



DESIGN YOUR DIGITAL POWER

PLANE IN SECHS SCHRITTEN DEINE
EIGENE WEBSITE

DER KREATIVKOPF

hinter wyb



Ich bin Anika
Markenexpertin & Branddesignerin

Ich zeige ambitionierten Macherinnen, wie sich eine erfolgreiche Marke aufbauen & durch ein unverwechselbares Design abheben.

Ich möchte inspirieren, motivieren & ermutigen, das zu tun, was einem wirklich wichtig ist und wofür man brennt. Mein Wunsch ist es, dass mehr Frauen ihr eigenes Potenzial erkennen, für sich selbst eintreten und ins Handeln kommen.

Mit »wyb« möchte Unternehmerinnen in ihrer Individualität unterstützen und Klarheit in ihr Business bringen. Dabei betreue ich meine Kundinnen von der Ideenfindung, über die Positionierung bis hin zur Umsetzung ganzheitlich.

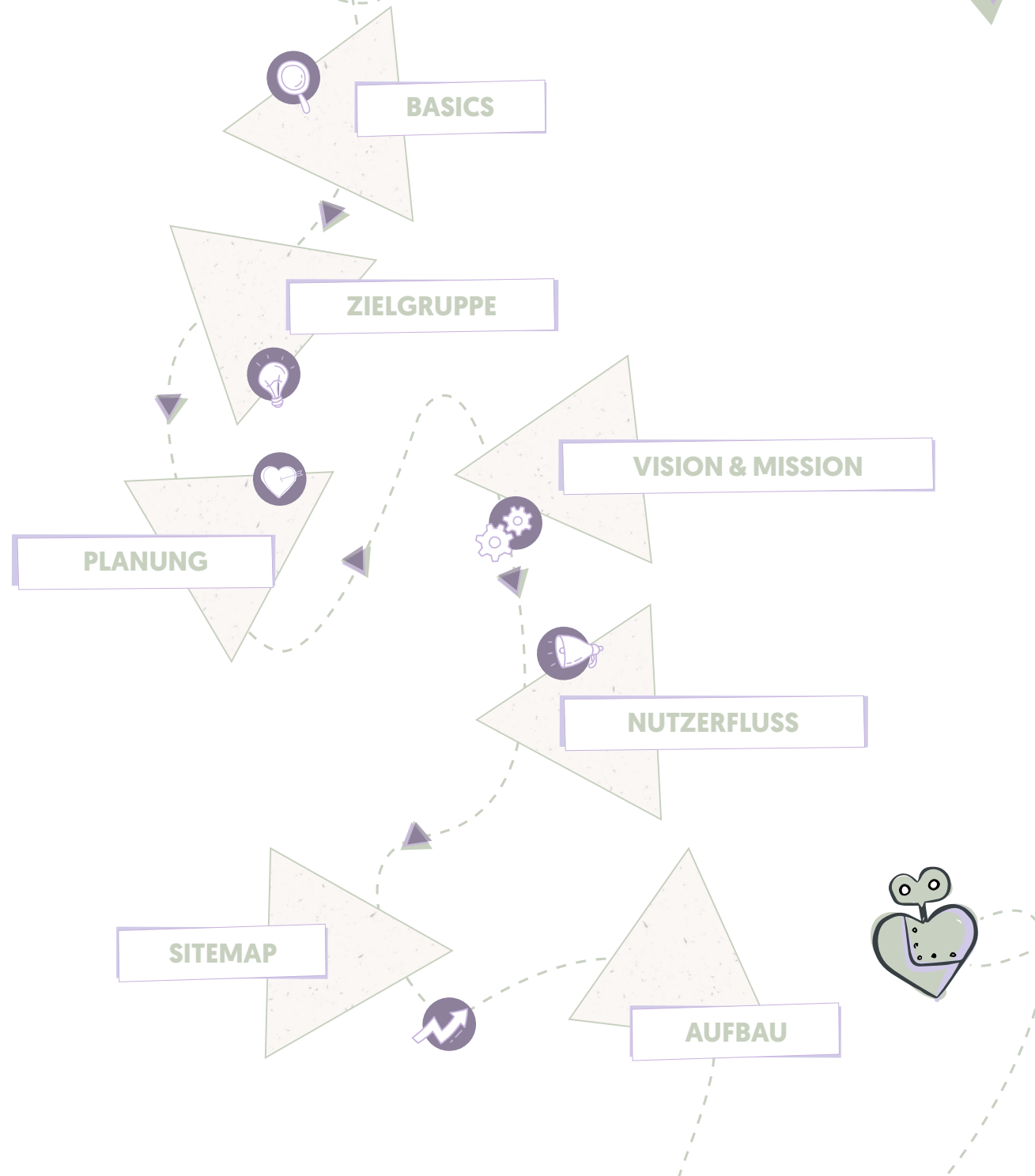
Mein Ziel ist es, zusammen mit Dir eine einzigartige Marke zu kreieren und mit einem individuellen Branding von der Masse herauszustechen.

ET KÜTT WIE ET KÜTT

Let the universe guide you!

DIE INHALTE

für dich



FÜR WAS BRAUCHE *ich das Ganze eigentlich?*

Wir alle sind verrückt nach Instagram & Co! Diese Plattformen bieten uns eine geniale Gelegenheit, spielend leicht Sichtbarkeit und Reichweite zu erlangen. Doch seien wir ehrlich: Dein Kanal, deine Follower und dein wertvoller Content gehören nicht dir – sondern einem gigantischen Technologieunternehmen. Dieses Unternehmen kann damit machen, was es will.

Truthbomb: Setze nicht alles auf eine Karte!

