Clever
ACCOUNTING

PRAXISRATGEBER

Website, die Anfragen bringt

Struktur und Texte, die Anfragen bringen.

07

CLEVER ACCOUNTING

cleveracc.de

ÜBER DIESEN LEITFADEN

Eine Website, die arbeitet

Viele Websites sehen gut aus, bringen aber keine einzige Anfrage. Der Unterschied zwischen einer „Online-Broschüre" und einer verkaufenden Website liegt in Struktur, klarer Botschaft und Handlungsaufruf. Dieser Leitfaden zeigt, was die Website einer kleinen Firma haben muss, um Besuche in Kontakte zu verwandeln – und wenn du eine fertige Lösung willst, ist unser Partner **Pokreni Biznis** zur Stelle.

FÜR WEN

Kleine Firmen

Für alle, die eine erste Website erstellen oder wollen, dass die bestehende endlich Anfragen bringt – nicht nur Besuche.

WAS DU BEKOMMST

Rezept für Konversion

Seitenstruktur, Vertrauenselemente, einen starken Handlungsaufruf sowie technische und rechtliche Grundlagen für den deutschen Markt.

INHALT

01 Ziel der Website – vom Besuch zur Anfrage S. 03

02 Anatomie einer Seite, die konvertiert S. 04

03 Hero-Bereich – die ersten 5 Sekunden S. 05

04 Vertrauen und Nachweis S. 06

05 Handlungsaufruf und Kontakt S. 07

06 Grundlagen, die nicht fehlen dürfen S. 08

07 Fertige Lösung – unser Partner S. 09

08 Checkliste und Glossar S. 10

Hinweis

Clever Accounting ist ein Buchhaltungsbüro; die Erstellung von Websites und Marketing bietet unser Partner Pokreni Biznis. Der Leitfaden ist praktisch und informativ und stellt keine Rechtsberatung dar. Für die rechtlichen Pflichtelemente der Website (z. B. Impressum, Datenschutzerklärung) ziehe eine fachkundige Person hinzu.

KAPITEL 01

Ziel der Website – vom Besuch zur Anfrage

Eine gute Website hat eine Hauptaufgabe: den Besucher in einen Kontakt zu verwandeln (Nachricht, Anruf, Terminbuchung). Alles auf der Seite soll zu diesem Ziel führen.

SCHLECHT

Online-Broschüre

Schöne Bilder und „Über uns", aber ohne klaren nächsten Schritt. Der Besucher schaut und geht – ohne Spur.

GUT

Verkaufende Website

Klare Botschaft, Nachweis der Vertrauenswürdigkeit und ein offensichtlicher Handlungsaufruf auf jedem Bildschirm.

Der Besucher fragt sich …	Die Website muss antworten
„Bin ich am richtigen Ort?"	Klare Überschrift: was du anbietest und für wen
„Warum gerade ihr?"	Nutzen, Nachweis, Referenzen
„Was soll ich jetzt tun?"	Ein klarer Handlungsaufruf

> **Regel des einen Ziels:** Jede Seite sollte eine Hauptaktion haben. Zu viele angebotene Optionen verwirren den Besucher – und ein verwirrter Besucher reagiert nicht.

KAPITEL 02

Anatomie einer Seite, die konvertiert

Eine Startseite, die Anfragen bringt, folgt meist derselben Reihenfolge der Abschnitte – von oben nach unten führt sie den Besucher zur Aktion:

1. **Hero (above the fold)**
   Klare Überschrift, kurzer Untertitel, Haupt-Handlungsaufruf und ein überzeugendes Bild.
2. **Problem und Lösung**
   Zeige, dass du das Bedürfnis des Besuchers verstehst und wie deine Leistung es löst.
3. **Angebot / Leistungen**
   Klar benannte Leistungen mit Nutzen – nicht nur eine Liste, sondern was der Kunde bekommt.
4. **Nachweis (Vertrauen)**
   Bewertungen, Referenzen, Ergebnisse, Logos, „vorher/nachher".
5. **Handlungsaufruf + Kontakt**
   Klarer CTA und eine einfache Möglichkeit, dich zu kontaktieren.

