriften**, h2 oder auch h3. Ein ungegliederter Text-Brocken direkt auf der Startseite schreckt ab. Niemand liest gerne einen Text, der sich bereits optisch schwer anfühlt. Sorge deshalb für **Auflockerung** und mach kurze Absätze mit Sub-Titeln.

Diese Zwischenüberschriften drücken aus, was im nächsten Abschnitt folgt, und machen **neu-**



SEO-Tipps



gierig darauf, mehr lesen zu wollen. Das Auge scannt die Überschriften und entscheidet binnen Millisekunden, ob es sich lohnt, den Text zu lesen oder nicht. Erstelle deshalb aussagekräftige, spannende und emotional ansprechende Zwischenüberschriften, die auch noch ab und zu **dein Keyword** beziehungsweise Synonyme für diese Startseite enthalten.

Stell gute Fragen.

Fragen holen deine Business-Lieblingsmenschen (Zielgruppe) dort ab, wo sie aktuell stehen. **Stelle Fragen**, die zum Nachdenken einladen und deinen Business-Lieblingsmenschen zeigen, dass du weißt, wie es ihnen geht und was sie beschäftigt.

Ich halte nichts davon, Menschen in ihren Schmerz hinein zu brettern und sie mit wertenden Botschaften zu konfrontieren, Tenor:

„Du kannst vor lauter Alpträumen keine Nacht mehr schlafen, hängst den ganzen Tag wie ein nasser Sack herum und bist zu nichts zu gebrauchen?“ (bei Depressionen, Traumata und ähnlichem)

Sinnvoll ist es hingegen, Menschen sofort auf deiner Startseite zu zeigen, dass du weißt, wie sie sich fühlen, jedoch auf angenehme Weise:

„Du hast schlaflose Nächte? Entsprechend sind die Tage ebenfalls schwer? Du fühlst dich nutzlos?“

Überlege dir **gute Fragen**. Stelle nicht zu viele Fragen auf einmal, denn das überfordert Menschen. Du brauchst hier nicht dein gesamtes Repertoire ausspielen. Es genügt, dich auf ein paar **wenige Situationen** zu fokussieren, in denen sich deine Business-Lieblingsmenschen befinden könnten, wenn sie zu dir kommen.

Wenn du eine **Aufzählung** machst, nenne allerhöchstens **7 Punkte** als Fragen, besser jedoch viel weniger.

Gib Antworten!

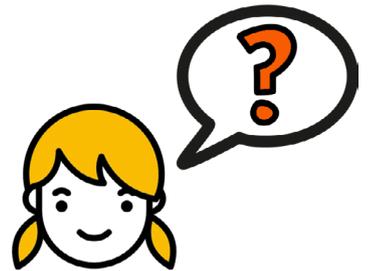
Nachdem du Fragen gestellt hast, gib Antworten! Menschen wollen, dass du die Lösung hast. Deshalb suchen sie ja nach dir. Nenne diese **Lösung**, das Ziel oder den Nutzen eindeutig. Nicht die Methode. Sondern die Lösung.

Beispiel:

„Du kannst wieder ruhig schlafen.“ ist die Lösung.

„Ich helfe dir mit einer Entspannungsmassage.“ ist die Methode.

Mach neugierig darauf, wie es zu der Lösung kommt und **verlinke** dann dort in die Tiefe deiner Website auf deine Angebote.



Beispiel:

„Du kannst bald wieder ruhig schlafen – ich unterstütze dich. Lerne meine Entspannungsmassagen kennen!“

Du gibst auf der Startseite **gute Antworten** auf die dringendsten Fragen deiner Interessent*innen und zeigst damit direkt von Beginn an dein Expert*innen-Know-how.



Learning:

Stell Fragen, welche deine Empathie zeigen, und gib Antworten, die deine Expertise zeigen.

Frage:

Mit welchen Fragen zeigst du, dass du deine Business-Lieblingsmenschen kennst und weißt, wie es ihnen geht? Kreiere 3 bis 7 Fragen.

Wie lauten deine Antworten auf diese Fragen und zu welchen Angeboten kannst du verlinken?

Deine Antwort:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Mach's persönlich!

Zeig deine Expertise und wer **du** bist.

Insbesondere bei einem personenbezogenen Business, gilt: Stell dich schon auf der Startseite mit einem **Kurzprofil** vor und schreibe von Anfang an authentisch.

Den Teaser zu deiner Person kannst du mit einer Botschaft, deinen Werten oder einem Teil aus deiner Lebensgeschichte gestalten sowie mit einem **Foto** oder mit einem kurzen Vorstellungsvideo, sodass Menschen neugierig auf dich werden. Zugleich stellt das Vertrauen her und dies ist schließlich eine der 3 wichtigsten Aufgaben der Startseite. Vom kurzen Teaser aus kannst du auf deine **Über-mich-Seite verlinken**, damit Menschen dort weiterlesen können.



