

SEO-Tipps

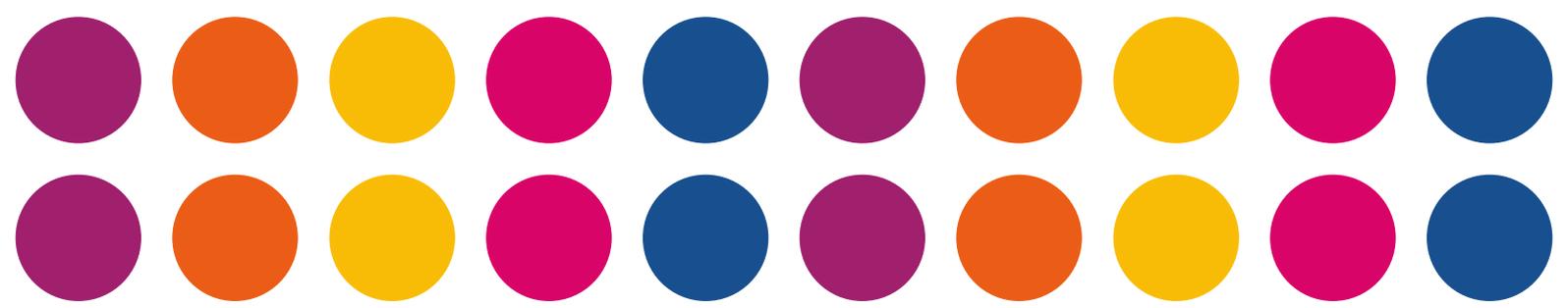
Wie schreibe ich eine Über-mich-Seite?



Workbook für Frauen

 Super **Sabine**

www.super-sabine.de



Inhaltsverzeichnis

Los geht's	3
Aufgaben einer Über-mich-Seite	3
Name der Über-mich-Seite	6
Du allein	6
Du und dein Team	7
Die 7 Must-haves	8
1. Eindrucksvolle h1 Überschrift	8
2. Das Bämm für die Kund*innen	10
3. Dein Held*innenweg – deine Expertise	11
4. Fotos – beeindruckend und persönlich	12
5. Perfekte Länge	13
6. Interne Vernetzung durch Links	14
7. Der Call-to-Action	15
Kann rein – muss aber nicht	16
Zertifikate und Ausbildungsnachweise	16
Ein Vorstellungsvideo	17
Testimonials als Glaubwürdigkeitsverstärker	18
Anmeldeformular für deinen Newsletter	19
Kreative Ideen für eine Über-mich-Seite	19
Die Superwoman-Geschichte	19
6-Steps-System	21
Interview	21
Der Zeitstrahl	23
Werte und Ethik	23
Die Gegenüberstellung	24
Was ich ...	25
Daten und Fakten	26
Tools & Links	27
Business-Lieblingmensen (Zielgruppendefinition)	27
Keywords finden	27
SEO-Texte schreiben	27
Google Analytics (kostenlos)	27
Cloud Speech-to-Text	28
Canva	28
Pageflow	28
Linius	28
Browseo	28
Wichtiges zum Schluss	28

SEO-Tipps

Wie schreibe ich eine Über-mich-Seite? - Workbook für Frauen

© Sabine Krink - www.super-sabine.de

Los geht's

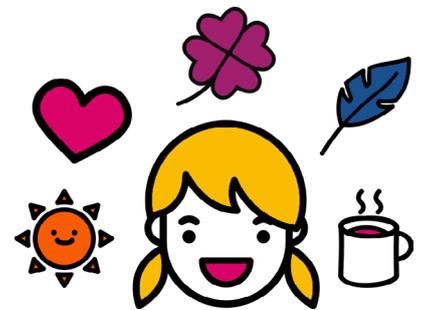
Nach der Startseite ist die Über-mich-Seite die Unterseite einer Website, die **am häufigsten angeklickt** wird – insbesondere bei einem personenbezogenen Business. Damit sind Unternehmen gemeint, in denen *Menschen* die Hauptrolle spielen und bei denen die Menschen oftmals selbst „das Produkt“ sind, wie zum Beispiel bei Coachings, Trainings, Therapien, Beratungen oder auch bei Dienstleistungen.

Doch auch bei produktbezogenen Unternehmen, wie Onlineshops, wird die Über-mich-Seite immer wichtiger. Kund*innen wollen wissen, **bei wem** sie ihr Produkt kaufen. Sie möchten etwas zur Haltung des Unternehmens erfahren, zur Story, die dahinter steckt, und zu den Werten und zur **Ethik**, die dein Business vertritt. In einem Zeitalter, in dem Nachhaltigkeit und ökologisches Bewusstsein immer wichtiger werden, möchten Menschen vor dem Kauf erfahren, wie du zu diesen Themen stehst, wenn du etwas produzierst. Oder sie wollen wissen, was du zu Werten wie Ehrlichkeit oder Dankbarkeit sagst. Die meisten wollen vor allem den **Grund** erfahren, **warum** du machst, was du machst, und prüfen, ob du über das nötige Know-how wirklich verfügst.

Deshalb lesen Webseitenbesucher*innen die Über-mich-Seite zuerst, bevor sie in deinen Shop oder auf deine Angebote schauen. Und deshalb gehört sie zu den **Pflichtseiten**, die jede Website haben sollte. Wie du sie so erstellst, dass die Menschen auch danach noch weiterlesen und regelrecht nach deinen Angeboten lechzen – das erfährst du hier.

Aufgaben einer Über-mich-Seite

Die Über-mich-Seite ist eine Informationsseite über dich, gegebenenfalls auch über dein Team und dein Unternehmen. Deine Über-mich-Seite hat – wie jede deiner Unterseiten – ein eindeutiges **Ziel** und ganz bestimmte Aufgaben. Bei der Über-mich-Seite ist das wichtigste Ziel, dich zu zeigen, und zwar so authentisch und umfassend wie möglich, soweit es deinem Business dienlich ist.



Denn hier entscheidet sich, ob die Menschen dir **vertrauen**, ob sie dich für ihr Bedürfnis, mit dem sie auf deine Website kommen, interessant genug finden und ob sie dann überhaupt weiterlesen. Wenn du nur einen geringen Prozentsatz deiner Selbst zeigst, können sich deine Webseitenbesucher*innen nicht wirklich entscheiden, weil sie gar nicht alles wissen. Je mehr du also von dir **preis gibst**, umso höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass dich genau deine **Business-Lieblingsmenschen** (die „Zielgruppe“) finden.

Wenn du auf der Über-mich-Seite nur 10 Prozent deines Könnens, deiner Geschichte oder dei-



SEO-Tipps



ner Haltung präsentierst, wissen deine Leser*innen ja nicht, dass es noch 90 weitere Prozent gibt. Sie glauben: Diese 10 Prozent zeigen dich zu 100 Prozent! Auf dieser Basis entscheiden sie sich für oder gegen dich und dein Angebot. Vielleicht gehen sie wieder, weil sie glauben, es gäbe zwischen der Person, die sie suchen, und dir zu wenig **Übereinstimmung**. Obwohl das nicht stimmen muss, weil sie ja nur 10 Prozent von dir erkennen können. Menschen sind stets nur in der Lage, das zu sehen und abzugleichen, was du ihnen zeigst.