Baue deine Brand und dein Marketing nicht ausschließlich auf Social Media auf! Es ist essentiell, dass du auch andere Kanäle hast, um dein Business zu etablieren und zu verwalten. Genau hier kommt deine eigene Website ins Spiel. Sie ermöglicht es dir, deine Marke eigenständig aufzubauen, ohne von Dritten abhängig zu sein. Hier bist du der Boss und behältst die volle Kontrolle über das Design, die Inhalte und die Funktionalität – ganz unabhängig von den Launen eines Algorithmus oder möglichen Sperrungen.

Mit einer eigenen Website eröffnen sich dir unzählige Möglichkeiten, die dein Herz höher schlagen lassen! Stell dir nur vor: Du kannst einen Newsletter anbieten, um deine treuen Fans immer auf dem Laufenden zu halten. Du kannst kostenlose Goodies bereitstellen, um den Mehrwert für deine Besucher zu steigern. Und nicht zu vergessen: Du kannst Verkaufsseiten erstellen, um deine Produkte oder Dienstleistungen auf höchstem Niveau zu präsentieren.

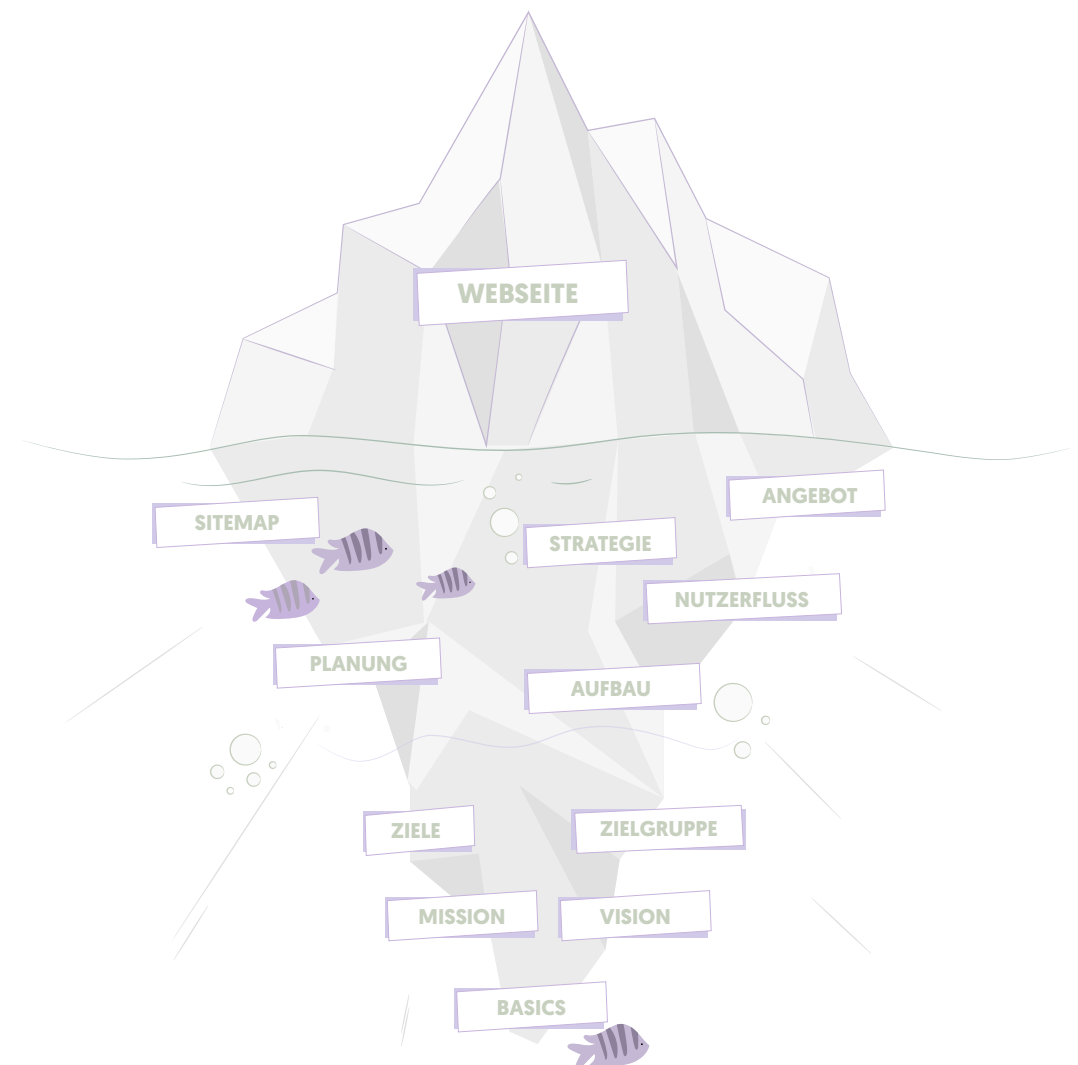
Eine eigene Website ist deine Eintrittskarte in eine Welt voller Kreativität und unternehmerischer Freiheit. Du kannst deine Vision zum Leben erwecken und deine Marke so gestalten, wie du es für richtig hältst. Keine Grenzen, keine Kompromisse. Du bist der Kapitän deines eigenen Schiffes und segelst mit voller Kraft in Richtung Erfolg.

Also worauf wartest du noch? Lass uns gemeinsam den Aufbau deiner eigenen Website angehen und all die fantastischen Möglichkeiten nutzen, die sich dir bieten. Dein Herz wird vor Freude Purzelbäume schlagen, wenn du siehst, wie deine Marke aufblüht!

DER MARKEN-EISBERG *für deine erfolgreiche Brand*

Spätestens seit dem Film "Titanic" wissen wir, dass der größte Teil des Eisbergs unter der Wasseroberfläche liegt. So ist das auch mit deiner Website. Die einzelnen Punkte bedarf es, um deine Website richtig gut zu machen und von der Konkurrenz abzuheben.

Ziel des Workbook ist es, die Elemente der untersten Schicht zu erarbeiten und somit das Fundament deiner Website zu schaffen.