SEO-Tipps

Bei einem Onlineshop oder einem anderen, weniger personenbezogenen Business kannst du die **Haltung des Unternehmens** auf der Startseite darstellen. Allerdings ist die persönliche Vorstellung hier auf der ersten Seite nicht ganz so wichtig wie bei Coaches, Trainer*innen oder Berater*innen.



Learning:

Zeig dich als Person schon auf der Startseite, wenn du ein personenbezogenes Business betreibst.

Sag den Ort an.

Wo findet dein Angebot statt? Online oder an einem bestimmten **Ort**? Nenne die Stadt oder den Ort sofort auf der Startseite und lass Menschen nicht nach der Kontaktseite suchen, um herauszufinden, wo du dein Business betreibst. Wenn du online arbeitest, stell auch diese Option heraus.

Zeige in Form von Bildern oder einem kleinen **Video** sofort, wo dein Business stattfindet, wenn dies elementar ist: im Laden, Seminarraum, Praxisraum, Café, Atelier o.ä.

Hast du ein lokales Business, ist es für deine Auffindbarkeit via Google wichtig, dass du dein **Keyword in Verbindung mit dem Ort** nennst, gegebenenfalls sogar mit dem Stadtteil oder mit dem nächstliegenden Ort.

Beispiele:

- Coaching in München
- Yoga in Berlin-Mitte
- Paarberatung in Lauf bei Nürnberg



Wenn dies für dein Business von Bedeutung ist, gehören auch die **Öffnungszeiten**, die genaue **Adresse** sowie die Anfahrtsbeschreibung, gegebenenfalls mit einer Map, auf die Startseite. Mach es den Menschen leicht, zu deinem Laden, deiner Verkaufsstelle oder zu deiner Praxis zu finden!



Learning:

Nenne den Ort mit deinem Hauptkeyword auf der Startseite, wenn dieser maßgeblich für dein Business ist, damit du besser gefunden wirst.



Frage:

Spielt der Ort für dein Business eine Rolle? Wenn ja, welche Fakten sind für die Business-Liebingsmenschen wichtig zu wissen? Schreibe diese auf die Startseite!

Deine Antwort:

.....

.....

.....

Biete eine Kontaktmöglichkeit.

Deine Telefonnummer oder deine Mailadresse respektive der Link zum Kontaktformular sind wichtig, wenn eine **Kontaktaufnahme** darüber existenziell wichtig für dein erfolgreiches Business ist.

Schreibe die Kontaktvariante, die du bevorzugst, **prominent** auf die Startseite und lass deine Besucher*innen nicht danach suchen, wenn du erreichbar sein möchtest.

Frage:

Ist eine Kontaktmöglichkeit für dein Business besonders wichtig? Über welche möchtest du erreichbar sein?

Deine Antwort:

.....

.....

.....

Aktualität bildet Vertrauen.

Um zu zeigen, dass deine Website „lebt“ und dein Business läuft, ist es wichtig, immer wieder etwas **Neues** auf die Startseite zu schreiben. Sie ist die erste Seite, die Google crawlt (durchsucht) und deshalb ist **frischer Content** hier wichtig.



Prüfe die Startseite circa alle 6 - 12 Monate und ergänze sie mit neuen Inhalten oder optimiere deine vorhandenen Texte. Du musst nicht alles neu erfinden, sondern es geht vielmehr um die **Anpassung** des bestehenden Contents. Frage dich, ob noch alles so gültig ist, ob es neue Angebote gibt, die du ergänzen kannst, oder ob du wichtige Informationen hast, die du deinen Besucher*innen mitteilen möchtest. Auch die h1 oder deine Einstiegssätze kannst du immer wieder anpassen, bis du die für dich **aktuell**

stimmigen gefunden hast.

Mach nicht ständig alles komplett neu! Sondern optimiere und ergänze nach einer längeren Zeit,



damit du eine immer bessere Startseite bekommst. Durch aktuelle Inhalte entsteht ebenfalls Vertrauen, denn deine Interessent*innen erleben dein **Wachstum** mit und nehmen dich somit als authentisch wahr. Niemand stagniert. Deshalb ist eine Website auch niemals „fertig“ oder besteht für immer in der gleichen Form.

Referenzen: Präsentiere deine Empfehlungen.

Auch auf der Startseite kannst du schon ein erstes Kundenfeedback einbauen, das deiner Glaubwürdigkeit und dem Vertrauensaufbau dient. Jedes wohlwollende **Kundenfeedback** ist toll! Umso mehr persönliche Fakten du von deinem Testimonial veröffentlichen darfst, desto glaubwürdiger ist es. Idealerweise nutzt du all diese Faktoren der Feedback-Geber*innen für eine Kundenbewertung:

Vorname, Nachname, Stadt, gegebenenfalls Tätigkeitsbezeichnung und Website, Foto oder noch besser Video.

Wichtig ist vor allem, dass du die **schriftliche Einwilligung** der Feedback-Geber*innen zur Veröffentlichung ihres Statements auf deiner Website hast.