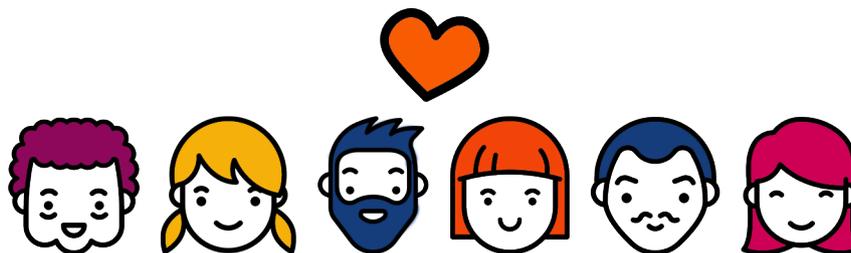
Viele Business-Frauen sind frustriert, weil sie zu wenig Kund*innen haben. Sehr oft liegt dies daran, dass sie sich selbst zu wenig zeigen. Kund*innen haben dann keine Chance, wahrzunehmen, welch wundervolle Frau du bist. Auf der Über-mich-Seite hast du die Möglichkeit, dich ausführlich, **umfassend** und **authentisch** darzustellen. Die Aufgaben einer Über-mich-Seite sind:

- **Interesse an dir wecken**

Nur, wenn deine Über-mich-Seite **interessant** ist, bleiben Webseitenbesucher*innen. Es ist wichtig, dass die Optik und auch der Inhalt Interesse hervorrufen.

- **Vertrauen aufbauen**

Das wichtigste Ziel dieser Unterseite ist es, dass deine Interessent*innen dich als **vertrauenswürdig** empfinden. Denn ohne Vertrauen kein Kauf.



- **Herzenswarum kommunizieren**

Menschen wollen wissen, **warum** du machst, was du machst. Erzähle ihnen auf der Über-mich-Seite, was dich zu diesem Business bewogen hat und was dich jeden Tag antreibt.

- **Lebensweg präsentieren**

Dein **Weg** bis zum heutigen Tag deines Business ist das, was Menschen von dir erfahren wollen. Sie möchten deine wichtigsten Stationen kennen lernen, die dich geprägt haben und die für das Business maßgebend waren. Sie wollen wissen, welche Entscheidungen du getroffen hast und welchen Herausforderungen du auf deinem **Businessweg** begegnet bist. Sie möchten die Hochs und Tiefs „miterleben“ und wollen wissen, wie es zum Happy End kam.



Alles andere, was nichts mit deinem Business oder mit dem Thema deines Business zu tun hat, lass weg! Ob du im Waldorfkindergarten warst oder ob deine erste Ausbildung die zur Erzieherin war, spielt für dein heutiges Business als Webseiten-Texterin keine Rolle mehr. Lass also **großzügig weg**, was nicht maßgebend (und auf das maßgebend kommt es an, denn sicherlich hat dein ganzer Weg zu dem beigetragen, was du heute bist) deine Expertise, deine Haltung und deine Einzigartigkeit belegt.

- **Deine Expertise zeigen**

Auf der Über-mich-Seite lässt du die Menschen deine Expertise erkennen. Das tust du am allerbesten, indem Menschen selbst schlussfolgern, dass du die Expertin in genau diesem Bereich bist, weil sich das aus deiner Lebensgeschichte heraus ergibt. Du wirkst dann **glaubwürdig** mit deinem Thema, wenn sich deine Entwicklung bis zu deinem jetzigen Businessstand (mitsamt deiner Angebote) wie ein **roter Faden** durch deine Held*innengeschichte zieht. Mit all den Ausbildungen und so weiter, vor allem jedoch mit all deinen Erlebnissen und Erkenntnissen, mit all deinen gemeisterten Schwierigkeiten und deinen Höhenflügen.



Eine, die erzählt, dass sie von klein auf an Autos rumschraubt und dass der Duft von Motorenöl ihr Lieblingsparfum ist, dass sie dem Opa schon in der Werkstatt geholfen hat und dass ihr Lieblingsplatz der unter einem Wagen ist, **glauben Menschen** ihre Expertise als Kfz-Meisterin eher als einer, die dies geworden ist, weil eben keine andere Ausbildungsstelle zu kriegen war. Welcher Business-Frau vertrauen Kund*innen also eher ihr

Auto an?

- **Deine einzigartigen Fähigkeiten darstellen**

Insbesondere deine Einzigartigkeit wollen Leser*innen auf der Über-mich-Seite kennen lernen. Es gibt tausende Coach*innen. Was zeichnet dich aus? Welche **Gaben** hast du, die dich zu der machen, die du bist? Für jede*n Coach*in gibt es die passenden Klient*innen. Es ist nur eine Frage des sich Zeigens, damit dich genau die finden, die schon ewig nach genau dir suchen.



Learning:
Zeig dich authentisch mit deinen einzigartigen Befähigungen!



SEO-Tipps



Frage:

Wie lautet dein Herzenswarum? Weshalb machst du, was du machst?

Was sind die wichtigsten Lebensweg-Stationen, die dich zu diesem Business gebracht haben?

Welche einzigartigen Fähigkeiten oder Besonderheiten hast du, die für dein Business relevant sind?

Deine Antwort:

.....

.....

.....

Name der Über-mich-Seite

Der Name deiner Über-mich-Seite kann entscheidend dafür sein, ob du in Google gefunden wirst oder nicht. Denn nicht zwangsläufig muss die Über-mich-Seite „Über mich“ heißen. Wenn ich vom Namen spreche, meine ich einerseits den Namen des **Menüpunkts** in der Menü-Navigationsleiste einer Website und andererseits die **URL-Bezeichnung**. Das können zwei verschiedene Begriffe sein.

Du allein

Wenn du Solopreneuerin bist oder die einzige Person, die für dein Business wichtig ist, stellst du dich **allein** auf der Über-mich-Seite vor. Als Menüpunkt kann diese Unterseite dann beispielsweise heißen:

- Über mich
- Ich
- Mehr zu mir

oder ähnliches.



Oder du nennst den Menüpunkt so, wie du heißt, solange deine Domain nicht ohnehin schon wie dein **Vorname-Nachname** lautet. Heißt die Domain beispielsweise: wundervolles-leben-heute.de macht es Sinn, deine Über-mich-Seite so zu nennen, wie du heißt. Denn Menschen suchen nach deinem Namen – vor allem dann, wenn du sichtbar und erfolgreicher wirst. Der Vor- und Nachname wird dann zum **Suchbegriff**. Dann nennst du idealerweise nicht nur den Menüpunkt wie deinen Namen, sondern auch die URL: wundervolles-leben-heute.de/vorname-nachname

Hast du als Domain bereits deinen eigenen Namen gewählt, ist es nicht ratsam den Menüpunkt



SEO-Tipps



und die URL noch einmal so zu nennen, weil das **doppelt gemoppelt** ist. Dann nutze eher die „Über mich“ Variante als Navigationspunkt und nenne die URL ebenso: vorname-nachname.de/ueber-mich

Achte bei der Schreibweise der URL darauf, das „ü“ zu einem „ue“ zu machen, da es sonst von einigen Browsern in ein Kauderwelsch umbenannt wird. Das führt dazu, dass die URL nicht immer angezeigt wird.

Mehr zu Keywords und wo du sie wie einsetzt, um in Google gefunden zu werden, erfährst du übrigens in meinem Lern-Video und Workbook „**Wie finde ich meine Keywords?**“.

Du und dein Team

Wenn du Unternehmer*in bist und Mitarbeiter*innen hast, nenne auch die Über-mich-Seite so, dass das **Wir** bereits aus dem Menüpunkt-Namen hervorgeht, zum Beispiel:

- Team
- Über uns
- Wir
- Unser Team
- Mein Team & ich
- Ich & mein Team



oder ähnliches.

Bei allzu verrückten Bezeichnungen erkennen Menschen nicht, was du meinst, oder es schreckt sie ab. Dein Team als „Die Herde“ zu bezeichnen, kommt nicht überall gut an.

Lege bei wenig Mitarbeiter*innen ruhig für jede*n eine eigene Unterseite an und nenne die URL so, wie diese Person heißt: deine-domain.de/bastian-schmitt oder deine-domain.de/susi-muster



Learning:

Nenne die URL wie deinen Namen, wenn dieser ein Suchbegriff ist oder wird.