> **Wiederhole den CTA:** Lass den Handlungsaufruf nicht nur am Ende. Der Besucher soll in dem Moment reagieren können, in dem er überzeugt ist – platziere den CTA an mehreren Stellen entlang der Seite.

KAPITEL 03

Hero – die ersten 5 Sekunden

Der erste Bildschirm (Hero-Bereich) entscheidet, ob der Besucher bleibt oder geht. In fünf Sekunden muss klar sein, was du anbietest, für wen und was er tun soll.

ÜBERSCHRIFT

Klar, nicht clever

Nenne den konkreten Nutzen: „Buchhaltung für kleine Firmen in Deutschland" ist klarer als „Dein Partner für die Zukunft".

UNTERTITEL

Für wen und warum

Ein Satz, der Angebot und Zielgruppe präzisiert und den Zweifel „ist das für mich" ausräumt.

BUTTON

Ein Haupt-CTA

Konkreter Text: „Angebot anfordern", „Gespräch buchen" – nicht das generische „Mehr erfahren".

BILD

Unterstützt die Botschaft

Ein echtes Foto der Arbeit/des Produkts schafft mehr Vertrauen als generische Stockbilder.

Fünf-Sekunden-Test: Zeige den Hero jemandem, der dein Geschäft nicht kennt. Kann er nicht sagen, was du anbietest und für wen, ist die Botschaft nicht klar genug.

KAPITEL 04

Vertrauen und Nachweis

Menschen kaufen bei denen, denen sie vertrauen. Nachweiselemente senken das Risiko im Kopf des Besuchers und ermutigen ihn, einen Schritt zu machen.

KUNDENSTIMMEN

Bewertungen

- Konkrete Zitate mit Namen (mit Einwilligung).
- Bewertungen und Zahl zufriedener Kunden.

ERGEBNISSE

Referenzen und Beispiele

- „Vorher/nachher", Fallstudien, Zahlen.
- Fotos echter Arbeiten/Produkte.

AUTORITÄT

Zertifikate und Partner

- Mitgliedschaften, Zertifikate, bekannte Partner.
- Medienauftritte oder Auszeichnungen, falls vorhanden.

SICHERHEIT

Garantien und Klarheit

- Klare Bedingungen, Preise oder Preisspanne.
- Antworten auf häufige Fragen (FAQ).

Echter Nachweis > Versprechen: Eine konkrete Kundenstimme überzeugt mehr als zehn Superlative über sich selbst. Platziere den Nachweis nahe am Handlungsaufruf.

KAPITEL 05

Handlungsaufruf und Kontakt

Die ganze Website führt auf einen Moment hin – den Kontakt. Deshalb muss dieser Schritt offensichtlich und so einfach wie möglich sein.

1. **Klarer Button**
   Kontrastreich, mit konkretem Aktionstext. Sichtbar ohne Scrollen und über die Seite hinweg wiederholt.
2. **Kurzes Formular**
   Frage nur das Nötige ab (Name, Kontakt, kurze Nachricht). Jedes zusätzliche Feld senkt die Zahl der Anfragen.
3. **Mehrere Kontaktwege**
   Formular, E-Mail, Telefon, möglichst WhatsApp – lass den Besucher wählen, was ihm leichtfällt.
4. **Was folgt**
   Sag, was nach dem Absenden passiert („wir melden uns innerhalb von 24 h") – das senkt das Zögern.

> **Weniger Reibung, mehr Anfragen:** Jeder zusätzliche Klick oder jedes Feld schreckt einen Teil der Besucher ab. Erleichtere den Kontakt maximal – das ist der günstigste Weg, die Zahl der Anfragen zu erhöhen.

KAPITEL 06

Grundlagen, die nicht fehlen dürfen

Auch die beste Botschaft scheitert, wenn die Website langsam lädt, auf dem Handy schlecht aussieht oder rechtliche Pflichtelemente fehlen.

Element	Warum es wichtig ist
Ladegeschwindigkeit	Eine langsame Website verliert Besucher, bevor sie etwas sehen
Mobile Ansicht	Die meisten Besuche kommen vom Handy – es muss einwandfrei aussehen
Klare Navigation	Leichtes Finden von Leistungen und Kontakt
SEO-Grundlagen	Titel, Beschreibungen und Text, damit man dich in der Suche findet
Rechtliche Elemente	**Impressum und Datenschutzerklärung (in DE Pflicht)**

TECHNIK

Schnell und sicher

Optimierte Bilder, HTTPS (Schloss im Browser) und zuverlässiges Hosting – Grundlage eines guten Eindrucks und Vertrauens.

