

Die Website, auf die Sie stolz sein können .....	6
<b>I Schnellkurs Kundenflüsterer .....</b>	<b>9</b>
<b>Was Sie über modernes Trainermarketing wissen sollten .....</b>	<b>12</b>
01 Über Modelle, Konzepte und Systeme .....	13
02 Werden Sie zum „Entscheidungscoach“ .....	14
03 Marketing: Trends, Einflüsse, Lösungen.....	16
04 Fokus des Marketings heute .....	19
05 Community Marketing: Alternative für die Werbung .....	20
06 Social Media im Trainermarketing – muss das sein? .....	23
07 Was erlebt Ihr Kunde mit Ihnen? Die Interaktion prägt das Image ..	26
<b>Was Ihre Kunden wirklich suchen .....</b>	<b>28</b>
08 Das Profil als Türöffner .....	29
09 Ein Profil lässt mehr Freiheiten als gedacht .....	32
10 Ihr Kunde hat einen eigenen Traum.....	34
11 Personalentscheider im Interview .....	37
12 So kommen Sie zu einem wirklich guten Trainerprofil .....	41
13 Sicherheit – das wertvollste Geschenk an Ihren Kunden .....	45
<b>Wozu noch ein Profil? .....</b>	<b>47</b>
14 Einzigartigkeit – ach was! .....	48
15 Ihr Profil – für die Sicherheit, die Sie vermitteln .....	53
16 Ihr Profil – für Ihre selbstbewusste Ausstrahlung .....	54
17 Ihr Profil – für die Aufmerksamkeit, die Sie auf sich ziehen .....	57
18 Ihr Profil – für Ihre Website.....	58

**II**

**Unterwegs im Netz ..... 61**

**In den Schuhen Ihrer Besucher gehen..... 64**

- 01 „Herzlich willkommen“ .....65
- 02 Für den ersten Eindruck haben Sie 1,5 Sekunden .....67
- 03 Ihr Besucher liest nicht, er scannt .....68
- 04 Viel oder wenig Text?.....71
- 05 Don't make me think! .....73
- 06 Ihr Besucher will sich wohlfühlen .....76

**Wie Google Ihre Website sieht ..... 82**

- 07 Ein Ausflug in die Suchmaschinenoptimierung.....83

**Ihre Ziele: Die Rolle Ihrer Website in der Kundengewinnung ..... 89**

- 08 Wie gut haben Sie Ihre Ziele geklärt? .....90
- 09 Telefon-Akquise, Website, Trainerprofil .....92
- 10 Website, Google-Adwords-Marketing, Blogartikel .....94
- 11 Echtes Netzwerken – online und offline .....96

**III Ihre Website planen ..... 99**

**Ihre Positionierung ..... 102**

- 01 Die 6 Phasen Ihres Aufgabenplans ..... 103
- 02 Positionierung: Ihre Kunden ..... 106
- 03 Positionierung: Ihr Angebot ..... 112
- 04 Positionierung: Zur Vertrauensbildung ..... 115
- 05 Positionierung: Ihr Experten-Status..... 118

---

06	Positionierung: Ihre Anbieterpersönlichkeit .....	120
07	Positionierung: Checkliste für Ihr Profil .....	123
<b>Ihr Design und Layout .....</b>		<b>125</b>
08	Gutes Design holt den Besucher bei seinen Emotionen ab.....	126
09	Websites von der Stange oder Maßschneiderei: Pro und Kontra ...	134
10	Die Inhalte und die Seiten festlegen.....	139
11	Viele oder wenige Informationen? .....	141
<b>Ihre Fotos .....</b>		<b>148</b>
12	Gute Fotos schlagen eine Brücke zum Betrachter.....	149
13	Echte Menschen, bitte! .....	150
14	Vorsicht, Phrasen! .....	151
15	Foto-Ideen für Einzelkämpfer.....	152
<b>Ihr Textwork .....</b>		<b>155</b>
16	Zum Aufwärmen: Ihre Haltung.....	156
17	Einsteigen und loslegen: Suchbegriffe definieren .....	159
18	Ihr Profil und Ihre Leistungen: Textmodule .....	162
19	Beispiel: Textentwurf für einen IT-Trainer .....	174
20	Der Feinschliff: Alles richtig?.....	181
21	Nun sind Sie an der Reihe .....	184
22	Zweiter Check: Sind Sie jetzt zufrieden?.....	194
23	Einsteigen und Netzwerken: Social Media entdecken.....	196
 <b>Anhang</b>		
Literaturempfehlungen, Links.....		203
Stichwortverzeichnis .....		205