Step one WEBSITEN BASICS

Dein Brandname

Was bietest du an?

Und für wen?

Hast du aktuell eine Website?

Ja, habe ich Nein, noch nicht

Beantworte folgende Fragen gerne, wenn du „Ja, habe ich“ angeklickt hast:

Was geht dir als erstes durch den Kopf, wenn du an deine aktuelle Website denkst? Wie würdest du deine Gefühle darüber beschreiben - erfüllt sie dich mit Stolz oder willst du sie am liebsten erst gar nicht öffnen?

Verwendest du ein bestimmtes Farbschema oder Corporate Colours auf deiner Website?

Ja, habe ich Nein, bisher noch nicht

Verwendest du hochwertige Grafiken und Bilder auf deiner Website?

Na klar Sollte ich mal machen

Sind deine Schriften alle einheitlich und gut lesbar?

Total Eher nicht

Ist deine Website mobilfreundlich und für alle Endgeräte responsive?

Yees, klar Leider überhaupt nicht

Welche Websites magst du und was genau gefällt dir an ihnen?

PLATZ FÜR DEINE NOTIZEN

Step two DIE ZIELGRUPPE

Zielgruppe: Die Menschen, die du erreichen möchtest. Dein Herzschlag.

Eine Zielgruppe ist die Gruppe von Menschen, die du mit deinem Angebot ansprechen möchtest. Da sich die Bedürfnisse der Menschen unterscheiden, kannst du in der Regel nie alle erreichen, sondern immer nur einen Teil. Und das ist auch in Ordnung.

Deine Zielgruppe ist der Motor deines Unternehmens. Deine Ziele sind es, Reichweite zu steigern, neue Kunden zu gewinnen und eine erfolgreiche Marke aufzubauen. Aber diese Ziele erreichst du nur, wenn du die Menschen erreichst, für die dein Angebot interessant ist. Das gelingt dir, indem du ihre Wünsche und Sorgen verstehst. So kannst du deine Lösungen auf ihre Bedürfnisse zuschneiden und einen echten Mehrwert bieten.

Stell dir vor, du könntest nicht nur deine Freunde auswählen, sondern auch die Menschen, die du mit deinem Angebot erreichen möchtest. Deine Wunschkunden! Aber wie findest du am besten heraus, wer deine ideale Zielgruppe, also dein Wunschkunde, ist? Ganz einfach! Mit einer "Buyer Persona".

Eine Buyer Persona ist ein fiktiver, idealer Wunschkunde. Mit diesem Tool möchten wir erreichen, dass deine ideale Zielgruppe lebendig wird. Es reicht nicht aus, nur eine Vorstellung von deiner Zielgruppe zu haben. Nimm dir Zeit, um sie ausführlich zu analysieren. Betrachte die Welt durch die Augen deines Traumkunden. Was erwartet er/sie von dir? Welche Probleme und Sorgen hat er/sie? Wie viel Zeit hat er/sie? Welchen Internetbrowser und welche Internetseiten nutzt er/sie? Die Antworten auf diese Fragen helfen dir, ein zielgruppenorientiertes Konzept zu entwickeln, deine Onlinepräsenz anzupassen und deine Marketing-Maßnahmen so zu gestalten, dass sich deine Kunden bei dir wohlfühlen.



Dein idealer WUNSCHKUNDE

DATUM:

INTERESSEN

- ▶ _____
- ▶ _____
- ▶ _____
- ▶ _____
- ▶ _____
- ▶ _____

DEMOGRAFISCHE DATEN

GESCHLECHT

ALTER

WOHNORT

BERUF

EINKOMMEN

FAMILIENSTAND

MERKMALE & WERTE

- ▶ _____
- ▶ _____
- ▶ _____
- ▶ _____
- ▶ _____
- ▶ _____
- ▶ _____

ERWARTUNGEN & ZIELE

Was möchte dein Wunschkunde mit dem Kauf deines Produktes erreichen? Welche Probleme möchte er:sie damit lösen?

HERAUSFORDERUNGEN

Nach was hat dein Wunschkunde schon tausend mal gegoogelt?

IDEALE LÖSUNG

Wegen was liegt dein Wunschkunde nächtelang wach und grübelt?

Step three

VISION & MISSION

Erinnerst du dich an diesen Moment, als du die Idee für dein Herzensbusiness hattest? Spürst du noch die Freude und deine Motivation? Siehst du dein großes Ziel, deine Vision und deinen großen Traum vor dir? **Vision, what?**

Deine Vision ist das innere Bild deiner Zukunft, das dein Herz auf eine tiefere Ebene berührt und dein Handeln inspiriert. Je klarer du dir über deine [Business-]Vision wirst, desto einfacher wird es sein, dieses Wunschbusiness, zu erschaffen.

Bevor wir zusammen von großen Zielen träumen, lass uns vorher nochmal ein paar grundlegende Begrifflichkeiten klären.

Eine Vision antwortet auf die Frage **“WAS”**

Mit deiner Vision beschreibst Du den idealen Zustand deiner Brand in der Zukunft und beantwortest somit die Frage, was du langfristig (also in 10 bis 30 Jahren) mit deiner Brand erreichen möchtest.

Eine Mission antwortet auf die Frage **“WARUM”**

Die Mission fokussiert sich auf den Zweck. Sie beinhaltet den Nutzen, den deine Brand liefert und was deine Brand auszeichnet.

Step 1 - Visionboard

Werde die Hauptfigur in deinem Lieblingsfilm! Träume so groß, dass es dir dabei schwindelig wird. Und denke dabei immer an dein „Was“ & „Warum?“.