Je nachdem, welches Business du betreibst, kann auch eine Leiste mit „**Bekannt aus ...**“ oder „Zusammenarbeit mit ...“ oder „Referenzen“ oder ähnliches unterstützend sein. Hier kannst du die Namen der Firmen, Institute, Magazine oder Medienpartner nennen, mit denen du bereits gearbeitet hast oder bei denen bereits öffentliche Beiträge (wie Gastartikel) von dir erschienen sind.

Du darfst hier ruhig zeigen, was du schon alles gemacht oder wo du schon etwas veröffentlicht hast! Steh **souverän** und in aufrechter Haltung zu deinen Leistungen.

Frage:

Welche Referenzen oder Kundenfeedbacks kannst und möchtest du auf der Startseite zeigen?

Deine Antwort:

.....

.....

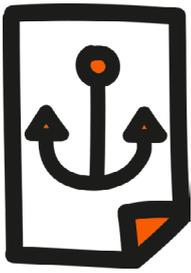
.....

Setze interne Links auf Ankertexte.

Füge 2 bis 3 **interne Links** in den Text ein – abhängig von der Wörteranzahl auch mehr. Ein guter Startseitentext hat circa **1000 - 2000 Wörter**. Verteile die Links sinnvoll, also am besten einen an den Anfang ins erste Drittel, den anderen gegebenenfalls mittig, den dritten ans Ende. Zusätzlich zu diesen Textlinks hast du ja noch weitere Verlinkungen, zum Beispiel auf Buttons



oder Bilder.



Die Textlinks auf der Startseite sind die **mächtigsten** der ganzen Website. Sie signalisieren der Suchmaschine, welche deiner Unterseiten die wichtigsten sind. **Überlege** dir also gut, **wohin** du von der ersten Seite aus verlinkst!

Der Link im Text erfolgt auf den sogenannten **Ankertext**. Damit ist das Wort oder sind die Wörter gemeint, die das jeweilige Keyword der verlinkten Seite darstellen.

Beispiel:

Du verlinkst von der Startseite aus auf deine wichtigste Angebotsseite. Diese hat als Keyword „Kartenlegen“ und die URL lautet entsprechend www.deinedomain.de/kartenlegen. Dann fügst du den Link in den Startseitentext auf das Wort „Kartenlegen“ ein:

„Ich freue mich, wenn du dich von mir durch eine Beratung mit [Kartenlegen](#) begleiten lässt.“



Learning:
Verlinke deine wichtigsten Unterseiten von der Startseite aus.

Frage:

Welche 2 - 3 Unterseiten sind deine wichtigsten, sodass du dorthin die Textlinks von der Startseite aus setzt?

Wie lauten die Ankertexte dazu?

Deine Antwort:

.....
.....
.....

Beeindrucke durch authentischen Content und eine gute Übersicht.

Toller Content beeindruckt. Geschichten, Fotos, Grafiken, Videos laden zum Bleiben ein und erzeugen einen **Wow-Effekt**. Die Startseite ist der **erste Eindruck**, den Menschen von deinem Business bekommen. Mach ihn so, dass sie „Wow!“ fühlen, egal, ob es ein leises oder ein lautes Wow ist. Erzeuge eine gute Emotion.

Schreibe einen Top-Startseitentext, der auch **top gegliedert** ist. Mach deinen Startseitentext richtig spannend oder unterhaltsam, gut strukturiert und hervorragend **lesbar**. Wenn du hierzu



SEO-Tipps



Unterstützung benötigst, schau dir mein Lern-Video und Workbook „Wie schreibe ich authentische SEO-Texte?“ an.

Beim Startseitentext darfst du **emotional** werden und die Freude an deinem Business ausdrücken. Sehr gerne kannst du via Storytelling beeindrucken und eine kleine Geschichte einbauen.

Was wünschst du dir: Welchen **Eindruck** möchtest du bei den Suchenden hinterlassen, nachdem sie deine Startseite gesehen haben? Schreibe deinen Text entsprechend.

Kein Preis auf die Startseite!

Die Startseite ist keine Verkaufsseite, sondern dient als **vertrauensbildende Maßnahme**. Wenn du deine Business-Lieblingsemenschen sofort auf der Startseite mit einem Preis und einem „Kauf mich!“ überfällst, schreckt das in der Regel ab.



Bis Suchende und Interessent*innen zu Kund*innen werden, dauert es meistens – außer du hast exakt das Produkt, das sie gerade händeringend suchen. Bei Beratungen, Dienstleistungen, Online-Kursen, Seminaren geht es zunächst um **Information** und um **Glaubwürdigkeit**. Für den ersten Schritt ist die Startseite als Informationsseite wichtig. Den Preis nennst du dann später auf der entsprechenden Angebots- oder Produktseite.

Eine Ausnahme stellen Onlineshops dar. Hier kannst du auch auf der Startseite mit dem Preis operieren, wenn es zu deinem Business passt. **Rabattaktionen**, Spar-Angebote oder Schnäppchen, die du nur für einen begrenzten Zeitraum präsentierst, können ebenfalls ab und zu auf der Startseite mit Preis genannt werden.

