KOSTENLOSE CHECKLISTE · PFLEGE UND HANDWERK

7 Sätze auf Ihrer Website, die ~~Anfragen~~ kosten

und was stattdessen dort stehen sollte.

Für Pflegedienste, Tagespflegen und Handwerksbetriebe. Jeder Satz mit Vorher, Nachher und dem Grund, warum es wirkt. In zehn Minuten durchgearbeitet.



Matthias Reimers
Conversion Copywriting für Pflege und Handwerk

Öffnen Sie Ihre Website. Haken Sie ab, was Sie finden.

Diese Sätze stehen auf Hunderten Websites in Schleswig-Holstein. Sie sind nicht falsch. Sie sind nur so allgemein, dass Besucher darüber hinweglesen und beim nächsten Betrieb anrufen. Es zählt auch, wenn es bei Ihnen ähnlich klingt.

Steht das (oder etwas Ähnliches) auf Ihrer Seite?

- [ ] ~~„Herzlich willkommen auf unserer Homepage“~~ als Überschrift
- [ ] ~~„Ihr kompetenter Partner“~~, „Ihr zuverlässiger Ansprechpartner“
- [ ] ~~„Qualität ist unser Anspruch“~~ ohne einen einzigen Beleg
- [ ] Ein Button mit ~~„Absenden“~~, „Senden“ oder „Kontakt“
- [ ] ~~„motivierte Mitarbeiter (m/w/d) für unser dynamisches Team“~~
- [ ] ~~„Pflege mit Herz“~~, „Wir sind für Sie da“, „Mit Leidenschaft“
- [ ] ~~„Für weitere Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung“~~

0 bis 1 Haken

Ihre Seite ist besser als die meisten. Prüfen Sie trotzdem die Buttons.

2 bis 3 Haken

Hier gehen Anfragen verloren. Die Seiten 3 bis 5 zeigen, was Sie ändern können.

4 oder mehr

Ihre Seite klingt wie die Ihrer Mitbewerber. Das lässt sich schnell ändern.

1

STARTSEITE, ÜBERSCHRIFT

~~Herzlich willkommen auf unserer Homepage!~~

Pflege zu Hause, damit Ihre Mutter in ihrer Wohnung bleiben kann.

Die Überschrift ist der einzige Satz, den fast jeder liest. Ein Gruß verschenkt ihn. Sagen Sie dort, was der Besucher bei Ihnen bekommt.

> **So prüfen Sie es:** Versteht ein Fremder nach der Überschrift allein, was Sie anbieten?

2

ÜBER UNS, LEISTUNGEN

~~Wir sind Ihr kompetenter Partner rund um Dach und Fassade.~~

Sturm war da, jetzt tropft es? Schicken Sie uns ein Foto vom Schaden.

„Kompetent“ behauptet jeder Betrieb. Ein konkreter Anlass holt den Kunden genau in dem Moment ab, in dem er sucht.

> **So prüfen Sie es:** Könnte der Satz wörtlich auch auf der Seite Ihres Mitbewerbers stehen? Dann streichen.

3

LEISTUNGEN

~~Qualität ist unser Anspruch.~~

Nach jedem Arbeitstag ist die Baustelle besenrein. Darauf können Sie uns festnageln.

Qualität glaubt man nicht, man sieht sie an einem prüfbaren Detail. Ein Versprechen, das der Kunde kontrollieren kann, wirkt stärker als jedes Adjektiv.

> **So prüfen Sie es:** Steht hinter jeder Behauptung ein Beleg, den der Kunde nachprüfen kann?

4

KONTAKTFORMULAR, BUTTON

~~Absenden~~

Rückruf anfordern

Niemand möchte etwas absenden. Man möchte zurückgerufen werden oder ein Angebot bekommen. Der Button sagt, was danach passiert. Ein Wort, und das Formular wirkt nicht mehr wie Bürokratie.

> **So prüfen Sie es:** Ergänzt Ihr Button den Satz „Ich möchte …“? „Ich möchte Rückruf anfordern“ passt. „Ich möchte Absenden“ nicht.

5

STELLENSEITE

~~Wir suchen motivierte Pflegefachkräfte (m/w/d) für unser dynamisches Team.~~

Feste Touren, planbare Wochenenden, und jemand, der Sie am ersten Tag einarbeitet.

Fachkräfte haben die Wahl und vergleichen Bedingungen, nicht Adjektive. Wer konkret sagt, wie der Alltag aussieht, bekommt die Bewerbung.

> **So prüfen Sie es:** Nennt Ihre Stellenseite mindestens drei Dinge, die bei Ihnen anders sind als beim Nachbarbetrieb?

6

STARTSEITE, ÜBER UNS

~~Pflege mit Herz.~~

Bei uns kommt möglichst immer dieselbe Pflegekraft. Ihre Mutter muss sich nicht jede Woche an ein neues Gesicht gewöhnen.

„Herz“ ist ein Gefühl. Feste Bezugspflege ist der Beweis dafür. Angehörige entscheiden unter Druck und suchen genau solche Sätze.

> **So prüfen Sie es:** Zeigt Ihre Seite, woran man Ihre Haltung im Alltag merkt?

7

ENDE JEDER SEITE

~~Für weitere Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.~~

Rufen Sie an. In zehn Minuten wissen Sie, ob wir Ihnen helfen können.

Der letzte Satz entscheidet, ob jemand handelt. Ein klarer nächster Schritt mit einer überschaubaren Zeitangabe senkt die Hemmschwelle zum Anruf.

> **So prüfen Sie es:** Endet jede Unterseite mit genau einer klaren Aufforderung und Ihrer Telefonnummer?

Die Regel hinter allen sieben Sätzen

Ein guter Satz auf Ihrer Website ist **konkret**, **prüfbar** und sagt dem Besucher, **was er als Nächstes tun soll.**

Lesen Sie Ihre Seite einmal so, als wären Sie eine Tochter, die für ihren Vater ab nächster Woche einen Pflegedienst braucht. Oder ein Hausbesitzer mit nassem Dachboden. Jeder Satz, der dieser Person nicht hilft, kann weg.

Alle Beispiele sind erfunden. Schreiben Sie auf Ihre Website nur, was in Ihrem Betrieb auch wirklich stimmt.

SCHRITT 3 · WENN SIE HILFE MÖCHTEN

Drei oder mehr Haken? Ich schaue mir Ihre Seite kostenlos an.

Sie schicken mir die Adresse Ihrer Website. Ich lese sie wie ein Kunde und schicke Ihnen die drei größten Textfehler, jeweils mit dem echten Satz von Ihrer Seite und einem besseren Vorschlag.

1. E-Mail an matthias.reimers@gmx.de oder Nachricht auf LinkedIn: Name des Betriebs und Website-Adresse.
2. Sie bekommen Ihre Kurzanalyse. Kostenlos, ohne Verkaufsgespräch.
3. Wenn Sie möchten, schreibe ich die Texte neu und setze sie direkt auf Ihrer Seite um. Zum Festpreis.



Matthias Reimers

matthias.reimers@gmx.de
matthiasreimers.de
LinkedIn: Matthias Reimers

Ich antworte persönlich.

Matthias Reimers · Berliner Ring 7b · 24594 Hohenwestedt