



THE ROAD TO CONVERSION

1 Ziele

Ohne Ziele - kein Ergebnis!



2 Bedürfnisse

Bedürfnisse adressieren, ZG kennenlernen.



3 Branding / Vertrauen

Benchmarking, Charakter, Wirkung, Authentizität ...



4 JAAAAA!

Mehrwert, Zustimmung, Fakten, Zahlen, Empathie, Fragen beantworten usw. ...



5 User Experience & QA

Lektorat, Lesbarkeit, leichte Konsumierbarkeit, Klarheit ...



6 CTA, Mörder & Co

Aktivierung und Awareness an den richtigen Stellen platzieren / generieren.



Wie kann die Kollaboration mit der KI aussehen?

(Ein Vorschlag von Claude.ai)

Bitte beachten – UX / Strukturierung kann die KI nur bedingt. Ihr entscheidet auch strategisch und müsst vor allem in allen Endgeräten die Lesbarkeit prüfen.

Hier ist eine realistische Aufgabenverteilung zwischen mir und dir als Webtexter:

Was ich gut für dich übernehmen kann:

Recherche & Analyse:

- Zielgruppen-Personas entwickeln (basierend auf deinen Vorgaben)
- Konkurrenz-Analyse durchführen
- Keywords recherchieren und Suchintention analysieren
- USPs herausarbeiten und formulieren
- Pain Points und Motivationen strukturieren

Text-Erstellung & -Optimierung:

- Headlines und Subheadlines brainstormen (A/B-Varianten)
- Komplette Texte nach Conversion-Prinzipien schreiben
- Bestehende Texte auf Conversion optimieren
- Call-to-Actions formulieren und variieren
- Einwandbehandlung ausarbeiten
- Produktbeschreibungen nutzen-orientiert umschreiben

Strukturierung & Formulierung:

- AIDA-Struktur aufbauen
- Social Proof Elemente formulieren
- FAQ-Sektionen erstellen
- Meta-Descriptions und Title-Tags optimieren
- Texte für verschiedene Zielgruppen anpassen
- Power-Words und emotionale Trigger einbauen

Was du besser selbst machst:

Branchen-spezifisches Wissen:

- Detaillierte Produktkenntnis
- Brancheninsider-Informationen
- Persönliche Kundenerfahrungen
- Spezifische rechtliche Anforderungen

Testing & Daten:

- A/B-Tests durchführen und auswerten
- Analytics-Daten interpretieren
- Heatmap-Analysen
- Echtes User-Feedback sammeln
- Conversion-Tracking einrichten

Strategische Entscheidungen:

- Finale Preisgestaltung
- Markentonality festlegen
- Kampagnen-Timing
- Budget-Verteilung

Optimal im Tandem:

Mein Vorschlag für effiziente Zusammenarbeit:

1. **Du** gibst mir den Briefing-Input (Zielgruppe, Produkt, Ziele)
2. **Ich** erstelle Textentwürfe, Headlines-Varianten und Conversion-Strukturen
3. **Du** passt branchenspezifische Details an und testest
4. **Ich** optimiere basierend auf deinem Feedback und den Testergebnissen

So nutzt du meine Geschwindigkeit bei der Text-Erstellung und deine Expertise bei der finalen Anpassung und Optimierung. Interessant?

Soll ich dir mal an einem konkreten Beispiel zeigen, wie das aussehen könnte?

Checkliste erstellt mit Claude.ai

Conversion-Checkliste für Webtexter

Zielgruppen-Analyse & Vorbereitung

Zielgruppe verstehen

- Buyer Personas klar definiert (Alter, Probleme, Wünsche, Ängste)
- Emotional Journey der Zielgruppe verstanden
- Pain Points und Motivationen identifiziert
- Sprache und Tonalität der Zielgruppe recherchiert
- Kaufbereitschaft und -prozess analysiert

Konkurrenz-Analyse

- Mitbewerber-Texte analysiert
- Erfolgreiche Conversion-Elemente identifiziert
- Unique Selling Proposition (USP) klar herausgearbeitet
- Differenzierungsmerkmale definiert

Textstruktur & Aufbau

Headline & Einstieg

- **Aufmerksamkeitsstarke Headline** (verspricht konkreten Nutzen)
- **Subheadline** erklärt den Nutzen detaillierter
- **Hook im ersten Satz** - direkt ins Problem einsteigen
- Neugierde wecken ohne zu übertreiben
- Relevanz für die Zielgruppe sofort erkennbar

Textstruktur

- **AIDA-Formel** angewendet (Attention, Interest, Desire, Action)
- Logischer Argumentationsaufbau
- Kurze Absätze (max. 3-4 Zeilen)
- Scanbare Struktur mit Zwischenüberschriften
- Wichtige Punkte visuell hervorgehoben

