



Die perfekte Struktur für deine Website

Dein kostenloser Pocket Guide.



Roberto-Fabio Nobile

Webdesigner & Zertifizierter Webflow-Experte

Wieso nicht wild drauf los?

Wenn es um Websites geht, hört man oft Sprüche wie “das haben wir immer so gemacht” oder “das machen wir aus dem Bauch heraus.” Verstehe mich nicht falsch. Ich mag Bauchentscheidungen. Aber nicht bei Websites und schon gar nicht, wenn es um Struktur und Strategie geht.

Damit du weniger Bauchentscheidungen treffen musst und strukturierter Vorgehen kannst, habe ich diesen kleinen “Pocket Guide” erstellt.

Was der Pocket Guide kann?

Dir einen Leitfaden an die Hand geben, wie du selbst die Struktur deiner Website verbessern kannst.

Was der Pocket Guide nicht kann?

Zaubern.

Wenn dein Angebot nicht gut formuliert ist oder die falsche Zielgruppe anspricht, dann hilft dir auch die beste Website Struktur nicht, um mehr Leads zu erhalten. Dann hilft dir aber ein professioneller Webdesigner, deine Website so zu überarbeiten, dass sie die richtige Zielgruppe anspricht.



Roberto-Fabio Nobile

Webdesigner & Zertifizierter Webflow-Experte

01 Die “HERO” Sektion

Die HERO Sektion muss “ballern”. Warum fragst du? Sie ist das Erste, was Besucher:innen sehen. Wenn du es nicht schaffst, innerhalb weniger Sekunden zu überzeugen, sind sie sofort wieder weg.

Deshalb gilt:

Schreibe eine Headline, Sub-Headline und eine Copy, die Besucher:innen abholen und auf ihr Problem oder ihre Wunschvorstellung eingehen. Nimm dir dafür ausreichend Zeit!

Ergänzend und nicht weniger wichtig. Achte auf ein ansprechendes Design - entweder ein Bild von dir oder deinem Produkt oder ein anderer Eyecatcher.

Besucher:innen müssen auch visuell hängen bleiben.

Bonus Tipp: Du verwendest ein Bild von dir oder deinem Team? Dann schaut unbedingt in die Richtung der Headline. Damit lenkst du automatisch den Blick deiner Besucher:innen auf die Headline.



Roberto-Fabio Nobile

Webdesigner & Zertifizierter Webflow-Experte

02 Problembewusstsein

Mal Butter bei die Fische. Wie überzeugst du Kunden von dir und deinem Produkt oder deiner Dienstleistung?

Weil du so nett bist? Weil du Experte bist? Vielleicht bei 1% der Kunden. 99% kaufen aber bei dir, weil du eine Lösung für ihr Problem anbietest.

Das heißt: Benenne die Herausforderungen deiner Zielgruppe klar und deutlich. Dadurch beweist du, dass du sie verstehst und weißt, wovon du sprichst.

Bonus Tipp: Wie kommst du an diese Insights? Also woher weißt du, was die Probleme der Zielgruppe sind? Frage direkt bei deinen bisherigen Kunden nach. Wenn du noch keine Kunden hast, dann nutze LinkedIn, um Menschen zu “interviewen”, die in dein Raster passen würden.



Roberto-Fabio Nobile

Webdesigner & Zertifizierter Webflow-Experte

03 Zeige die Lösung

Du hast das Problem deiner Zielgruppe erkannt und klar auf deiner Website benannt. Sehr gut. Und nu?

Ganz einfach. Alles, was du jetzt tun musst, ist die Lösung aufzuzeigen. Beschreibe deiner Zielgruppe detailliert, wie die Lösung aussehen kann. Fällt dir beim Lesen gerade etwas auf?

Schreibe dabei die Lösung direkt nach dem Problem und nicht auf einer “Meine Leistungen” Unterseite. Wieso? Im Worst Case kommen Besucher:innen gar nicht bis dorthin.

Bonus Tipp: Zeige deiner Zielgruppe genau, wie du das Problem lösen würdest und mache es ihnen so leicht wie möglich die Veränderung zu erkennen.

Bons Bonus Tipp: Gib deinen potenziellen Kunden durch ein Freebie eine Kostprobe deiner Arbeit. Und habe keine Angst, dass du dadurch Kunden verlieren könntest. Das Gegenteil ist der Fall.



Roberto-Fabio Nobile

Webdesigner & Zertifizierter Webflow-Experte

04 Die “Call-to-Actions”

Ja, richtig. Plural.

Oft denken Website-Betreiber (und Webdesigner), dass ein gut platzierter Call-to-Action (CTA)-Button ausreicht, um ein Ziel zu erreichen.