Ein Coaching, eine Beratung oder eine langfristige Therapie direkt mit Preis auf die Startseite zu stellen, führt eher zu Widerstand („Die will mir was verkaufen“) als zu Einwilligung. Sehr oft gehen Webseitenbesucher*innen dann wieder statt weiterzuklicken.

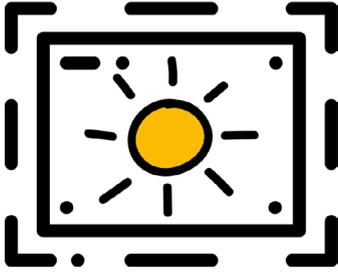
Nutze Pop-ups clever.

Wenn du ein Pop-up auf die Startseite einbaust, um all die Besucher*innen als Interessent*innen zu gewinnen, die sofort wieder abspringen wollen, rate ich dir zu einem **Exit Intent Pop-up**. Dieses erscheint erst, wenn die Besucher*innen deine Startseite verlassen wollen. Achte darauf, dass du deine User*innen nicht von Anfang an mit nervigen Pop-ups abschreckst. Denn Ziel ist ja, dass sie nach der Startseite weiterklicken, und nicht, sie zu verjagen.

Besucher*innen, die deine Seite jedoch ohnehin verlassen wollen, mit einem Exit Intent Pop-up noch zu **erreichen**, kann eine clevere Strategie sein. Gestalte das Pop-up pfiffig und mit Charme – das erhöht die Klickrate! Du kannst dein Newsletter-Abo im Pop-up anpreisen oder auch schlicht eine Unterseite bewerben, um **zum Klicken zu animieren**.



Beispiel:



„Kennst du schon meine effektivste Methode für mehr Erfolg? Hier ver-
rate ich sie dir: ...“

Eine andere Variante für ein Pop-up auf der Startseite ist, dieses nur zu **bestimmten Aktionen** einzusetzen. Zum Beispiel für eine Rabattaktion, ein zeitlich begrenztes Angebot, für eine Challenge, als Werbung für ein Webinar, für ein Seminar oder ähnliches. Pop-ups sind an sich eine gute Möglichkeit, die **Klickrate** zu **erhöhen**. Übertreibe es nicht und kreierte nur Pop-ups, die höchstens 2/3 des Bildschirms einnehmen, niemals den ganzen!

Achte darauf, deine Pop-up **Cookies** entsprechend **einzustellen**, damit Besucher*innen nicht bei jedem Besuch neu mit einem Pop-up bedrängt werden, wenn sie dieses bereits angeklickt haben. Nutze bei einer Wordpress Website eines der vielen Pop-up Plugins, von denen ich dir eines in der Tool-Liste nenne.



Learning:
Pop-ups haben eine sehr gute Klickrate, wenn du sie sinnvoll und clever einsetzt.

Frage:

Möchtest du Pop-ups einsetzen und wenn ja, wie und wofür?

Deine Antwort:

.....
.....
.....

Verwende Anmeldeformulare an der richtigen Stelle.

Auf einer Startseite bildest du in erster Linie Vertrauen. Wenn du Leser*innen ganz oben mit einem **Anmeldeformular** für deinen Newsletter nervst, wird dieses Vertrauen kaum entstehen.

Natürlich ist es toll, wenn du User*innen dazu bewegen kannst, sich in deinen **Newsletter** einzutragen. Die Erfahrung zeigt, dass dies selten von der Startseite aus geschieht.

Dennoch rate ich dir, die Option dafür anzubieten – allerdings eher mittig oder ganz unten. Etwas, was Menschen **wiederholt** sehen – wie ein immer wiederkehrendes Anmeldeformular auf



all deinen Unterseiten und eben auch auf der Startseite – nutzen sie eher, als wenn du es nur ein einziges Mal anbietest. Achte jedoch darauf, deinen Interessent*innen nichts aufzudrängen, sondern den Newsletter immer als eine **Einladung** darzustellen.

Richtiges Timing: Schreib die Startseite zum Schluss!

Es ist sinnvoll, deine erste Seite **als letzte Seite** in deinem Homepage-Prozess zu **erstellen**. Warum? Weil du dann geübter im Formulieren bist! Und weil du erst dann so wirklich weißt, was du auf deine Startseite schreiben möchtest. Denn erst, wenn du alle anderen Unterseiten fertig hast, bietet sich dir der **volle Überblick** über all deine Angebote und Texte. Bei den meisten Solo-Selbstständigen entwickelt sich der Content auf den Unterseiten nämlich während des Machens und verändert sich noch.



Mit der Startseite zu beginnen, ist deshalb keine clevere Idee. Ich rate dir, zunächst nur eine **vorläufige Fassung** auf die Frontseite zu stellen, und den endgültigen Startseitentext erst dann zu verfassen, wenn alles andere steht.

Denn diese erste Seite ist dein Aushängeschild. Sie ist das **Highlight**, der Opener mit Wow-Effekt, mit Fanfaren und Sprüh-Konfetti – im übertragenen Sinn.