Frage:

Wie heißt der Menüpunkt auf deiner Website, der zu deiner Über-mich-Seite führt?

Wie lautet die URL?



SEO-Tipps



Deine Antwort:

Die 7 Must-haves

Mit diesen sieben wichtigen Punkten überzeugst du deine Besucher*innen davon, warum du die Richtige bist, bei der sie mit Freude buchen, kaufen oder bestellen. **Alle Faktoren** tragen **gemeinsam** zu einer einzigartigen und aussagekräftigen Über-mich-Seite bei.

1. Eindrucksvolle h1 Überschrift

Starte mit einer Hauptüberschrift, die aussagt, **worum es hier geht**. Schreibe nicht „Schön, dass du da bist“ oder ähnliches Blabla. Solche Phrasen wurden schon zu oft verwendet und langweilen die Menschen. Starte auch nicht mit „Über mich“, denn die Menschen wissen ja bereits, dass sie auf der Über-mich-Seite sind. Jetzt wollen sie mehr von dir lesen.



Bring in der ersten Überschrift idealerweise noch einmal deinen Namen ins Spiel und nutze deine **stärkste Aussage** oder ein Highlight aus deiner Geschichte, um daraus eine fantastische h1 zu kreieren. H1 bedeutet **Headline 1** und ist der Formatierungsausdruck für deine oberste und erste Überschrift. Denn nicht nur der Inhalt ist wichtig, sondern auch die Formatierung und Gliederung.

Niemand wird deinen Text lesen, wenn er wie ein Endlosschlauch aussieht. Auch Google stuft Texte mit einer guten und **korrekten Gliederung** als wertvoller ein als solche, auf denen Kuddelmuddel herrscht. Ob dein Text korrekt gegliedert und alle Überschriften richtig formatiert sind, kannst du mit dem kostenlosen Tool [Browseo](#) prüfen.

Kreiere einladende Zwischenüberschriften, die du mit h2 oder auch mit h3 formatierst. Achtung: Es gibt jedoch immer nur eine h1 – die Hauptüberschrift – und darunter folgen mehrere h2 und gegebenenfalls mehrere h3. Sorge für Absätze mit Sub-Titeln, um den Text optisch **besser lesbar** zu machen. Zwischenüberschriften kündigen an, was im nächsten Abschnitt folgt. Sie wecken die Neugier und beim Scannen der Überschriften entsteht sofort ein erster Eindruck, was die Leser*innen hier erwartet. Erstelle deshalb eindrucksvolle Zwischenüberschriften.

Alle wichtigen Informationen zum Erstellen eines suchmaschinenoptimierten und zugleich **authentischen Textes** und wie du ihn korrekt gliederst, biete ich dir im Lern-Video mit Workbook „[Wie schreibe ich authentische SEO-Texte?](#)“.

Damit du wahrhaftig die stärkste Aussage für deine h1 herausfiltern kannst, rate ich dir, die



erste Überschrift ganz **am Schluss** zu schreiben. Erst dann hast du die Übersicht über deinen gesamten Über-mich-Text und kannst abschätzen, was der beste Satz ist. Bilde eine richtige **Knallerüberschrift**. Ein Feuerwerk, das sofort etwas über dich oder deine Haltung oder dein Thema aussagt. Mach es kurz und knapp – und persönlich. Mehr als neun Wörter hat diese erste Überschrift idealerweise nicht.

Hier stelle ich dir ein paar Ideen für deine h1 auf der Über-mich-Seite vor.

Wenn du beispielsweise selbst eine Erkrankung oder ein Leiden erlebt hast und andere zu diesem Thema berätst:

„Ich dachte, dies wäre die Endstation: Krebs.“

„Mit dem Trauma leben – ich habe es geschafft!“

„Wie ich überlebt habe und heute lebe.“



Wenn du einen bestimmten Wert oder deine Ethik herausheben möchtest, weil sie für dein Business eine wichtige Rolle spielen:

„Nachhaltigkeit – so lebe ich sie!“

„Warum mir Ehrlichkeit wichtig ist.“

„Ich geh dafür: ...“

Wenn du eine Erkenntnis hattest, die für deinen Businessweg entscheidend war

„Plötzlich wusste ich:“

„Früher dachte ich ..., heute erkenne ich“

„7 Erkenntnisse: Darum wurde ich Business-Coach!“

Tolle Ideen zu **guten Überschriften** und worauf es ankommt, kannst du auch in meinem Blogartikel „[Gute Headlines](#)“ nachlesen.

Mein Tipp:

Schreibe **2 bis 3 verschiedene Varianten** und frag in deinem Umfeld oder idealerweise bei deinen Business-Lieblingsemenschen, welche am besten ankommt.



SEO-Tipps

Wie schreibe ich eine Über-mich-Seite? - Workbook für Frauen

© Sabine Krink - www.super-sabine.de





Learning: Eine Über-mich-Seite braucht eine korrekte Gliederung.

Frage:

Wie lautet die erste und damit wichtigste Überschrift deiner Über-mich-Seite?

Deine Antwort:

.....

.....

.....

2. Das Bämm für die Kund*innen

Es ist wichtig, dass dein Über-mich-Text den Leser*innen einen **Nutzen** bringt. Was können sie für sich mitnehmen? Was erfahren sie? Welche Informationen nützen ihnen etwas? Mach dir Gedanken, was du mit dem Text erreichen möchtest und was den Leser*innen dient.



Das kann sein, dass sie dich danach einfach richtig gut kennen und alle **Informationen** haben, um sich für dich als Coach*in, Eventmanager*in oder Webdesigner*in zu entscheiden. Es kann jedoch auch ein Aha-Moment sein, den du ihnen bescherst, oder eine **Erkenntnis**, die du mit ihnen teilst und ihnen mit auf ihren Weg gibst. Es kann Mut sein, den du ihnen machst, oder Freude, die du ihnen schenkst.

Der Nutzen kann jedoch auch sein, dass sie nach dem Lesen genau wissen, dass du in der Lage bist, ihnen zu helfen. Sie bekommen von dir durch deinen Über-mich-Text Informationen, wie **Lösungswege** aussehen können oder dass du genau das Know-how hast oder genau die Berufung lebst, wonach sie gesucht haben. Stelle den Nutzen, der für deine Leser*innen wichtig ist, auf der Über-mich-Seite in den Vordergrund. Ja, die Über-mich-Seite handelt von dir. Behalte dennoch deine Business-Lieblingsmenschen im Auge, denn für sie schreibst du den Text und nicht zur Selbstbeweihräucherung.

Da die Über-mich-Seite die **emotionalste Unterseite** deiner ganzen Website ist, hast du hier die größte Chance, deine Leser*innen wirklich zu berühren. Nutze das und kreierte einen Bämm-Moment!





Learning:

Berühre deine Leser*innen mit einem besonderen Moment deines Lebens.

Frage:

Welches ist der Bämm-Moment für deine Leser*innen?

Deine Antwort:

.....

.....

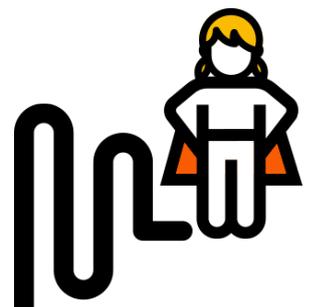
.....

3. Dein Held*innenweg – deine Expertise

Worum geht es auf deiner Website? Wenn du das klar hast, **spann den Bogen** zu deiner Lebensgeschichte. Mach es spannend und erzähle nur, was in Zusammenhang mit diesem Business steht und was dich authentisch und glaubwürdig macht. Es geht nicht darum, jede Lebensstation aufzuzeigen, nur damit alles vollständig dargestellt ist. Auf der Über-mich-Seite hebst du **nur die Momente** hervor, die dazu beigetragen haben, dass du heute an diesem Punkt stehst und genau dieses Business machst.

