



Content Bedarf

| | | |
|------------|---|--|
| Header | Ein Satz, Headline (one-liner): ca. 5-6 Wörter Subtitle: bis zu 20 Wörter | Checkliste: Überschrift, mit Wert, Ergebnis oder Transformation Was bietest du für wen an? Was erreichen deine Klienten, nachdem sie mit dir zusammen gearbeitet haben? |
| Über dich | Fließtext (120 - 180 Wörter) und Stichpunkte | Kurze Vorstellung deiner Person. Alle Dinge listen, die Vertrauen und Expertise in deine Person stärken. Zertifikate, Lehrgänge, Ausbildungen, etc... (am Besten als Liste) |
| Painpoints | 3-6 kurze Sätze | Bei welchen Problemen bist du die richtige Ansprechpartnerin? Je mehr Painpoints, desto größer die Chance, dass sich der Besucher der Webseite damit identifizieren kann. Idealerweise: Überschrift (3-4 Wörter) + Erklärender Satz (max. 20 Wörter) |
| Happy End | 3-6 kurze Sätze | Genau das Gegenteil von den oben beschriebenen Painpoints beschreiben. Was ist das Ziel? Wohin soll die Zusammenarbeit führen? Idealerweise: Überschrift (3-4 Wörter), hier sollte ein Benefit/Vorteil stehen und keine Leistung + Erklärender Satz, indem die Leistung erklärt wird, die zum Benefit/Vorteil führt. (max. 20 Wörter) |



| | | |
|--------------------|---|---|
| Welche Zielgruppe? | Pro Zielgruppe ein Satz. | Hier können wir nochmal darauf eingehen, für wen das Coaching interessant oder hilfreich sein kann. Personen, die keine Lust mehr haben... Pain/Frustration/Failure. Es können auch mehrere Zielgruppen angesprochen werden. Auf jede isoliert eingehen |
| Methode | Fließtext und Stichpunkte | Simple und übersichtlich beschreiben, wie die Zusammenarbeit aussieht. Von der ersten Kontaktaufnahme bis zur intensiven Zusammenarbeit. Was sind die einzelnen Schritte? |
| Kontaktaufnahme | Stichpunkte mit Erklärung | Wie sieht die Kontaktaufnahme aus? Anruf? Was passiert dann? (Kostenloses Erstgespräch? Wie lange? Angebot? etc.) Wie sollen die Schritte aussehen? Ziel ist es, dem Interessenten die Angst vor der Kontaktaufnahme zu nehmen und es so transparent wie möglich zu gestalten. |
| Testimonials: | Je mehr Testimonials desto besser. Kurzer Text, kann Fließtext sein oder einen bestimmten Aufbau haben, wie z.B. Herausforderung, Lösung, Ergebnis | Mit diesen Fragen an die Klienten ist es einfacher aussagekräftige Testimonials zu erhalten: 1. Welches Problem bestand vor der Lösung 2. Wie wurde das Problem gelöst 3. Was hat dir an der Lösung gefallen 4. Würdest du das Coaching weiterempfehlen 5. Gibt es weitere Dinge, die du hinzufügen würdest? |
| Häufige Fragen | Frage und die Erklärung dazu | Welche Fragen haben Kunden am Anfang der Beratung oder davor? Beantworten und zu Einwandsmanagement verwenden. |



| | | |
|-----------|--|---|
| Sonstiges | | Gibt es schon geschriebene Texte, Bilder, Flyer oder Blogbeiträge? Je mehr Auswahl besteht, desto besser, so kann man sich einen Überblick verschaffen. |
|-----------|--|---|