Nimm dir für die Erstellung richtig viel Zeit und wähle einen Moment, in dem du hoch kreativ und voll **fokussiert** bist. Gib dich bei der Startseite erst dann mit dem Ergebnis zufrieden, wenn du denkst und spürst:

„Ja! Das ist es! Ich bin verliebt in diese Startseite!“

Schleife, verfeinere und optimiere sie solange, bis du wirklich aus tiefstem Herzen ja zu ihr sagen kannst.



Learning:

Die Startseite ist dein Aushängeschild – schreib sie erst ganz am Schluss.



SEO-Tipps



Die Gestaltung der Startseite

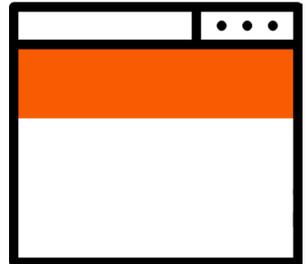
Neben den Inhalten ist auch die Gestaltung entscheidend. Dazu zählt sowohl das Design als auch die Struktur und Aufteilung. Auf die beiden letzten Faktoren gehe ich hier näher ein.

Das 1. Drittel - Above the fold

Als „above the fold“ wird der Bereich der Startseite bezeichnet, in dem User*innen **nicht scrol- len** müssen. Früher war dies „das erste Drittel“, was rein rechnerisch heutzutage kaum mehr stimmt. Der Begriff „above the fold“ kommt aus dem Englischen und heißt in etwa „oberhalb des Falzes“. Damit ist eine gedachte Falzlinie am Ende des Monitors gemeint. Da viele User*innen heutzutage das Mobilgerät benutzen, ergeben sich hier unterschiedliche Ausschnitte, die als „above the fold“ betrachtet werden müssten.

Auf deiner Startseite spielt dieser erste Bereich eine **zentrale Rolle**. Orientiere dich am Desktop-Monitor und schau dir auch deine Mobilgeräte-Versionen an. Hier sollte alles erscheinen, was unter den oben genannten Gesichtspunkten wichtig ist:

- emotionale Ansprache
- Thema nennen
- von den Business-Lieblingsmenschen aus denken
- Verständnis für ihre Situation signalisieren
- Lösung/Ziel anbieten



Du kannst im ersten Drittel idealerweise mit einem Bild/Video, mit der h1, eventuell mit deinem Claim und mit einem ersten kurzen Text, gegebenenfalls mit Fragen und Antworten arbeiten, um die **wichtigsten Faktoren** abzudecken. Mach den Anfang so interessant, emotional **inspirierend** und verlockend, dass die User*innen weiterscrollen.

Frage:

Was kommt in dein erstes Drittel? Wie gestaltest du es?

Deine Antwort:

.....

.....

.....

Der Page Speed als Rankingfaktor

Wenn ein User auf die Startseite deiner Homepage kommt, ist es außerdem wichtig, dass sich diese **sofort** in Blitzgeschwindigkeit lädt. Im Internet zählt für erfolgreiches Marketing Geschwindigkeit. Die ist bei der Startseite besonders wichtig.



Die **Ladegeschwindigkeit** sollte maximal 2 bis allerhöchstens 3 Sekunden dauern. Nur mit einer Turbo Ladezeit kannst du deine Webseitenbesucher*innen halten und gute Rankingergebnisse bei Google erzielen. Bereits die Hälfte aller Startseitenbesucher*innen gehen wieder, wenn die Ladezeit länger als 6 Sekunden dauert. Eine ultraschnelle Ladezeit erhöht die Chance, dass aus „Traffic“ echte Besucher*innen und daraus Kund*innen werden.



Durch Fotos in einer **komprimierten Auflösung** (ein Tool zur Komprimierung ist [TinyPNG](#), das du in der Tool-Liste nochmals findest) und durch kurze Videos, durch regelmäßiges Ausmisten veralteter Inhalte, durch funktionierende Codes und so weiter kannst du die Ladezeit verbessern.

Checke deine Website regelmäßig auf ihre Ladegeschwindigkeit. In der Tool-Liste findest du auch hierfür mehrere nützliche Werkzeuge.

Frage:

Wie schnell lädt deine Startseite? Wenn es mehr als 3 Sekunden sind: Was kannst du optimieren?

Deine Antwort:

.....

.....

.....

Mobilfreundlichkeit ist ein Must-have.

Der Trend zur Nutzung von Smartphones, iPhones und Tablets steigt weiter. Achte deshalb darauf, dass auch in der Mobilansicht alles top aussieht und funktioniert. **Mobilfreundlichkeit** ist ein wichtiger Rankingfaktor bei Google und beeinflusst enorm stark das Platzierungsergebnis bei einer Suchanfrage (ein Tool zum Prüfen der Mobilversion ist der [mobile-friendly Test von Google](#)). Dein Design muss **responsive** sein, was bedeutet, dass es sich je nach Gerät automatisch anpasst.