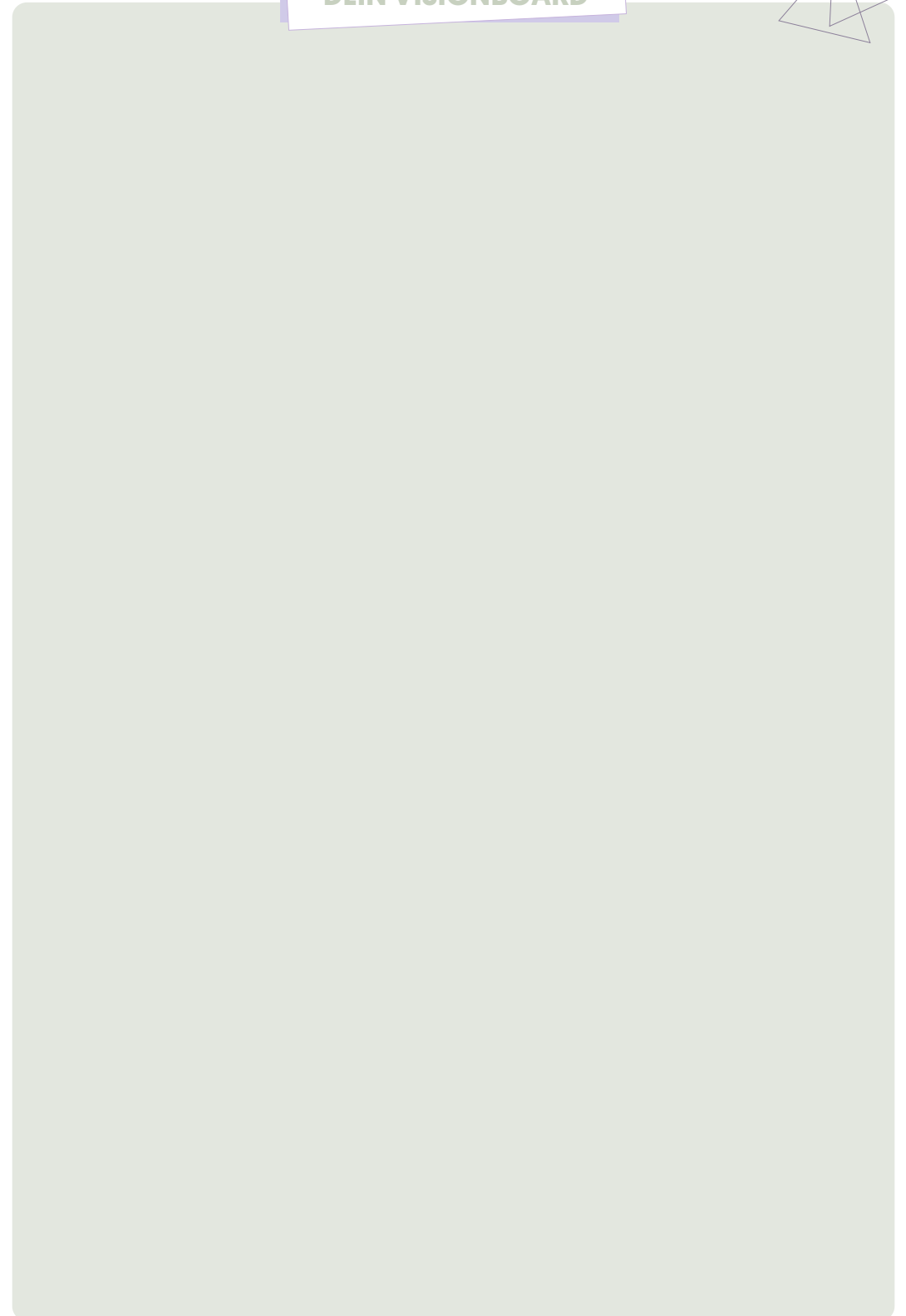
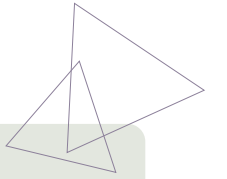
Es gibt kaum eine bessere Methode um Ziele, Wünsche und Träume zu erreichen, als sie mit einem Visionboard zu visualisieren. Dein Visionboard ist das perfekte Tool, um deine Gedanken auszudrücken und greifbar zu machen.

Beim Visualisieren ist es superwichtig, dass du darauf achtest, dass es von Herzen kommt. Nur dann funktioniert es auch richtig!

Benutze verschiedene Zeitschriften und schneide Bilder, Zitate, Illustrationen, Fotos und Texten aus, die deine Wünsche, Träume und Visionen zu deiner Brand am besten beschreiben. Füge alles zu einer großen Collage zusammen und hänge dieses Board am besten dahin, wo du es immer sehen kannst (z.B. an deinen Schreibtisch). Es wird dich an deine Ziele erinnern und dich immer wieder auf die richtige Spur bringen.

Sei mutig. Lass dich nicht von der Stimme irritieren, die dir sagt, dass das unmöglich ist oder du es nie schaffen wirst. Glaube an dich und deine Vision!

DEIN VISIONBOARD



Step 2 - Wortsammlung

Anhand deines Visionboards hast du dir visuell deine Träume, Visionen und Ziele zusammen gebastelt. Der nächste, wichtige Schritt ist es, deine Collage in Worte zu fassen. Denn so wird alles noch greifbarer und umsetzbarer.

„Wenn du könntest, wie du wolltest, und du wüsstest,
es würde gelingen, was würdest du dann tun?“

Schau dir dein Visionboard an, lass es auf dich wirken und notiere all deine Gedanken und Gefühle, die dabei auftauchen. Bitte denke nicht lange nach, sondern schreibe alle Wörter auf, die dir anhand deines Visionboards und deines Unterbewusstseins spontan in den Kopf kommen.

DEINE GEDANKEN

Step 3 - Formulieren

Anhand deines Visionboards und deiner Wortsammlung siehst du jetzt, wo du gerne mit deiner Brand hin möchtest. Jetzt geht es darum, genau das mit der Außenwelt zu kommunizieren. Deshalb solltest du den Inhalt in klare und präzise Sätze formulieren.