Bitte publiziere **keine ellenlangen Lebensläufe** und keine nicht enden wollenden Qualifikationen. Meistens interessiert es keine*n, wie viele Abschnitte du während deiner NLP-Ausbildung gemacht und ob du mit summa cum laude bestanden hast. Leser*innen beurteilen dich nicht anhand deiner Qualifikationen, sondern danach, ob sie dir vertrauen und ob sie glauben, dass du ihr Problem lösen kannst.

Deine Held*innenstory zeigt deinen Interessent*innen, dass du diese Situation, in der sie jetzt selbst stecken, auch **bewältigt** hast und das ermutigt sie, dass sie das ebenfalls schaffen können. Oder deine Lebensgeschichte macht deutlich, dass du das, was du heute tust, schon immer tun wolltest und dass es deine Berufung ist. Oder dein **Held*innenweg** beinhaltet Höhen, Tiefen und klare Entscheidungen, um dorthin zu kommen, wo du heute bist.



Zeige, was dich interessiert, was dich bewegt, welche Meinung du hast und welche Werte dir wichtig sind. Erzähle deine Lebensgeschichte mit den Stationen, die dich wirklich hinsichtlich deines heutigen **Business geprägt** haben. Und kommuniziere dein Herzenswarum ganz klar.



SEO-Tipps



Warum machst du dieses Business? Was ist dein Anliegen, dein Antrieb, deine Passion?

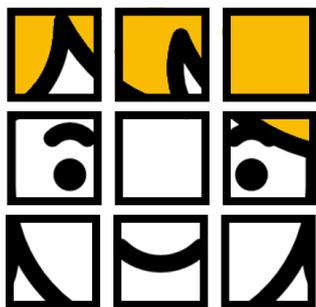
Wichtig ist auch, dass deutlich wird, dass du genau die **Expertise** hast, die für deine Angebote notwendig ist. Das müssen keine Zeugnisse und Zertifikate sein – können es jedoch sein. Ausbildungsnachweise und Expertise-Belege werden auf der Über-mich-Seite meistens überbewertet. Menschen wollen **Geschichten lesen** und keine Zeugnisnoten. Ob du im Jahr 2001 einen hervorragenden Abschluss in xy gemacht hast, sagt nichts darüber aus, ob du heute in der praktischen Umsetzung wirklich gut bist. Wenn du Qualifikationen nennst, dann begründe am besten, warum dir diese Ausbildung so wichtig ist oder was du dort **Besonderes** gelernt hast. Beziehe dies in deine Geschichte mit ein, anstatt nur eine endlos lange Liste wie in einem Lebenslauf herunter zu rattern.

Auf der Über-mich-Seite geht es darum, die Leser*innen mit in deine Lebensgeschichte hinein zu nehmen. Erzähle deinen Weg der Heldin in farbenfroher Sprache, sodass beim Lesen **Bilder im Kopf** entstehen.

4. Fotos – beeindruckend und persönlich

Apropos Bilder: Fotos sind auf der Über-mich-Seite zwingend notwendig. Denn Menschen wollen dich sehen. Sie möchten in dein **Gesicht** schauen und wissen, ob sie dem, was du da schreibst, auch trauen können. Füge deshalb mehrere Bilder von dir ein und zwar aus unterschiedlichen Situationen. Zeige dich in privaten Situationen, die zu deinem Business passen, ebenso wie in Business-Momenten.

Fotos erzeugen eine bestimmte **Atmosphäre** und transportieren eine Emotion. Wähle deshalb aussagekräftige und gut belichtete Fotos, die eine Themenrelevanz zu deinem Business und zugleich zu deiner Lebensgeschichte darstellen. Foto und Text sind eine Einheit.



Wenn du ein personenbezogenes Business machst, verwende vorwiegend **Fotos von dir**. Achte darauf, dass dich die Bilder möglichst freundlich und sympathisch zeigen – dass du also viel lächelst. Ein professionelles Fotoshooting ist immer toll. Auf der Über-mich-Seite ist es jedoch zusätzlich wichtig, dass du auch Bilder nutzt, die nicht nur im sterilen Fotostudio aufgenommen wurden, sondern die den Leser*innen das Gefühl geben, sie würden **hinter die Kulissen** schauen. Wenn du das mit einem/einer Fotograf*in abbilden kannst – wunderbar! Ansonsten nutze hochwertige Smartphone-Fotos, die du selbst erstellen kannst.

Handyfotos von der letzten Feier sind dafür nicht geeignet! Achte darauf, was die Fotos ausstrahlen und frage gern in deinem Freund*innenkreis oder bei deinen Business-Begleiter*innen nach, welche **Wirkung** die Fotos auf sie haben. Oftmals schätzen wir uns selbst auf Fotos anders ein als Menschen von außen.



Hast du kein personenbezogenes Business, ist ein Foto von dir selbst dennoch notwendig, damit Interessent*innen **Vertrauen** zu dir **aufbauen** können. Adäquate Bilder vom Team oder von deinen Unternehmensräumen kannst du dann hier zusätzlich einbauen. Auch Stimmungsfotos, die nur deine Hände zeigen, die etwas produzieren, wenn das dein Business ist, oder die eine Gruppenatmosphäre wiedergeben, wenn du Seminare gibst, können den Über-mich-Seitentext ebenfalls bereichern.



Learning:
Fotos sorgen für eine emotionale Atmosphäre.

Frage:

Welche Fotos eignen sich für deine Über-mich-Seite und passen sie zu deiner Held*innengeschichte?

Deine Antwort:

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

5. Perfekte Länge

Eine tolle Über-mich-Seite darf sehr gerne circa **1000 - 2000 Wörter** oder mehr haben. Wichtig dabei ist stets, dass du den Text erstklassig aufbereitest und lesbar machst, damit er nicht langweilig wird. Es gibt keine zu langen Texte, nur zu langweilige. Mit Faktoren wie diesen sorgst du dafür, dass dein Text nicht anödet:



- kurze Absätze
- tolle Zwischenüberschriften
- Leerzeilen dazwischen, damit sich das Auge erholen kann
- Bilder/Grafiken/Videos zur Auflockerung
- richtig gesetzte fette Markierungen (circa ein Wort pro Absatz)
- eine Aufzählung pro Text

und so weiter. Mehr siehe Lern-Video/Workbook zu SEO-Texten unter „Tools & Links“.

Auch die lebendige Sprache entscheidet darüber, ob Menschen deinen Text als langweilig empfinden oder voller Genuss bis zum Ende lesen. Wenn du eine Person bist, die gerne und gut lange **Geschichten erzählen** kann, dann tu das!

Wenn du eher die sprachknappe bist und stattdessen die Megapower verbreitest, indem du



etwas tust, dann dreh ein kleines Video. Nimm zusätzlich einen Haupttext als Audio auf und **transkribiere** ihn. Schreibe den Text der Audioaufnahme ab oder nutze ein Tool, das dies aus der Audio-Datei heraus automatisch macht. Cloud Speech-to-Text ist beispielsweise eine Möglichkeit (siehe Tools & Links). Denn für eine suchmaschinenoptimierte Website ist viel hochwertiger und gehaltvoller Text entscheidend!



Learning:

Es gibt keine zu langen Texte, nur zu langweilige.