Idealerweise kreierst du sogar **2 verschiedene Versionen**: eine für die Desktop-Ansicht und eine für die mobile Ansicht. Denn auf Mobilgeräten sind weitaus kürzere Sätze gefragt und die Abschnitte der Textpassagen sollten kleiner sein. Nach jedem Satz einen Absatz zu machen, funktioniert beim Mobilgerät gut, nicht jedoch am großen Bildschirm!



Für den Anfang reicht es jedoch, wenn du eine Version top erstellst. Fokussiere dich auf die Geräteversion, die deine Business-Lieblingsmenschen vorwiegend nutzen. Analysen zur häufigsten Gerätenutzung bei deiner Website findest du beispielsweise in [Google Analytics](#) (siehe auch bei der Tool-Liste).





Learning:

Deine Website braucht ein Responsive Webdesign.

Nutze dein Corporate Design.

Lass die Menschen durch ein einladendes Design und durch ansprechenden Content Emotionen erleben. Verwende dafür dein **Corporate Design**, also deine festgelegten Farben, Schriften, Grafiken und auch dein Logo.

Zeig dein **Logo** bitte klar und deutlich, das heißt *groß*, auf der Startseite. Versteck dich nicht, sondern positioniere dein Logo prominent. Es geht darum, dass Menschen sich dein Logo merken, und überall, wo es auftaucht, wissen, dass du das bist, beziehungsweise, dass es dein Unternehmen ist, für das dieses Logo steht.

Frage:

Wo positionierst du dein Logo auf der Startseite?



Deine Antwort:

.....

.....

.....

Fotos und Videos sind immens wichtig.

Fotos und ein Video beleben deine Startseite und schaffen **Atmosphäre**. Sie zahlen also auf den Punkt „Emotion“ ein. Achte jedoch darauf, dass du ein aussagekräftiges Foto wählst und dass dieses **Themenrelevanz** zu deinem Business und zu deiner Headline beziehungsweise zu deinem Claim hat. Mindestens ein Foto zusätzlich zum Header (wenn hier ein Foto drin ist) gehört auf die Startseite. Gerne mehr.

Foto und Text bilden eine Einheit.

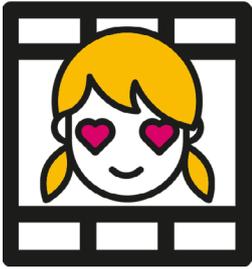
Alles, was hierbei stört, verursacht Verwirrung bei den Leser*innen. Verwirrung wiederum verursacht Misstrauen. Gerade auf der Startseite geht es jedoch um den Vertrauensaufbau. Kreiere deshalb eine **stimmige Einheit** aus Text und Bild*ern und schaffe eine Wohlfühlatmosphäre.

Wenn du ein personenbezogenes Business machst, nimm ein Foto von dir selbst, das dich freundlich, offen und **sympathisch** zeigt. Gönn dir ein professionelles Fotoshooting für richtig gute Bilder, die du dann auch für weitere Marketingaktivitäten verwenden kannst, zum Beispiel für Drucksachen, wie Flyer, Broschüren, Visitenkarten und so weiter.



SEO-Tipps

Nimm für die Startseite bitte keine Handyschnappschüsse von der letzten Party! Das mag authentisch sein, trägt jedoch in der Regel nicht zum Vertrauensaufbau im Business-Kontext bei.



Achte bei **Videos** darauf, deine Webseitenbesucher*innen wirklich emotional abzuholen. Das kannst du witzig, empathisch oder informativ machen – je nachdem, was zu deinem Business passt. Auch die Länge ist entscheidend dafür, ob deine Besucher*innen bleiben oder wieder gehen. Startseitenvideos zwischen **1 - 3 Minuten** sind in der Regel gut geeignet, um User*innen zu fesseln.

Wenn du noch nie ein Video gemacht hast, hol dir professionelle Unterstützung. Denke daran: Die Startseite steht für den alles entscheidenden **Ersteindruck!** Es gibt keine 2. Chance für den ersten Moment.

Beim personenbezogenen Business überzeuge mit Fotos und Videos von dir. Beim stationären Business kannst du zusätzlich auch mit Fotos von den Räumen punkten. Beim Onlineshop sind Produktfotos das A und O. Erste Eindrücke des Shops und deine **besten Produktfotos** zeigst du beim Shop auf der Startseite.



Learning:

Mindestens ein Foto kommt auf die Startseite. Videos können eine Länge von 1 - 3 Minuten haben.

Frage:

Welche Fotos zeigst du auf der Startseite?

Wenn du ein Video präsentierst, was sagst oder zeigst du im Video?

Deine Antwort:

.....
.....
.....

Sound - bitte auch zum Ausschalten!

Falls du Sound auf deiner Startseite einsetzt, gestalte den Effekt so, dass er auch **ausschaltbar** ist. Niemand möchte zgedröhnt werden, ohne die Möglichkeit zu haben, den Sound abzustellen.