RECHTLICH (DE)

Impressum und Datenschutz

Geschäftliche Websites in Deutschland müssen in der Regel ein Impressum und eine Datenschutzerklärung haben. Details mit einer fachkundigen Person abstimmen.

> **Website-Hygiene:** Diese Punkte bemerkt der Besucher nicht, wenn sie gut sind, aber sofort, wenn sie fehlen. Sie sind die Voraussetzung, dass der Inhalt überhaupt eine Chance bekommt.

FERTIGE LÖSUNG

Website-Erstellung – Pokreni Biznis

Willst du eine Website, die von Anfang an alle Regeln dieses Leitfadens befolgt – ohne selbst in die Technik einzusteigen? Unser Partner **Pokreni Biznis** erstellt Websites und Landingpages, die gebaut sind, um Anfragen zu bringen.

WAS SIE TUN

Website und Landingpages

- Struktur auf Konversion ausgerichtet (vom Hero zum CTA).
- Mobile Ansicht, Geschwindigkeit und Basis-SEO.
- Zusätzliche Landingpages für konkrete Leistungen.

DAZU

Teil des großen Bildes

- Verbunden mit Content und Anzeigen (Meta / Instagram).
- Reports und Optimierung über die Zeit.
- Landingpages sind Teil der Pro- und Premium-Pakete.

pokrenibiznis.de

Willst du eine Website, die Anfragen bringt? Fordere ein Angebot an – wir melden uns.

Angebot anfordern →

Genauer Umfang und Preis werden per Angebot/Vertrag festgelegt. Preise netto; USt. zusätzlich, sofern anwendbar.

ÜBERBLICK

Checkliste und Begriffe

WEBSITE-CHECKLISTE

- [ ] **Klare Überschrift** im Hero – was, für wen und welcher Nutzen.
- [ ] **Ein Haupt-CTA**, über die Seite wiederholt.
- [ ] **Nachweis und Vertrauen** – Bewertungen, Referenzen, Ergebnisse.
- [ ] **Einfacher Kontakt** – kurzes Formular und mehrere Wege.
- [ ] **Geschwindigkeit und mobile Ansicht** geprüft.
- [ ] **Rechtliche Elemente** (Impressum, Datenschutz) eingerichtet.

KURZES GLOSSAR

Hero-Bereich
Erster Bildschirm der Website above the fold.

CTA
Handlungsaufruf (Button/Text).

Konversion
Besuch, der zur Anfrage/zum Kunden wird.

Landingpage
Zielseite für ein Angebot/eine Kampagne.

SEO
Optimierung für Suchmaschinen.

Responsivität
Anpassung an Handy-/Computerbildschirm.

Impressum
Pflichtangaben zum Websitebetreiber (DE).

Datenschutz
Datenschutzerklärung.

ALLES FÜR EINEN SICHEREN START

Das Firmengründungs-Paket

Du willst nicht selbst durch alle Ämter und Anmeldungen? Als dein Buchhaltungsbüro übernehmen wir die komplette Firmengründung für dich – ein Paket, ein Preis. **Plus alle 10 E-Guides** für die wichtigsten Themen beim Business-Start.

HÄUFIGSTE WAHL

Firma gründen

Für einen sicheren, professionell organisierten Start.

- ✓ Gewerbeanmeldung
- ✓ Anmeldung bei der Berufsgenossenschaft
- ✓ Betriebsnummer (falls nötig)
- ✓ 60 Min. Unternehmensberatung
- ✓ Persönliche Checkliste der nächsten Schritte
- ✓ Anmeldung beim Finanzamt
- ✓ Anmeldung bei IHK oder HWK
- ✓ Kommunikation mit den Behörden
- ✓ 60 Min. Finanzberatung

ab

399 €

netto · einmalig

Paket kaufen →

Zahlung über Shopify · sicherer Kauf · info@cleveracc.de