Was ist deine Vision

- Wo und wofür willst du in Zukunft stehen?
- Worauf bist du stolz?
- Wie willst du dort stehen?
- Was willst du dort tun?

Was ist deine Mission

- Was machst du heute?
- Warum tust du das?
- Für wen machst du das?
- Was ist der Nutzen deines Handelns?

Was? So viel muss da drinstehen? Yes. Vielleicht schwirren dir gerade solche Gedanken durch den Kopf. Das verstehe ich und es ist ganz normal! Bitte verstehe meinen Fragenkatalog als Referenzrahmen. Du darfst alle Fragen nutzen, musst aber nicht alle beantworten.

Und ganz besonders wichtig: Die größte Herausforderung bei der Formulierung von Vision und Mission ist, sie auf das Wesentliche zu reduzieren! Let´s go!

KRITZELEIEN AUS DEINEM KOPF

Deine
VISION & MISSION

DEINE VISION

DEINE MISSION

hey you
**STOP
WAITING
FOR
THINGS
TO BE
PERFECT**
I hope you are too!
I am proud of you
**to go for your dream!*

Step four WEBSITEN PLANUNG

Welche Unterseiten braucht deine Website?

- Home About me Leistungen
 FAQ Blog Shop
 Referenzen Freebie Salespage
 Kontakt Impressum/Datenschutz
 Sonstiges: _____

Welche Funktionen braucht deine Website?

- Chat Blog Mitgliederbereich
 Galerie Shop Such-Funktion
 Newsletter Virtuelle Tour Terminvereinbarung
 Maps Kundenkonto Veranstaltungskalender
 Sonstiges: _____

Welche Dinge wünschst du dir für deine Website?

Welche Farben bekommt deine Website?

Welche Schriften benutzt du auf deiner Website?

Hast du Formen, die du auf deiner Website gerne verwenden würdest?

Hast du passende Bilder für deine Website?

Welches Gefühl möchtest du mit deiner Website auslösen?
Wie sollen sich deine Besucher fühlen?

Step five DER NUTZERFLUSS

Der Nutzerfluss: Dein Leitfaden für ein cooles und nahtloses Website-Erlebnis

Willkommen in der faszinierenden Welt des Benutzerflusses! Aber Moment mal, was genau ist eigentlich dieser Nutzerfluss und warum ist er so wichtig für deine Website? Keine Sorge, wir werden es dir erklären und dir zeigen, wie du das Beste daraus machen kannst.

Der Nutzerfluss ist wie eine **gut geplante Reise für deine Besucher**. Er definiert die **Schritte und Interaktionen**, die sie auf deiner Website durchlaufen, angefangen von dem Moment, wenn sie auf deine Seite kommen, bis hin zu den Aktionen, die du von ihnen möchtest. Er ist der Schlüssel, um sicherzustellen, dass deine Besucher eine großartige Erfahrung machen und gleichzeitig dein Ziel erreichen.

Aber wie funktioniert das eigentlich? Ganz einfach: Der Nutzerfluss beginnt mit einer **klaren Navigation**. Deine Besucher sollten sich mühelos auf deiner Website bewegen können, ohne dabei den Faden zu verlieren. Eine **übersichtliche Menüstruktur** und **gut platzierte Links** helfen ihnen, die gewünschten Seiten zu finden und die Informationen zu erhalten, nach denen sie suchen.

Ein reibungsloser Nutzerfluss bedeutet auch, dass deine Seiten logisch miteinander verbunden sind. Es geht darum, den Besuchern zu zeigen, welche Schritte sie als nächstes unternehmen können, ohne sie zu verwirren. Eine **gut durchdachte Anordnung von Call-to-Actions und Verlinkungen** führt sie sanft von einer Seite zur nächsten, immer näher an dein Ziel heran.

Ein weiterer wichtiger Aspekt des Nutzerflusses ist die **Benutzererfahrung**. Du möchtest, dass deine Besucher sich auf deiner Website wohl fühlen und gerne wiederkommen. Dazu gehört eine **ansprechende Gestaltung, schnelle Ladezeiten und gut lesbare Inhalte**. **Vermeide überladene Seiten und Sorge dafür, dass alles intuitiv und benutzerfreundlich ist.**

Natürlich kommt es auch auf das Ziel an. **Was möchtest du erreichen?** Möchtest du, dass deine Besucher ein Produkt kaufen, sich für deinen Newsletter anmelden oder einfach nur deine Inhalte genießen? **Definiere klare Handlungsaufforderungen** und Sorge dafür, dass sie gut sichtbar und verlockend sind. Die richtigen Verlinkungen und Call-to-Actions an den richtigen Stellen führen deine Besucher direkt zu dem, was du möchtest.

Ein cooler Nutzerfluss ist also der Schlüssel zu einer erfolgreichen Website. Er sorgt dafür, dass deine Besucher sich zurechtfinden, sich wohl fühlen und deine Ziele erreichen. Ein gut gestalteter Benutzerfluss lässt sie tiefer in deine Website eintauchen und sich mit deinem Angebot verbinden.

Also, nimm dir Zeit, um deinen Benutzerfluss zu planen und zu optimieren. Verstehe deine Zielgruppe, identifiziere ihre Bedürfnisse und gestalte deine Website entsprechend. Teste und analysiere, um zu sehen, wo Verbesserungen möglich sind. Und vor allem: Höre auf das Feedback deiner Besucher, um kontinuierlich zu wachsen und deine Website zu verbessern.

IDENTIFY YOUR ENTRY POINTS

Woher kommen deine Besucher?

- Google Social Media Ads
 Sonstiges: _____

Auf welcher Seite landen deine Besucher in der Regel als erstes?

- Home Salespage About
 Newsletter Sonstiges: _____

Wegen welchem Problem kommen deine Besucher zu dir?