Passende Musik zu deinem Thema zu finden, die gleichzeitig unterhaltsam ist und zu deinem In-



halt passt, ist eine Herausforderung. Wenn du selbst kein sehr gut entwickeltes **musikalisches Empfinden** hast und nicht weißt, welche Musik welche Reaktion auslöst, suche dir Profis, die dich dabei unterstützen.

Achte unbedingt auf die **Nutzungslizenz!** In der **Audio-Bibliothek** von YouTube findest du zahlreiche Musikstücke, die teilweise auch lizenzfrei verwendbar sind. Am besten lässt du dir jedoch deine eigene **Teaser Musik** oder deinen eigenen Jingle komponieren, wenn du Musik verwenden willst.

Frage:

Möchtest du Musik auf deiner Startseite einsetzen – wenn ja, mit welchem Ziel und welche?



Deine Antwort:

.....

.....

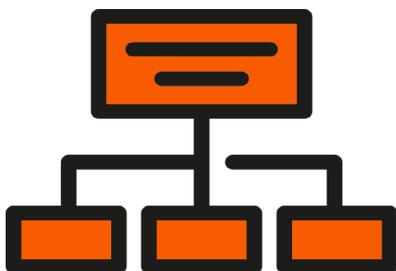
.....

Usability - mach es den User*innen einfach!

Mach es deinen User*innen leicht und einfach, sich auf deiner Site zurechtzufinden. Sorge für eine **klare Struktur** – im Aufbau, im Text, in der Verlinkung.

Stelle deine Angebote knapp in einer Übersicht dar, verfasse Teaser und zeige idealerweise noch mit einem Bild, was deine Angebote sind. Verführe durch eine ansprechende Optik zum Lesen und Weiterklicken.

Die **richtige Gliederung** erhöht die Bereitschaft deiner Besucher*innen, länger auf der Startseite zu bleiben und sich intensiver mit deiner Website zu beschäftigen. Mit einem Prüftool kannst du die **Reihenfolge der Überschriften** checken und optimieren. Beachte: Es gibt nur 1 x h1, mehrere h2. Google bewertet für dein Rankingergebnis auch deine Gliederung!



Du führst die Menschen durch deine Startseite und gibst ihnen **Handlungsaufforderungen**, was sie als Nächstes tun. Erstelle deshalb klare und gute Call-to-Actions (CtA). Dies können farbige **Buttons** mit einer eindeutigen Beschriftung sein oder Klick-Aufforderungen auf einem Ankertext. Schreibe nicht: „Klick hier!“, sondern lege den Link auf das entsprechende Wort (Ankertext), zu dem der Link führt. Bitte prüfe regelmäßig deine Links, ob sie alle funktionieren und nicht zu einem 404-Fehler führen.

Schau dir deine Startseite an: Bist du „verliebt“ in sie? Wenn nein, optimiere sie, bis du **verliebt** bist.





Learning:

Eine hervorragende Usability (Benutzerfreundlichkeit) ist für den Verbleib und das Weiterklicken entscheidend.

Tools & Links

Viele Tools können dir das Erstellen einer Startseite erleichtern und zu einem besseren Ergebnis führen, damit Menschen auf deiner Website bleiben. Die nachfolgenden Links sind ein paar **Ideen** und zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Workbooks nutzbar. Etwaige Änderungen sind nicht auszuschließen. Die Verwendung der Tools und Hilfsmittel erfolgt auf eigene Gefahr und ich gebe keine Gewähr, sondern mache dir hier nur Vorschläge. Du entscheidest selbstverantwortlich, was du wie nutzt.

Business-Lieblingsmenschen (Zielgruppendefinition)

<https://super-sabine.de/angebot/zielgruppendefinition>

Diese Schritt-für-Schritt Anleitung ist super, um herauszufinden, **mit welchen Menschen** („Zielgruppe“) du arbeiten *willst* oder an wen du konkret verkaufen möchtest. Dieses Lernvideo mit Workbook zeigt dir zudem die Maßnahmen, die daraus für dein Marketing, wie zum Beispiel für deinen Webseitenauftritt, folgen.

„**In 10 Schritten zu deinen Business-Lieblingsmenschen (Zielgruppendefinition)**“ ist die Basis für alles, was du in deinem Business tust!

Keywords finden

<https://super-sabine.de/angebot/wie-finde-ich-meine-keywords>

Die Keywords, die du für deine Website festlegst, stellen die **Grundlage** für die sprechenden URLs dar, die du im Zuge der Webseitenstruktur-Erstellung bildest. In diesem Lern-Video mit Workbook „**Wie finde ich meine Keywords?**“ lernst du, wie du anhand von Tools und mit Hilfe einer Anleitung genau die Keywords ermittelst, die für deine Website die richtigen sind.

SEO-Texte schreiben

<https://super-sabine.de/angebot/seo-texte>

Mit diesem Lern-Video und Workbook erfährst du Schritt für Schritt, wie du zugleich suchmaschinenoptimiert und authentisch schreibst: „**Wie schreibe ich authentische SEO-Texte?**“ Auch die richtige Gliederung (h1, h2 und so weiter) und Tipps für die Inhalte, das Korrekturlesen und mehr erfährst du hier.