6. Interne Vernetzung durch Links

Füge **2 bis 3 interne Links** in den Über-mich-Text ein. Abhängig von der Wörteranzahl kannst du auch noch mehr Links einfügen. Diese Links führen zu weiterführenden Informationen, welche die Leser*innen jetzt nach der Über-mich-Seite gut brauchen können. Interne Links sorgen dafür, dass alles auf deiner Website miteinander verwoben und **vernetzt** ist. Überlege dir, was für die Leser*innen die nächste informative Unterseite nach der Über-mich-Seite ist: eine Infoseite, ein Produktangebot, ein Blogbeitrag und wenn ja, welcher? Denk daran, dass die meisten Leser*innen von der Startseite auf die Über-mich-Seite gekommen sein werden. Wohin sollten sie idealerweise jetzt gehen? **Du steuerst** das durch die internen Links, die du hier auf der Über-mich-Seite setzt!

Einen der Links solltest du auf alle Fälle zu deinen Angeboten setzen. Denn dorthin möchtest du die Menschen ja leiten. Verteile die Links gut: Anfang, Mitte und Ende. Die Textverlinkung geschieht mittels des sogenannten **Ankertextes**. Damit ist das Wort oder sind die Wörter gemeint, die das jeweilige **Keyword** der verlinkten Seite darstellen, zu welcher der Link führt.

Beispiel:

Du verlinkst von der Über-mich-Seite zu deinem Beratungsangebot für Paare. Diese Angebotsseite hat als Keyword „Paarberatung Berlin“ und die URL lautet entsprechend www.deinedomain.de/paarberatung-berlin. Du fügst den Link in den Text folglich auf die Wörter „Paarberatung Berlin“ ein:

„Daraus ist meine Praxis entstanden, in der ich Paarberatung in Berlin anbiete.“

Die Verbindungswörter, wie „und“ oder „in“, spielen dabei keine Rolle.



SEO-Tipps





Learning: Verlinke zu deinen Angeboten.

Frage:

Zu welchem Angebot verlinkst du von der Über-mich-Seite aus?

Wie lautet der Ankertext dazu?

Wohin verlinkst du noch?

Deine Antwort:

.....

.....

.....

7. Der Call-to-Action

Gerade am Ende des Textes brauchst du eine **klare Handlungsaufforderung** für deine User*innen. Denn wenn jemand deinen Über-mich-Text bis zum Ende gelesen hat, will diese Person wirklich zu dir und ist interessiert. Was tut diejenige jetzt am besten? Überlege dir das und leite sie bewusst dorthin! Möchtest du, dass sie dich anruft? Dir schreibt? Eine Buchung macht oder in deinen Shop zum Kaufen geht? Formuliere eine klare Handlungsaufforderung, einen sogenannten **Call to Action (CtA)**. Dies ist der englische Marketingbegriff für eine Aufforderung, die Menschen zum Handeln bewegt.

Einen Call to Action kannst du bei einem sehr langen Text auch bereits zwischen einzelne Abschnitte setzen. Es kann ein Text sein, wie „Melde dich bei mir!“, oder ein Button, auf dem ein klarer Appell steht:



Wichtig ist, dass du mit dem Call to Action direkt eine Möglichkeit anbietest, sodass Menschen dieser Aufforderung auch nachkommen können. Ein „Schreib mir!“ ohne einen **Link** zu deinem Kontaktformular oder ohne eine Mailadresse ist nutzlos. Biete mit dem CtA direkt einen Link an, der die Handlung **leicht** ausführbar macht.



Frage:

Was möchtest du, dass Menschen tun, nachdem sie deine Über-mich-Seite gelesen haben?

Wie lautet dein Call-to-Action und wohin verlinkst du?

Deine Antwort:

.....

.....

.....

Kann rein – muss aber nicht

Nicht alle Möglichkeiten machen für jede Über-mich-Seite Sinn. Hier nenne ich dir 4 weitere Faktoren, die du integrieren kannst – oder auch nicht. Das ist sehr stark von deinem **individuellen Business** abhängig und davon, was dafür wirklich wichtig ist und was nicht. Überlege dir stets, ob dies dem Ziel deiner Über-mich-Seite, welches in erster Linie der Vertrauensaufbau zwischen deinen Business-Lieblingsmenschen und dir ist, dient oder nicht.

Zertifikate und Ausbildungsnachweise

Du musst auf deiner Über-mich-Seite keine Nachweise erbringen, dass du das, was du anbietest, auch kannst. Mit wenigen Ausnahmen gibt es keine Businessbereiche, in denen vorgeschrieben ist, ein **Zertifikat** zu veröffentlichen, um ein entsprechendes Angebot ins Internet stellen zu dürfen. Bist du in einem solchen Bereich tätig (zum Beispiel Versicherungspartner, Juristen, Mediziner und andere), erkundige dich nach den für dein Business notwendigen Vorschriften. Für alle anderen Bereiche gilt:

Wirken die Nachweise **unterstützend**, um dich als kompetent, erfahren und in deinem Fachgebiet kundig darzustellen und lesen deine Interessent*innen sie – oder nicht?



Starte auf der Über-mich-Seite niemals mit einer Liste an Ausbildungen, Seminarteilnahmen oder Urkunden! Das wirkt schnell so, als würdest du dich nur über deine Zeugnisse definieren. Zuerst möchten Menschen dich sehen (Foto) und von dir lesen (Inhalt mit Nutzen), bevor sie deine Qualifikationen bewerten, wenn diese sie überhaupt interessieren. Das **Vertrauen in deine Leistung** oder in dein Produkt entsteht nicht durch eine Eins mit Sternchen, die dir dein Ausbilder vor 20 Jahren gegeben hat. Menschen vertrauen dir, weil dein geschriebenes oder gesprochenes Wort mit deinen Handlungen oder das Ergebnis mit deinem Versprechen übereinstimmt. *Das ist wesentlich wichtiger als eine Urkunde!*

Halte dich also mit Seminarnachweisen zurück und verwende wirklich nur die, die deinem Busi-



SEO-Tipps



ness, deiner dargestellten **Expertise** und deinem Thema **dienen**. Das Abschlusszeugnis deiner Grundschule ist beispielsweise irrelevant, wenn du 55 Jahre alt bist! Auch ein bestandener Rhetorikkurs hat nichts auf deiner Über-mich-Seite verloren, wenn sich deine Website um Wellnessmassagen dreht. In den meisten Fällen sind mehr Qualifikationen für alles mögliche vorhanden, als sie deiner Fachexpertise dienlich sind. Hier kann ein „zu viel“ schnell den gegenteiligen Effekt haben und dem **Vertrauensaufbau** schaden, weil es nicht für dein Selbstbewusstsein spricht, wenn du jeden winzigen Kurs nennst. Oftmals wirkt es sogar so, als würdest du nach Anerkennung heischen. Überlege also gut, welche Nachweise wirklich förderlich sind.

Wenn du Qualifikationsnachweise auf deine Über-mich-Seite bringst, tu es auf angenehme Art und kreiere eine **pfiffige Lösung** für die Präsentation: eine Galerie mit den Fotos deiner Urkunden zum Beispiel, oder eine Zeitleiste oder eine Zeittafel, an der du deine Abschlüsse auflistest. **Persönliche Statements**, warum dir dieser Abschluss so wichtig ist oder eine kleine Geschichte aus dieser Zeit lockert das – eher trockene – Thema auf. Eine zeitliche Ausbildungsabfolge lässt sich auch sehr schön grafisch darstellen. In Canva gibt es beispielsweise diverse Vorlagen für eine Infografik, mit denen du solch eine Zeitachsen-Übersicht selbst erstellen kannst.



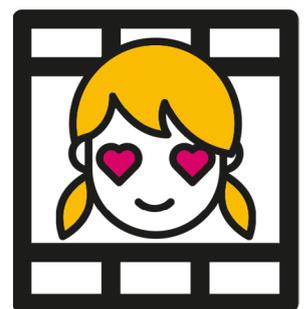
Learning:
Starte nie mit der Auflistung deiner Qualifikationen!