Step six DIE SITEMAP

Bist du bereit, den Weg zu einer **optimalen Website-Navigation** zu entdecken? Dann ist die Sitemap dein geheimer Schlüssel! Aber was ist eigentlich eine Sitemap und warum ist sie so wichtig für deine Website? Lass uns eintauchen und das Geheimnis enthüllen.

Die Sitemap ist wie der **Bauplan deiner Website**. Sie ist eine **strukturierte Übersicht, die alle deine Seiten hierarchisch darstellt**. Von der Startseite bis hin zu den tiefsten Ebenen deiner Inhalte - die Sitemap zeigt den Weg zu jedem einzelnen Element auf deiner Website.

Aber warum ist das überhaupt wichtig? Ganz einfach: Eine gut durchdachte Sitemap **verbessert die Benutzererfahrung** und die **Suchmaschinenoptimierung**. Deine Besucher können mühelos die gewünschten Informationen finden, ohne sich in einem Labyrinth von Seiten zu verirren. Eine klare und logische Strukturierung deiner Inhalte ist der Schlüssel, um ihre Aufmerksamkeit zu gewinnen und sie auf deiner Website zu halten.

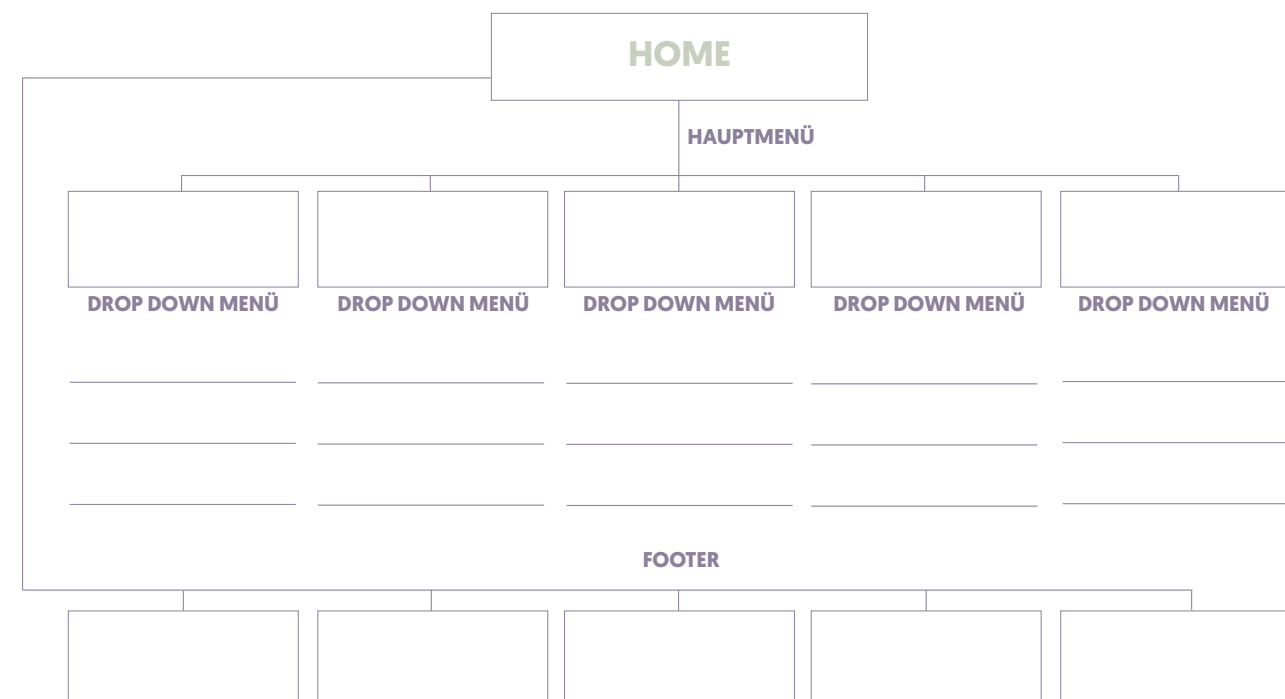
Und vergiss nicht: **Eine Sitemap ist keine einmalige Sache**. Sie sollte regelmäßig aktualisiert werden, wenn du neue Inhalte hinzufügst oder Änderungen vornimmst. Halte deine Sitemap auf dem neuesten Stand, um sicherzustellen, dass Besucher und Suchmaschinen immer den richtigen Weg finden.

Also, mach dich ans Werk und erstelle eine coole und gut organisierte Sitemap für deine Website. Nimm dir Zeit, um deine Seiten zu kategorisieren, die Hierarchie festzulegen und die Verknüpfungen zu optimieren. Eine durchdachte Sitemap ist der Schlüssel zu einer erfolgreichen und nutzerfreundlichen Website.

Ein Beispiel einer Sitemap:



Deine Sitemap:



Step seven DER AUFBAU

Stell dir vor, deine Website ist wie ein stylisches Haus. Jeder Raum hat seine eigene Funktion und Atmosphäre. Wenn du kochen möchtest, gehst du in die Küche und nicht ins Schlafzimmer, oder? Genauso ist es mit den verschiedenen Bereichen deiner Website. Jeder Bereich hat seine spezielle Funktion, die ihn einzigartig macht. Es ist wie ein offenes Geheimnis: Die Besucher wissen, dass sie im Badezimmer die Toilette finden.

Damit deine Website richtig gut funktioniert, von Google gefunden wird und aus Besuchern Kunden werden, muss sie eine kluge Struktur haben. Klar, du könntest die Toilette in die Küche einbauen oder einfach weglassen, aber das wäre doch ziemlich verwirrend, oder? Verwirrung ist nie gut für's Geschäft.