Psychologische Conversion-Trigger

Vertrauen schaffen

- **Social Proof** eingebaut (Testimonials, Bewertungen, Referenzen)
- **Autorität** demonstriert (Expertise, Auszeichnungen, Zertifikate)
- **Transparenz** gewährleistet (ehrliche Kommunikation, keine versteckten Kosten)
- **Garantien** angeboten (Geld-zurück, Zufriedenheits-Garantie)

Urgency & Scarcity

- **Zeitliche Begrenzung** kommuniziert (limitierte Angebote)
- **Verknappung** eingesetzt (nur noch X Stück verfügbar)
- **FOMO** erzeugt (Fear of Missing Out)
- Deadlines klar kommuniziert

Emotionale Triggers

- **Schmerzpunkte** ansprechen (Was passiert ohne das Produkt?)
- **Positive Zukunft** malen (Wie wird das Leben mit dem Produkt?)
- **Storytelling** einsetzen (Geschichten von Kunden)
- **Emotionen** vor Logik platzieren

Nutzen-orientierte Formulierung

Benefits vor Features

- **Nutzen** klar kommuniziert (Was hat der Kunde davon?)
- Features in Benefits übersetzt
- **ROI** verdeutlicht (Return on Investment)
- Konkrete Ergebnisse versprochen

Wert-Kommunikation

- **Preis-Leistung** optimal dargestellt
- Kosten der "Nicht-Entscheidung" aufgezeigt
- Vergleiche zu teureren Alternativen
- Investition vs. Kosten-Framing

Call-to-Action Optimierung

CTA-Button Gestaltung

- **Aktive Verben** verwenden ("Jetzt sichern", "Sofort starten")
- **Erste Person** nutzen ("Ich möchte...", "Mein...")
- **Konkrete Handlung** beschreiben
- **Mehrwert** im CTA erwähnen

CTA-Platzierung

- Above-the-fold CTA vorhanden
- **Mehrere CTAs** strategisch platziert
- **Sticky CTA** bei langen Texten
- CTA am Ende der Argumentationskette
- Mobile Optimierung berücksichtigt

Einwand-Behandlung

Häufige Einwände

- **Preis-Einwände** proaktiv behandelt
- **Zeit-Einwände** angesprochen
- **Vertrauens-Einwände** ausgeräumt
- **Komplexitäts-Einwände** entkräftet
- FAQ-Sektion mit kritischen Fragen

Risk Reversal

- **Risiken** auf Anbieter-Seite verlagert
- **Kostenlose Testphasen** angeboten
- **Rückgaberecht** prominent platziert
- **Kundensupport** hervorgehoben

Technische Conversion-Faktoren

SEO & Auffindbarkeit

- **Keywords** natürlich integriert
- **Meta-Description** conversion-optimiert
- **Title-Tag** klickanregend formuliert
- Interne Verlinkung strategisch gesetzt

Ladezeit & UX

- Text für **schnelle Ladezeiten** optimiert
- **Mobile First** Ansatz verfolgt
- Lesbarkeit auf allen Geräten getestet
- Schriftgröße und Kontraste benutzerfreundlich

Sprache & Stil

Tonalität

- **Zielgruppen-gerechte Sprache** verwendet
- **Du/Sie-Ansprache** konsistent durchgezogen
- **Aktive Sprache** statt Passiv
- **Positive Formulierungen** bevorzugt

Verständlichkeit

- **Einfache Sätze** (max. 20 Wörter)
- **Fachbegriffe** erklärt oder vermieden
- **Füllwörter** eliminiert
- **Power-Words** strategisch eingesetzt

Testing & Optimierung

A/B-Testing Vorbereitung

- **Testbare Hypothesen** formuliert
- **Messkriterien** definiert (Conversion Rate, Click-Through Rate)
- **Test-Varianten** geplant
- Analytics-Tracking vorbereitet

Kontinuierliche Verbesserung

- **Conversion-Daten** regelmäßig analysiert
 - **Heatmaps** ausgewertet
 - **User-Feedback** eingeholt
 - **Schwachstellen** identifiziert und optimiert
-

Die 7 goldenen Regeln für das große "JA"

1. **Löse ein echtes Problem** - Spreche Schmerzpunkte direkt an
 2. **Schaffe Vertrauen** - Social Proof ist wichtiger als perfekte Grammatik
 3. **Mache es einfach** - Je weniger Reibung, desto höher die Conversion
 4. **Erzeuge Dringlichkeit** - Ohne Zeitdruck keine Entscheidung
 5. **Nimm Risiken weg** - Garantien öffnen Geldbeutel
 6. **Denke mobile first** - 70%+ lesen auf dem Smartphone
 7. **Teste alles** - Auch kleine Änderungen können große Wirkung haben
-

Hinweis: Diese Checkliste ist als Leitfaden gedacht. Je nach Branche, Zielgruppe und Produkt können einzelne Punkte unterschiedlich gewichtet werden.