SEO-Tipps



Interner Link Analyzer (kostenlos)

<http://www.seoreviewtools.com/internal-link-analyzer>

Mit diesem Prüftool kannst du feststellen, auf welche **Ankertexte** du deine Links gesetzt hast und wohin sie führen.

Popupmaker Wordpress Plugin (kostenlos)

<https://de.wordpress.org/plugins/popup-maker>

Mit diesem Plugin kannst du **Pop-ups** für eine Wordpress Website **kreieren**.

Page Speed Insights (kostenlos)

<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?hl=de>

Mit dem Google eigenen Tool kannst du die **Geschwindigkeit deiner Ladezeit** testen. Idealerweise liegt diese bei maximal 2 bis 3 Sekunden.

Pingdom (kostenlos)

<https://tools.pingdom.com>

Mit Pingdom kannst du ebenfalls die **Ladezeit testen** und siehst direkt, woran es liegen könnte. Das Tool ist in Englisch.

Webpage Test (kostenlos)

<https://www.webpagetest.org>

Damit kannst du den Ladezeiten-Test für **verschiedene Länder** simulieren und obendrein auf unterschiedlichen Geräten. Das Tool ist in Englisch.

Tiny PNG (kostenlos)

<https://tinypng.com>

Hiermit kannst du deine **Fotos komprimieren** und damit deine Ladegeschwindigkeit verbessern.

Mobile-friendly Test (kostenlos)

<https://search.google.com/test/mobile-friendly>

Mit dem Google eigenen Tool kannst du checken, ob deine Startseite und die gesamte Website den Anforderungen genügt, die Leser*innen heutzutage an eine **mobilfreundliche Website** stellen. Das Tool berechnet dir, wie mobilefriendly deine Homepage ist.



SEO-Tipps



Screenfly (kostenlos)

<http://quirktools.com/screenfly>

Hiermit kannst du für jede Website prüfen, wie sie in der **Mobilansicht** bei den diversen Geräten aussieht. Du gibst die URL ein und wählst dann eines der Mobilgeräte oder Desktops aus und siehst auf deinem Bildschirm, wie die mobile Ansicht wirkt.

Google Analytics (kostenlos)

<https://analytics.google.com>

Mit Google Analytics **kontrollierst** du, wie sich Menschen auf deiner Website bewegen und wohin sie nach der Startseite klicken und auch, auf welchem Gerät sie sich deine Seite ansehen. Entspricht dies nicht deinem geplanten **User-Weg**, analysiere, woran es liegen könnte (Button zu klein? Call to Action zu wenig deutlich? Text/Bild zu wenig aussagekräftig? ... und so weiter) und passe deine Startseite entsprechend an. Google Analytics ist ein tolles kostenloses **Analyse-Tool**. Du meldest dich mit einem Google Konto an.

Audio-Bibliothek von YouTube (kostenlos)

<https://www.youtube.com/audiolibrary/music>

Hier findest du **Musik** – teils lizenzfrei – als Sound für deine Startseite.

Proud Music

<https://www.proudmusiclibrary.com>

Musiktitel – teils gemafrei – für deine Website oder zum Unterlegen deiner Videos kannst du bei Proud Musik kaufen.

Überschriften Checker (kostenlos)

<http://www.seoreviewtools.com/html-headings-checker>

Mit diesem Tool kannst du deine Gliederung (Heading) checken und kontrollieren, ob die **Überschriften** in der **richtigen Reihenfolge** angelegt sind, wie sie lauten und vieles mehr.

Wichtiges zum Schluss

Die Startseite ist die **wichtigste Seite**. Nimm dir deshalb die meiste **Zeit** zum Erstellen und schreibe sie, wie schon erwähnt, erst dann, wenn alles andere fertig ist. Mutmaßlich wirst du sie immer weiter verfeinern, bis sie mehr und mehr dieses wundervolle **Wow-Gefühl** auslöst, das Menschen begeistert. Wie für all deine Unterseiten gilt auch hier:



SEO-Tipps



Die Startseite wächst mit dir und es ist ein **Prozess**.

Je sichtbarer, klarer und leuchtender du dich im Inneren **entfaltest** und deinen Weg gehst, umso **strahlender** wirst du dies auch nach außen auf deiner Startseite zeigen. Dadurch kreierst du deine für dich perfekte Startseite und es finden dich immer mehr Menschen in Suchmaschinen.

Ich wünsche dir gutes Umsetzen und viel Erfolg!

Super Sabine



www.super-sabine.de

Sichtbarkeitsmentorin, SEO-Expertin und Speakerin für selbstständige Frauen

Mentoring, Webseitenberatung, SEO- und Sichtbarkeits-Seminare, Online-Kurse & Vorträge

Mehr Workbooks für Business-Frauen:

www.super-sabine.de/seo-tipps-workbooks



SEO-Tipps

Die perfekte Startseite einer Homepage - Workbook für Frauen

© Sabine Krink - www.super-sabine.de

