

BUCHVORSTELLUNG

Der Website-Coach – Websites für Weiterbildner

Sie ist das Herzstück des Trainermarketings: eine eigene Website. Dieser Meinung ist die Autorin von „Der Website-Coach“: Kerstin Boll. Der Ratgeber unterstützt Trainer, Berater und Coachs Schritt für Schritt auf dem Weg zu einer eigenen Website.



Es gibt unzählige Ratgeber zur Erstellung eigener Websites. Das Besondere an „Der Website-Coach“ ist die Verknüpfung des Website-Marketings mit den speziellen Bedürfnissen von Trainern, Beratern und Coachs.

Die Autorin Kerstin Boll arbeitet seit 2005 als PR-Beraterin für Trainer, Berater und Coachs. Sie bloggt auf ihrer Website quivendo.de über Online-Marketing für Weiterbildner.

Mit der richtigen Positionierung zur Website

Wie plant und entwickelt man als Trainer, Berater oder Coach eine eigene Website? Für Kerstin Boll ist offensichtlich: indem ich mir klar darüber bin, wonach

meine potenziellen Kunden suchen und ich meine Dienstleistung kurz und präzise vermitteln kann. Erst wenn diese Voraussetzungen erfüllt sind, sollten Themen wie Website-Design oder Fotos auf der To-do-Liste erscheinen.

Die Autorin beschreibt im ersten Kapitel „Schnellkurs Kundenflüsterer“ zunächst Grundlagen des Trainermarketings. Sie zeichnet den Wandel im Marketing von unpersönlichen Werbebotschaften hin zu Beziehungen zwischen Anbietern und Kunden nach, die auf Vertrauen und Werten basieren. Außerdem legt sie einen Fokus darauf, den Lesern einzuschärfen, dass potenzielle Kunden ein aussagekräftiges Trainerprofil statt einen Bauchwarenladen suchen. Wie schärfe ich als Trainer mein Profil? Worauf achten Personalentscheider, wenn sie sich für das Angebot eines Trainers entscheiden? Zur Beantwortung letzterer Frage lässt die Autorin als besonderes Plus eine Reihe von Personalentscheidern zu Wort kommen. Sie erzählen, auf welche Aspekte sie in Trainerprofilen besonders achten und warum sie sich für bestimmte Angebote entscheiden.



Die Erläuterungen zur Schärfung des persönlichen Profils schlagen kontinuierlich den Bogen zu Websites. Für die Autorin ist klar, dass modernes Trainermarketing heute vor allem auf professionelle Websites angewiesen ist. Das erste Kapitel bereitet den Boden für den zweiten Teil: „Unterwegs im Netz“.

Hier versetzt Kerstin Boll die Leserinnen und Leser in die Position von Website-Besuchern. Was macht eine gute Website aus, die Besuchern schnelle Orientierung bietet und Kundenanfragen erzeugt? Die Antwort der Autorin lautet zusammengefasst: knappe, präzise Texte, die in einem übersichtlichen Layout Kundenanliegen adressieren.

Dafür liefert die Autorin einige Tipps, zum Beispiel hinsichtlich der Texte sowie der Struktur und der Gestaltung der Website. Es folgt außerdem ein Exkurs in die Suchmaschinenoptimierung, der grob die Vorlieben von Google skizziert.

Das dritte Kapitel „Ihre Website planen“ verlangt von den Leserinnen und Leser konkrete Arbeitsschritte: z.B. sich über die Wünsche potenzieller Kunden bewusst zu werden und die eigenen Kompetenzen in Textform herauszuarbeiten. Die Grundlage hierfür wurde im ersten Kapitel gelegt, das jedoch etwas allgemeiner gehalten war. Nun folgt die Ausarbeitung von Texten, indem die Leserinnen und Leser dazu animiert werden, die eigenen Kernbotschaften und den Nutzen für den Kunden kurz und präzise auszuformulieren.

Schritt für Schritt führt Boll die Leser zur Formulierung aussagekräftiger Texte für die Website, bis man schließlich kurze Antworten gefunden hat auf die Fragen:

- Wer ist Ihr Wunschkunde?
- Was ist Ihr Schwerpunkt?
- Was sind Ihre Kompetenzen?
- Worin liegt Ihre Erfahrung?
- Was verbindet Sie mit Ihrem Kunden?
- Was kennzeichnet Ihre Anbieterpersönlichkeit?

Nachdem die eigene Positionierung herausgearbeitet ist und Texte formuliert sind, folgt für die Leserinnen und Leser eine Übersicht über wichtige Aspekte bei der Konzipierung und Entwicklung von Websites: Design, Layout, Fotos, Textaufbau.



Kerstin Boll empfiehlt Trainern, Beratern und Coachs, sich für das beliebte und weit verbreitete Wordpress zu entscheiden: „Für mich ist Wordpress ein gelungener Kompromiss zwischen Wirtschaftlichkeit und Individualität.“

Im dritten Kapitel liefert Boll zahlreiche Tipps zur Websitegestaltung, die speziell auf den Bedarf von Trainern, Beratern und Coachs, die nicht bloß eine Dienstleistung verkaufen, sondern auch Persönlichkeit, zugeschnitten sind.

Verknüpfung von Trainermarketing und Website-Gestaltung

„Der Website-Coach“ liest sich flüssig, da er in direkter Anrede verfasst ist und schnell auf den Punkt kommt, zum Beispiel wenn Boll schreibt, dass USPs für Trainer Unsinn seien. Wann sei man schon mal der einzige Anbieter auf einem Gebiet? Es komme darauf an, dass man eine konkrete Lösung für ein Problem habe, auf dem Radar der Personalentscheider erscheine und Vertrauen erwecke: „Auf der Suche nach einem „herausragenden Leistungsmerkmal“, das Sie deutlich vom Wettbewerb abhebt verschwenden Sie viel Kraft und kommen womöglich zu skurrilen Angeboten wie Teamtrainings mit Kaimanen und Alligatoren“ (S. 50).

Der Autorin gelingt es besonders gut, den Leserinnen und Lesern den Blick zu schärfen für eine externe Kundensicht auf das eigene Angebot: „Bitte lösen Sie sich von dem Gedanken, Training, Beratung, Coaching & Co. seien Ihr Angebot. Ihr Kunde hat einen anderen Blick: In seiner Welt ist etwas nicht in Ordnung und er sucht nach einer Lösung. Wenden Sie sich gedanklich seinen Problemen und Fragen zu: In welchen Situationen ruft er Sie? Was also ist Ihr Angebot?“

Kerstin Boll gelingt die Verknüpfung von Trainermarketing und Website-Gestaltung sehr gut. Das Buch ist all jenen Weiterbildnern zu empfehlen, die zum ersten Mal eine eigene Website erstellen möchten oder die ihre Website komplett überarbeiten möchten.

Verlagsinformationen

Boll, K. (2016). *Der Website-Coach. Profi-Tipps für einen starken Website-Auftritt – dem Herzstück in Ihrem Trainermarketing*. Bonn: managerSeminare, 208 Seiten, 29,90 €

Leseprobe: <http://www.managerseminare.de/Verlagsprogramm/Der-Website-Coach,236036>

CC BY-SA 3.0 DE by **Mario Sorgalla** für wb-web



Dieses Material steht unter der Creative-Commons-Lizenz Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen 3.0 DE. Um eine Kopie dieser Lizenz zu sehen, besuchen Sie <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/>.