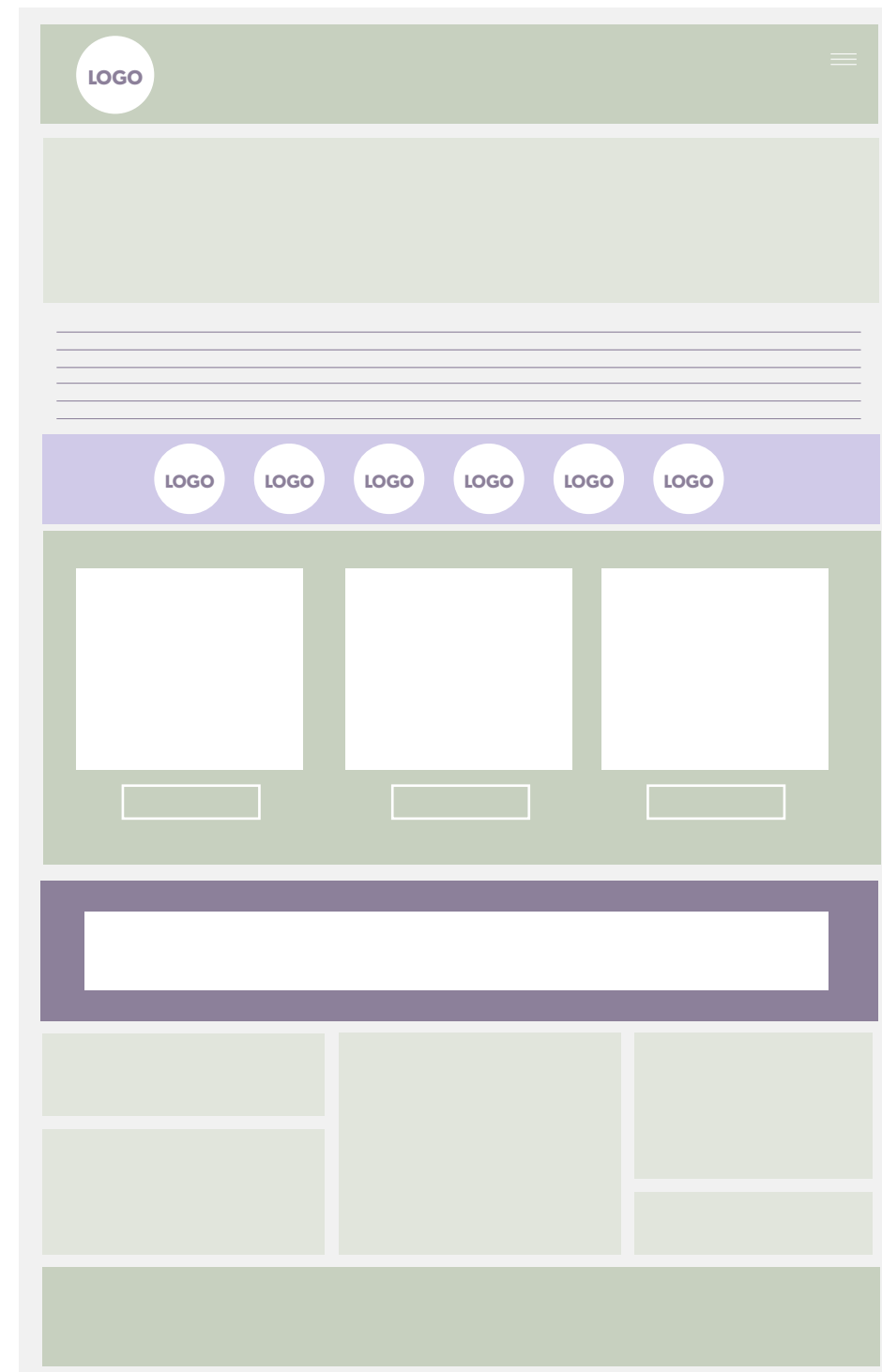
Warum ist der Aufbau einer Website so wichtig? Der Aufbau ist das Fundament deiner Website. Hier bestimmst du, welche Informationen du präsentierst, wie du sie gestaltest und wo du sie platzierst. Wenn du den Aufbau sorgfältig planst und regelmäßig überprüfst, erreichst du Folgendes:

Du vergisst keine wichtigen Infos, die deine Besucher brauchen, um Vertrauen zu gewinnen und bei dir einzukaufen. Deine Besucher finden intuitiv den Weg auf deiner Website, ohne lange zu überlegen. Du hinterlässt einen positiven ersten Eindruck: strukturiert, vertrauenswürdig und professionell.

Das Internet ist voller Inhalte. Niemand ist dazu verpflichtet, nur deine Seite anzuschauen. Wenn deine Inhalte nicht überzeugen, gehen die Leute einfach woanders hin. Manchmal entscheiden sie das schon nach wenigen Sekunden.

Deswegen ist ein durchdachter Aufbau deiner Website so wichtig. Nur so schaffen es die Besucher, sich näher mit deinen Texten und Angeboten auseinanderzusetzen.

So könnte eine Startseite aufgebaut sein:



NAVIGATION

Logo, Menü

HEADER

Bild, Slider

WELCOME

Willkommensnachricht

REFERENZEN

Logo von Kunden (vergangen oder aktuell)

ANGEBOT

Beschreibung/Bild inkl. Linksklick

CALL-TO-ACTION

Z.B Newsletter, Freebie, Membership, Podcast

CONTENT

Zeig deine beste Arbeit oder dein Instagram Feed

FOOTER

Social Links, Impressum, Datenschutz, AGB

THE GOAL
OF BRANDING
ISN'T TO
ATTRACT
EVERYONE

the goal of branding
isn't to attract

**it's to
attract the
right people!*

Alles geschafft? CHECKLISTE

Ohh nice, du hast es geschafft! Lass uns nochmal alles zusammenfassen:

Du weißt, wie deine Brand aussehen soll...