Man will ja schließlich nicht aufdringlich sein. Das ist zwar echt nett. Aber auch echt falsch. Du solltest nach jeder Sektion einen CTA einbauen. Konkret heißt das:

Hero Sektion? Endet mit einem CTA.

Problembewusstsein? Endet mit einem CTA.

Die Lösung? Endet mit einem CTA.

FAQ Sektion? Endet mit einem CTA.

Vor dem Footer? Kommt immer ein CTA.

Bonus Tipp: Nutze mindestens 5-7 CTAs. Nicht jeder CTA muss oder soll dabei auf dieselbe Seite verlinken. Dennoch solltest du ein Hauptziel definieren und diesen CTA entsprechend auch prominent und häufig platzieren. Am besten in der Hero Sektion und als Abschluss der Seite. Dazwischen kannst du CTA-Ziele variieren. Möglich wären: Newsletter-Eintragung, Download eines Freebies, Webinar-Aufzeichnungen, etc.



Roberto-Fabio Nobile

Webdesigner & Zertifizierter Webflow-Experte

05 Mehrwert & Vertrauen

Ohne Vertrauen geht nichts. Egal, ob im privaten oder im beruflichen Umfeld. Niemand wird dir Geld für ein Produkt oder eine Dienstleistung geben, wenn das Vertrauen nicht da ist.

Wie bekommst du Vertrauen?

Mein Credo: “Give more than you take!”

Das bedeutet nichts anderes als, zeige dein Wissen und lass deine Besucher:innen davon kostenlos profitieren.

Unterstützt wird das Ganze dann durch den “Social Proof”. Wir Menschen sind soziale Wesen. Deshalb zeige, dass andere Kunden dir vertrauen und vertraut haben. Dies zeigt potenziellen Kunden, dass du hältst, was du versprichst und somit vertrauenswürdig bist.

Wie schaffst du das?

Nutze hierfür Case-Studies über deine Projekte, Testimonials oder Logos deiner Kunden.

Bonus Tipp: Habe keine Angst, dass du zu viel von deinem Wissen kostenlos preisgeben könntest. Niemand kauft gerne die Katze im Sack. Auch deine Kunden nicht.



Roberto-Fabio Nobile

Webdesigner & Zertifizierter Webflow-Experte

06 Wer bist du überhaupt?

Oftmals wird dem About eine ganze Seite gewidmet. Je größer das Team und die Website, desto sinnvoller ist das. Aber auch bei einer kleinen Landingpage oder einem Onepager sollte diese Sektion nicht fehlen.

Du kannst dich und dein Team mit einem kurzen Video, Bildern und Mini-Beschreibungen oder mit einem Slider oder Overlay vorstellen. Eigentlich vollkommen "Wurst". Aber stelle dich vor und erzähle ein bisschen über dich (und dein Team). Du gibst deinen Besucher:innen dadurch das Gefühl, dich zu kennen.

Bonus Tipp: Der erste Instinkt ist, die About Sektion direkt am Anfang oder zumindest recht weit oben zu platzieren. Ich empfehle dir, lass es. Stelle dich erst im zweiten Drittel der Website vor.

Wieso? Am Anfang interessiert keinen Menschen, wer du bist. Zunächst solltest du dich auf das konzentrieren, was deine Zielgruppe will: Verstanden werden (Problembewusstsein) und Antworten (Die Lösung). Wenn das überzeugt, bist du an der Reihe.



Roberto-Fabio Nobile

Webdesigner & Zertifizierter Webflow-Experte

07 Die FAQs

Du hast den “Pocket Guide” genau befolgt und alle Tipps 1:1 umgesetzt? Stark. Dann war’s das, oder?

Nicht ganz.

Vor dem Ende solltest du nochmals eine FAQ Sektion einbauen. Damit kannst du offene Fragen direkt und transparent beantworten. Das schafft ebenfalls wieder Vertrauen und ist ein super Platz um Themen, die dir wichtig sind, erneut aufzugreifen. Außerdem hast du in den FAQs auch Platz für Themen, die du bisher nirgends untergebracht hast, die aber nicht vergessen werden sollten.

Bonus Tipp: Siehe die FAQs auch als SEO-Chance. Wie auf Social Media sollte auch auf deiner Website das Ziel sein, Menschen möglichst lange zu binden. Die FAQs sind eine perfekte Möglichkeit dafür. Für dein SEO-Ranking ist es super, wenn deine Website eine lange Verweildauer aufzeigt.



Roberto-Fabio Nobile

Webdesigner & Zertifizierter Webflow-Experte



Du hast Fragen oder benötigst Hilfe bei der Umsetzung?



+49 1511 068 9427



fabio@fabionobile.de



www.fabionobile.de



linkedin.com/in/roberto-fabio-nobile/



Roberto-Fabio Nobile

Webdesigner & Zertifizierter Webflow-Experte