Ein Vorstellungsvideo

Nichts – außer einer Live-Begegnung – ist glaubhafter als ein Video. Wenn du deine Über-mich-Seite noch stärker machen möchtest, dann drehe ein **Vorstellungsvideo**. Zeig deine Expertise und wer du bist im Video.

Wichtig dabei sind folgende Faktoren:

- **Emotion**
- Business-Lieblingsmenschen ansprechen
- Herausforderung/Nutzen
- **Lebensgeschichte** Höhen/Tiefen
- Held*in-Happy-End und Expertise
- dein **Angebot**
- Call-to-Action



Dein Vorstellungsvideo kann – als Ergänzung zu einem ausführlichen Text auf der Über-mich-Seite – wie folgt lauten:

„Ich freue mich (*Emotion*), wenn du als selbstständige Frau (*wen sprichst du an*) deine Website



SEO-Tipps



optimieren möchtest, damit du besser in Google gefunden wirst (*die Herausforderung*). Ich hatte früher auch keine Ahnung, was Suchmaschinenoptimierung überhaupt bedeutet (*Lebensgeschichte, Höhen/Tiefen*). Heute bin ich SEO-Expertin (*Heldin-Happy-End und Expertise*) und zeige dir in der Webseitenberatung (*dein Angebot*) ganz genau, wie das geht. Schreibe mir jetzt eine Mail und erzähl mir von deiner Website (*Call-to-Action*)!"

Du siehst, dass so ein Vorstellungsvideo ganz kurz sein kann. Natürlich ist auch eine ausführlichere Version toll. Jedoch sollte das Video nicht länger als maximal 5 Minuten dauern. **1 bis 3 Minuten** sind eine gute Länge für ein Vorstellungsvideo, das du ergänzend auf die Über-mich-Seite einbindest.

Frage:

Was erzählst du im Video?

Deine Antwort:

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

Testimonials als Glaubwürdigkeitsverstärker

Menschen orientieren sich gerne an anderen Menschen. Bewertungen, Kundenfeedbacks, Lesermeinungen und **Referenzen** von zufriedenen Kund*innen oder von sogenannten Testimonials sind deshalb Gold wert. Testimonials sind Testkund*innen, mit denen du in der Regel Ware/Leistung gegen Bewertung/Feedback tauschst. Deine Leser*innen überzeugt es, was andere zu dir oder zu deinen Angeboten sagen. Meinungen von bekannten **Influencer*innen** sind natürlich besonders zugkräftig.



Auch auf der Über-mich-Seite kannst du deshalb ein paar Statements einfügen, um deinen Expert*innenstatus zu untermauern. Dies kann in Textform oder auch als Video geschehen. Dann ist so eine Referenz besonders **wirkungsvoll**. Je mehr Angaben (Name, Beruf, Wohnort, Alter und so weiter) du von deinem Testimonial hinzufügen darfst, umso glaubwürdiger ist das Feedback. So oder so benötigst du eine **Erlaubnis** (schriftlich), dass du die

Referenz veröffentlichen darfst.

Überlege dir vorher Fragen, die du deinem Testimonial stellen möchtest. Für die Über-mich-Seite sind dies andere als für die Bewertung eines Angebots. So kannst du zum Beispiel eher nach deiner Arbeitsweise, deiner Haltung im Leben oder nach deiner Wirkung als Person fragen. Achte auch hier darauf, dass die **Fragen** mit deinem Business zu tun haben und deinem Gesamtthema entsprechen.



Frage:

Wen könntest du als Testimonial um ein Feedback für deine Über-mich-Seite bitten?

In welcher Form möchtest du Referenzen veröffentlichen: schriftlich, mit Foto oder als Video?

Deine Antwort:

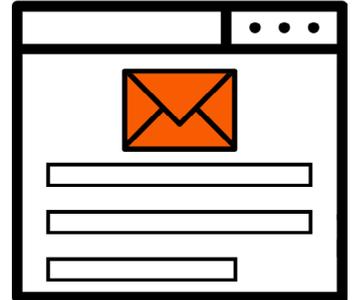
.....

.....

.....

Anmeldeformular für deinen Newsletter

Vergib keine Chance, deinen User*innen die Möglichkeit zu geben, sich für deinen **Newsletter anzumelden**. Deshalb integriere das Anmeldeformular ebenfalls in die Über-mich-Seite. Wie schon gesagt, hast du hier einen großen Zulauf und viel Traffic, weil es die am zweitmeisten gelesene Seite ist. Nutze das.



Achte darauf, dass deine Aufforderung zur Anmeldung für den Newsletter nicht aufdringlich wirkt, denn die Menschen sind mutmaßlich gerade eben erst auf deiner Website gelandet. Nach der Startseite haben sie die Über-mich-Seite angeklickt. Ein dezenter Hinweis und eine freundliche **Einladung** können mehr bewirken, als ein resolutes „Trag dich ein!“.

Kreative Ideen für eine Über-mich-Seite

Die Über-mich-Seite ist ideal geeignet, um Storytelling zu machen. Erzähle dein Leben und wie es zu deinem Business kam in einer ansprechenden Geschichte. Lass in den Köpfen der Leser*innen Bilder entstehen, berichte von deinen Gefühlen und **entwickle Höhepunkte**, tiefe Täler und ein Happy End. Hier findest du ein paar Ideen, wie du deine Über-mich-Seite spannend und interessant erstellen kannst.

Die Superwoman-Geschichte

Der Klassiker, um eine Über-mich-Seite zu kreieren, ist, deine Lebensgeschichte mit allen Höhen und Tiefen als 3er-Aufbau zu schreiben: **Einleitung, Hauptteil, Schluss**.

Starte niemals mit „Ich bin Susi, 32 Jahre und wohne in Bamberg.“ Das ist nicht der Anfang einer spannenden Story. Werde **kreativ** und überlege dir, was die Highlights deines Lebens waren und warum sie genau zu dieser Selbstständigkeit geführt haben, die du jetzt lebst. Zeige, welche Entscheidungen notwendig und wichtig waren oder was für **Erlebnisse** dich auf deinem Businessweg bis hier hin geprägt haben. Vielleicht gab es auch wichtige Menschen, die dich begleitet haben, oder Orte, an denen du gelebt hast und die ausschlaggebend waren.



SEO-Tipps



Um den Text besser ausformulieren zu können, kannst du die einzelnen Stationen, die du mit in deine Superwoman-Geschichte nehmen willst, zunächst skizzieren und eine Art **Storyboard** bauen. Schiebe alles solange hin und her, bis du einen wirklich prickelnden Aufbau hast. Dann überlegst du dir einen **guten Anfang**. Das kann eine Gegenüberstellung sein: „Heute bin ich eine selbstbewusste Expertin für Unternehmensentwicklung. Doch früher war ich keineswegs so selbstbewusst.“ Und dann erzählst du deine Geschichte, wie es kam, dass du selbstbewusst wurdest und was das mit deinem Businessangebot zu tun hat.

Aber auch Kindheitserlebnisse können eine gute Einleitung sein:

„Meine Mutter sagte immer, dass ich ein rebellisches Kind wäre. Recht hatte sie. Das ist bis heute so geblieben und hilft mir sehr, wenn ich als Expertin für“

Oder du startest mit einer direkten Frage:

„Sie wollen wissen, warum ich ausgerechnet Steuerberaterin geworden bin und eine eigene Praxis mitten in Hamburg an der Alster habe? Ich verrate es Ihnen:“



Im Mittelteil erzählst du deine **Held*innengeschichte**. Welche Herausforderungen du gemeistert hast, wo du gescheitert bist und warum sogar das Scheitern vielleicht gut war. Mach klar, was du aus deinem Lebensweg gelernt hast und wie dir das heute im Business nutzt. Stelle immer wieder den **Business-Bezug** her.