...& was du mit ihr machen möchtest (Vision)...

...und warum (Mission).

Du weißt, was deine Website können muss (Planung)

...und auch, WEN du damit ansprechen möchtest (Zielgruppe).

Du hast eine genaue Idee, wie du deine Zielgruppe durch leitest (Nutzerfluss)...

...und wie du deine Website aufbaust (Sitemap)

Du weißt, welche Unterseiten deine Website hat und was darauf jeweils passiert (Aufbau)...

...und willst damit losziehen, und die Welt verändern!

DEINE ANTWORTEN

NOTIZEN

YES YES YES

du hast es geschafft!

Herzlichen Glückwunsch, mit all den Antworten auf diese Fragen hast du das Fundament deiner Website gelegt.

Als nächster Schritt geht es an das visuelle Ausarbeiten deiner Website. Dafür habe ich etwas richtig cooles mit im Gepäck: Meine neuen Webseiten-Vorlagen!

Mit unseren Vorlagen kannst du deine Webseite schnell, ohne Hürden und vor allem mit Leichtigkeit erstellen. Kein langes Grübeln über das Design, keine technischen Kopfschmerzen mehr. Wir haben alles für dich vorbereitet, damit du dich voll und ganz auf das konzentrieren kannst, was wirklich wichtig ist: dein Business.

Erschaffe eine Webseite, die die Herzen deiner Kunden im Sturm erobert. Verwende unsere emotionalen und ansprechenden Vorlagen, um deine Besucher zu fesseln und sie zu überzeugten Käufern zu machen. Denn letztendlich geht es darum, Menschen zu bewegen, sie von deinem Angebot zu begeistern und eine tiefe Verbindung zu schaffen.

Es gibt wohl keinen einfacheren und schnelleren Weg, um in den Besitz einer wunderschönen Website zu gelangen!

Mit unseren Vorlagen sparst du nicht nur Zeit und Nerven, sondern du kannst auch sicher sein, dass du eine professionelle Webseite erhältst, die dein Angebot perfekt präsentiert.

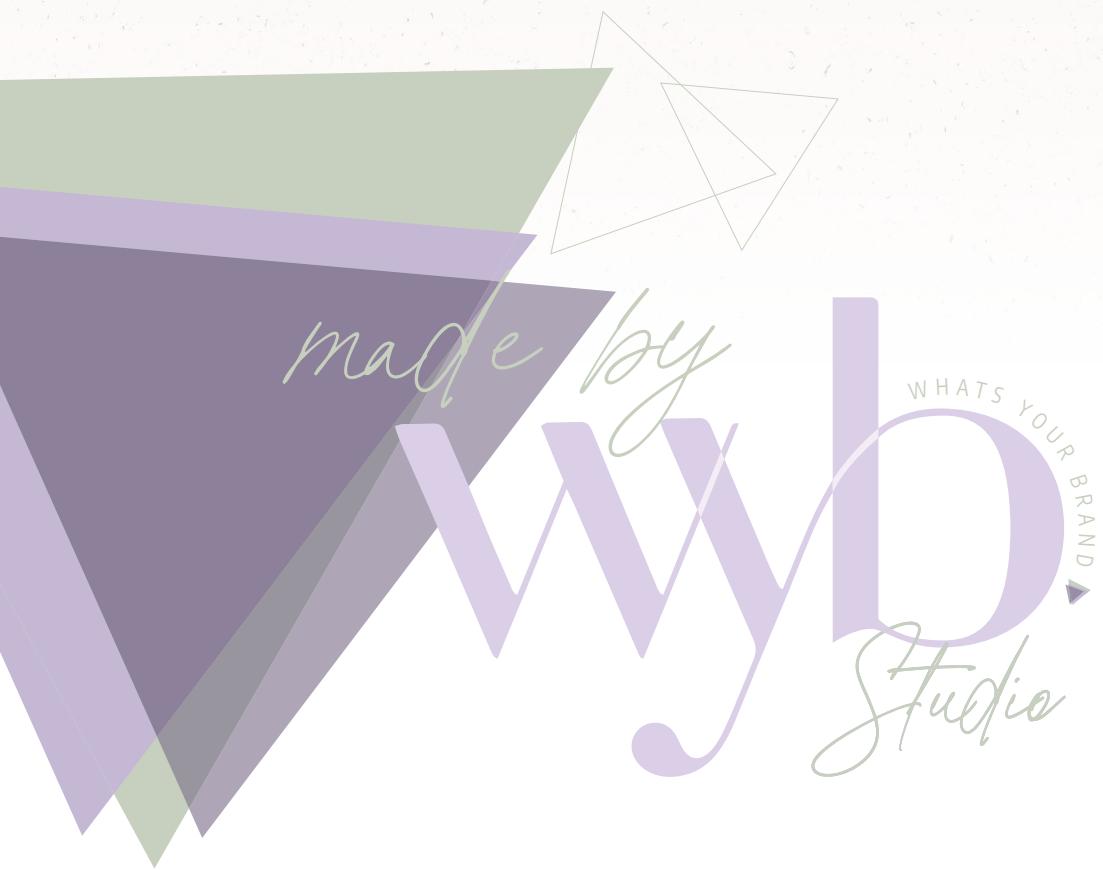
Das Beste daran? Du musst kein Technik- & Designgenie sein, um loszulegen. Unsere einfachen Videoanleitungen & Canva-Vorlagen führen dich Schritt für Schritt durch den Prozess, sodass du deine einzigartige Webseite im Handumdrehen erstellen kannst.

YEEES, DAS BRAUCHE ICH!!

100% ANPASSBAR

mit wenig Aufwand





Folge mir gerne auf
Instagram & Facebook @wyb.studio
www.wyb-studio.de

Copyright © 2023 Anika Hügler
Keimesstraße 23 | 50226 Frechen
Alle Rechte vorbehalten