

Was macht einen Profileintrag im Internet erfolgreich?

Viele glauben, daß rein die Anzahl der Besucher auf einem Portal entscheidend sei für den Erfolg des eigenen Profileintrags. Die Wahrheit aber ist ... **Ihr Profil ist entscheidend.** Viele Faktoren spielen dabei eine Rolle, manche kann man nicht beeinflussen – einige aber schon.

Ein Beispiel: stellen Sie sich vor, Sie haben ein Ladengeschäft für Töpfe in einer langen, belebten Straße. Täglich laufen 100 Personen an Ihrem Schaufenster vorbei, nur 20 davon schauen mal ins Schaufenster, 5 nehmen die Schwelle und betreten Ihren Laden und keiner davon kauft etwas.

Woran könnte es liegen?

1. **Schlimmster Fall: Keiner braucht einen Topf.**

Viele Besucher heißt eben noch lange nicht, daß diese auch suchen, was Sie anbieten. Viel entscheidender ist also der „richtige“ Besucher oder das richtige Angebot.

2. **Ihr Schaufenster ist leer.**

Profile ohne Bild oder ohne persönliche Angaben haben in der Regel keine Chance wahrgenommen zu werden. Weder fürs Auge noch für die Suchmaschinen.

- (Be)Schreiben Sie, an wen sich Ihr Angebot richtet, z.B. „Mein Angebot richtet sich an Menschen, die ...“ oder „Mein Angebot richtet sich an Menschen, mit ...“ usw.
- welche Lösungen können Sie wem anbieten
- auf was sind Sie spezialisiert, welche Erfahrungen haben Sie mit gemacht ... usw. usw.

3. **Ihr Laden sieht stark sanierungsbedürftig und nur wenig einladend aus.**

*Wenn es um die Frage geht, ob der Besucher **IHNEN** Vertrauen schenkt – insbesondere, wenn es um seine Gesundheit geht – ist auch die Qualität und das „Look & Feel“ Ihres eigenen Internetauftritts ausschlaggebend.*

Auf Anfrage werfen unsere Experten einmal einen Blick auf Ihre Internetseite ... und beraten Sie gerne.



4. Im Schaufenster sieht man Töpfe, Strümpfe, Seifen, Bücher

Verbraucher-Studien zeigen: *die Zeit der Gemischtwarenhändler ist eindeutig vorbei. Eine klare Positionierung ist gefragt. Die Menschen suchen heute gezielt nach Experten, Spezialisten und lösungsorientierten Angeboten.*

Zeigen Sie also Profil in Ihrem primären Fachbereich und -Gebiet:

- ein markantes Profil in einem Bereich (z.B. in „Psychologische Beratung, Therapie & Coaching“ oder „Alternative Heilmethoden“) ist mehr Wert als in mehreren Bereichen Profile ohne Substanz zu veröffentlichen.
- Persönliche Berichte oder Angaben zu Ausbildungen aus einem „früheren oder parallelen Berufsleben“ sind in Ihrem Expertenprofil schlicht weg fehl am Platz und äußerst kontraproduktiv, wenn es darum geht sich als **EXPERTE** für einen gesundheitlichen Fachbereich zu präsentieren
- Nutzen Sie unser Angebot auf deventhos Artikel etc. zu veröffentlichen. Nicht für uns - **sondern für sich selbst!!!!** So zeigen Sie dem Besucher, dass Sie kompetent auf diesem Gebiet sind. Das schafft Vertrauen und Bekanntheit!

5. Die Schwelle!

*Der eindeutige Vorteil des Internets. Der Besucher kann sich - ohne sich zu outen - erstmal umschauen, bevor bei Ihnen die Ladentür klingelt! Was er aber sieht- **entscheiden Sie!** Und ob er es dann interessant findet - die Götter!*

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg!

Herzliche Grüße,

Tanja Hekeler
GF, Marketing & Werbung