Außerdem zeigst du im Mittelteil dein **Herzenswarum**. Lass das Feuer für dein Business-Thema immer wieder aufflackern und zeige die Freude, die du an dem hast, was du tust. Am Ende stellst du dar, wie du **heute** lebst und **arbeitest** und was dich daran so erfüllt.



Learning:

Erzähle eine lebendige Geschichte mit Anfang, Mittelteil und Happy End.

Frage:

Welche wichtigsten Lebensstationen spielen in deiner Held*innengeschichte eine Rolle, um aufzuzeigen, wie es dazu kam, dass du heute machst, was du machst?

Wie lautet dein Anfang?

Mit welchem Happy End beschließt du den Spannungsbogen?



SEO-Tipps



Deine Antwort:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

6-Steps-System

Mit dem 6-Steps-System kannst du eine **klare Struktur** in deine Über-mich-Seite bringen. Dieses Format stammt von amerikanischen About Me Seiten und sieht wie folgt aus. Du teilst den Inhalt in 6 Blöcke ein:

Block 1

Hier beschreibst du, was die Kund*innen bei dir bekommen und was ihr **Nutzen** ist, wenn sie sich mit einem bestimmten Problem, einer Frage oder einer Herausforderung an dich wenden.

Block 2

Ein **Call to Action**.

Block 3

Erkläre hier, warum genau *du* die **richtige Person** bist, welche den Suchenden helfen kann und wie du das machst. Stelle dich als Expert*in vor.

Block 4

Ein **Call to Action**.

Block 5

Erzähle **deine Geschichte** und kreierte deine Heldinnen-Story, aus der hervorgeht, wie es zu deinem Business kam und was dich bewegt, um genau das zu tun, was du tust.

Block 6

Ein **Call to Action**.

Beim amerikanischen 6-Steps-System wird sehr viel intensiver der Fokus auf den **Verkaufspunkt** gelegt und immer wieder zu einer Handlung aufgerufen.

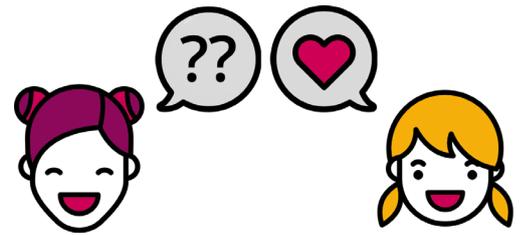
Interview

Als eine Variante der Präsentation einer Über-mich-Seite kannst du auch das Interview wählen. Entweder lässt du dich von jemandem **real interviewen**, wie zum Beispiel von deinem/ deiner Kooperationspartner*in oder von einem/einer deiner Mitarbeiter*innen. Spannend ist



auch den/die Praktikant*in die Fragen stellen zu lassen oder eine*n besondere*n Kund*in oder eine*n Freund*in.

Oder du führst ein **Interview mit dir selbst** und stellst die Fragen einfach an dich. Am besten tust du das ohnehin in Textform, denn das geschriebene Wort ist für dein Google Ranking relevanter als ein Video. Überlege dir **Fragen**, die einerseits mit deinem Business und mit deinem Werdegang zu tun haben und die andererseits Einblicke in deine Persönlichkeit geben.



Sammele vorab Ideen und Inspirationen für die Über-mich-Fragen bei deinen Kund*innen oder bei Menschen, deren Meinung du schätzt. Wichtiger als die Klassiker (Wo bist du geboren? Wie alt bist du? Bist du verheiratet und so weiter) sind Fragen, die dich zu einer echten Stellungnahme herausfordern oder die deine Haltung zeigen. Gib auch **Einblicke** in dein Leben außerhalb deines Business, ohne dabei zu privat zu werden oder unnötige Intimitäten preiszugeben. Mögliche Fragen könnten sein:

- Erinnerst du dich an deine*n erste*n Kund*in – wie war das?
- Was ist dein wichtigster Wert?
- Inwieweit hat dein Business Einfluss auf die Welt?
- Was sagst du zum Thema Frieden?
- Warum machst du dein Business?
- Wo finden dich die Menschen, wenn du nicht arbeitest?
- Lieber Meer oder lieber Berge?
- Letztes Buch, das du gelesen hast?

... und andere. Kreiere ein abwechslungsreiches Potpourri aus circa **10 bis 15 Fragen** und gib spannende Antworten!

Frage:

Welche Fragen könntest du dir stellen lassen oder dir selbst stellen?

Deine Antwort:

.....

.....

.....

.....

.....

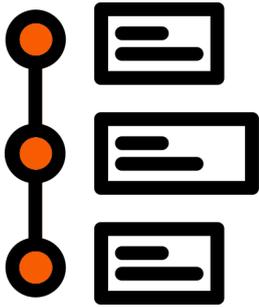
.....

.....

.....



Der Zeitstrahl



Wenn du deine Held*innengeschichte in Zahlen erzählen möchtest, kannst du einen Zeitstrahl nutzen. Anhand der **Jahreszahlen** entlang der Zeitlinie baust du dann deine Geschichte auf. Du kannst sogar deine Diplome und Urkunden einfügen oder andere Features nutzen, um die Zeitstrahl-Story lebendig zu präsentieren. Tools wie **Pageflow** oder **Linious** (Wordpress Plugin) bieten dir spannende Möglichkeiten, deinen Zeitstrahl ansprechend zu gestalten. Mit diesen Tools kannst du von der Lupe bis zur Galerie oder vom Video bis zum Sound zahlreiche Extras einfügen, die Menschen ermöglichen, deine Lebensgeschichte hautnah und in einer **komplexen Darstellung** zu erleben.

Frage:

Welche Lebensstationen und Jahreszahlen kannst du einbauen, die für dein Business relevant sind?

Deine Antwort:

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

Werte und Ethik

Möglich ist auch, deine Geschichte anhand deiner **Lebensphilosophie** zu erzählen und dich von Wert zu Wert zu hangeln. Dann steht weniger der zeitliche Ablauf im Mittelpunkt, sondern vielmehr deine Ethik und deine Haltung zum Leben. Du kannst eine Struktur bilden, die deine **Werte als Zwischenüberschriften** trägt und denen du dann die verschiedenen Lebensabschnitte zuordnest, in denen dieser Wert eine besondere Rolle gespielt oder in denen er sich entwickelt hat.

Eine andere Möglichkeit ist, Aussagen von dir zu **Zitaten** zu machen und diese als Überschriften zu nutzen, um deine Lebenshaltung Schritt für Schritt zu erklären. Erzähle dazu Geschichten aus deinem Leben und peppe diese Über-mich-Darstellung mit Fotos auf.

Frage:

Welche Werte oder welche philosophischen Grundlagen kennzeichnen deine Persönlichkeit?

Welche deiner Aussagen kannst du zu Zitaten machen, anhand derer du deine Über-mich-Story aufrollst?

Deine Antwort:

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



Die Gegenüberstellung

Bei der Gegenüberstellung kannst du zum Beispiel eine **wichtige Jahreszahl** in deiner Lebensgeschichte wählen und dieser **das Heute** gegenüberstellen.

- 1992 und heute
- 2001 und heute
- 2013 und heute

So kannst du das Erlebnis oder die Ausbildung in diesem Jahr erzählen und gleichzeitig einen Einblick bieten, wie du heute dazu stehst oder was dies heute für dich bedeutet.

Als Gegenüberstellung kannst du auch **eine Aussage** von einer anderen Person nehmen, zum Beispiel von Mitarbeiter*innen, Freund*innen oder Kund*innen, und deine **eigene Meinung** als Gegenpol darstellen. Anhand dieser erzählst du dann Geschichten aus deinem Leben, die diese Aussage untermauern. Beispiel:

Mein Freund Anton sagt über mich:

„Sie ist eine motivierende Lokomotive und sie hat immer einen Plan.“

Ich sage dazu:

„Tatsächlich habe ich schon immer Menschen geführt und gerne die Führung übernommen. Mich bringt so schnell nichts aus der Ruhe. Als ich einmal“



Frage:

Welche markanten Jahreszahlen fallen dir ein, in denen Bedeutsames in deinem Leben passiert ist, was sich auf dein heutiges Business auswirkt?

Wie kannst du das in einer Gegenüberstellung sichtbar machen?

Welche Aussagen anderer kannst du für eine Gegenüberstellung in Kombination mit deiner eigenen Meinung nutzen?

Deine Antwort:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Was ich ...

Die Struktur mittels „Was ich ...“ bietet dir viel Spielraum, um **Wichtiges und Interessantes** zu dir auf unterhaltsame Weise darzustellen. Jedes „Was ich ...“ stellt eine Zwischenüberschrift dar und die Leser*innen können sich beim Scannen des Textes entscheiden, ob sie alles lesen wollen oder nur bestimmte Teile.

Ideen für „**Was ich ...**“ **Ergänzungen** sind diese:

- Was ich an meinem Business mag.
- Was ich nicht mag.
- Was ich in meinem Business besonders gut kann.
- Was ich nicht kann.
- Was ich lese.
- Was ich nicht lese.
- Was ich jeden Morgen tue.
- Was ich abends tue, bevor ich Feierabend mache.
- Was ich am liebsten höre.
- Was ich unterstütze.



... und andere.

Finde deine eigenen „Was ich ...“ Ideen und erzähle anhand dieser deine Über-mich-Geschichte. Bei der Darstellung kannst du statt Überschriften und Textabschnitte zu nutzen, auch **Toggles** einfügen, wenn dein Content Management System dies anbietet. Toggles sind eine Art Akkordeon, das aus einer Textzeile besteht und einem aufklappbaren Feld oder einer Box, in der dann der ausführliche Text mit Foto und so weiter erscheint, wenn das Toggle angeklickt wird.

Frage:

Welche „Was ich ...“ Ergänzungen eignen sich, um etwas über dich, dein Herzenswarum, deine Expertise und dein Business zu erzählen?

Deine Antwort:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



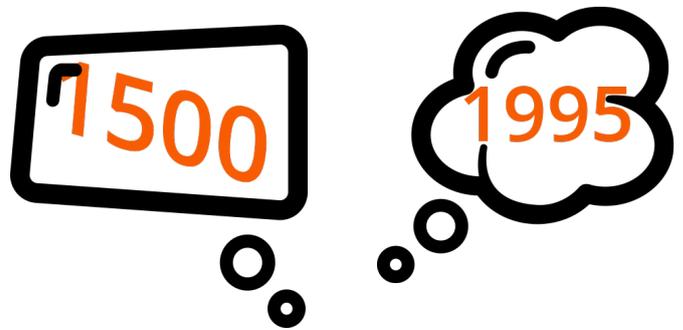
Daten und Fakten

Falls du deine Über-mich-Seite anhand von Daten und Fakten aufrollen möchtest, überlege dir, welche Zahlen wirklich **aussagekräftig** für deine Entwicklung waren. Frage dich zum Beispiel:

In welchem Jahr war ein wichtiger Moment? Wie viele Jahre hat es gebraucht, bis du einen bestimmten Schritt gegangen bist? Wann hast du gewusst, dass dieses Business deine Berufung ist? In welchem Zeitraum hast du eine zentrale Ausbildung oder ein Seminar gemacht, das dich entscheidend weitergebracht hat? Wie viele Kund*innen hattest du im ersten Jahr?

Zahlen sind oftmals eine trockene Materie. Umso wichtiger ist es, dass du dir eine **pfiffige Aufbereitung** einfallen lässt. Nachfolgend habe ich ein paar Ideen für dich. Achte darauf, dass der Style zu deinem Business-Thema passt. Wenn du als Unternehmensberater*in hochkarätige Manager*innen coacht, ist ein Comic-Design vielleicht nicht so angebracht, als wenn du als Webdesignerin vorwiegend junge Menschen als Kund*innen hast. Meine Ideen für eine abwechslungsreiche Darstellung von Zahlen und trockenen Fakten sind:

- Scribble
- Sketchnote
- Sprechblase
- Comic-Style
- Doodle Stil
- Handlettering
- Collage



oder ähnliches. Finde deinen **eigenen Stil**, um deine Über-mich-Seite attraktiv zu gestalten.

Frage:

Welche Daten und Fakten eignen sich für deine pfiffige Über-mich-Seite?

Wie stellst du diese dar?

Deine Antwort:

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Tools & Links

Viele **Tools** können dir das Erstellen einer Über-mich-Seite **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 unterstützt dich, 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 sich daraus für dein Marketing ableiten, wie zum Beispiel für deinen Webseitenauftritt.

„**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** dafür da, dass du in Google gefunden wirst. 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.

Google Analytics (kostenlos)

<https://analytics.google.com>

Mit Google Analytics **kontrollierst** du, wie sich Menschen auf deiner Website bewegen und wohin sie klicken. Mit Google Analytics hast du ein tolles kostenloses **Analyse-Tool**, das dir die



SEO-Tipps

Überwachung deiner Website-Entwicklung ermöglicht. Du meldest dich mit einem Google Konto an.

Cloud Speech-to-Text

<https://cloud.google.com/speech-to-text>

Das kostenlose Tool von Google wandelt deine **gesprochenen Worte in geschriebenen Text** um.

Canva

<https://www.canva.com>

Mit Canva kannst du ohne grafische Kenntnisse tolle **Infografiken** und mehr erstellen. Das Tool ist in der Basisversion kostenlos.

Pageflow

<https://pageflow.io>

Dies ist ein Tool zum Erstellen eines **multimedialen Scrollytellings**, bei dem du außer Text auch Videos, Audios, Galerien und so weiter auf pfiffige Weise einbinden kannst. Die User*innen scrollen immer weiter und es entrollt sich nach und nach die ganze Story.

Linius

<http://linius-storytelling.de>

Das Wordpress **Plugin** eignet sich ebenfalls für mutlimediales Storytelling.

Browseo

<http://www.browseo.net>

In Browseo prüfst du eine URL, um zu sehen, **wie Google deine Website sieht**. Du kannst hier die Wörteranzahl erkennen, die Reihenfolge der Gliederung, die Vorschau des Snippets und mehr.

Wichtiges zum Schluss

Auf der Über-mich-Seite führst du deine Interessent*innen nah an dich heran. Du beginnst oder vertiefst eine **emotionale Kund*innenbeziehung**, wenn du dich auf der Über-mich-Seite wahrhaftig und authentisch zeigst. Es kostet dich vielleicht etwas Überwindung, genau die Momente aufzuzeigen, die dich in deinem Leben zu der wundervollen Person von heute gemacht haben. Doch je mehr es dir gelingt, auf der Über-mich-Seite emotional zu überzeugen, umso eher **vertrauen** dir Menschen.



SEO-Tipps



Zudem klafft kein Gap, wenn dich Menschen später das erste Mal live erleben, sondern sie haben vielmehr das Gefühl, dich schon ewig zu kennen. Nutze die Über-mich-Seite für einen Moment **echter Nähe**. Zeig dich in all deiner Größe und entfalte deine Lebensgeschichte vor deinen Leser*innen, die dich zu der Businessfrau gemacht hat, die du heute bist.

Von Zeit zu Zeit ergänze und aktualisiere deine Über-mich-Seite. Denn du entwickelst dich weiter und so ist es wichtig, auch deine Über-mich-Seite anzupassen. Deine Website ist **deine digitale Präsenz**, die sich mit dir verändert und mit dir **wächst**.

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

Wie schreibe ich eine Über-mich-Seite? - Workbook für Frauen

© Sabine Krink - www.super-sabine.de

