

Website- Checkliste für Coaches & Berater

Branchenspezifische Checkliste für Positionierung, Vertrauen und qualifizierte Erstgespräche



Website-Checkliste für Coaches und Berater

Bei Coaches und Beratern verkauft die Website kein abstraktes Wissen, sondern Orientierung, Passung und einen nachvollziehbaren Prozess. Die Checkliste hilft, Expertise und Angebot konkret zu machen, ohne in leere Versprechen oder austauschbare Selbstinszenierung abzurutschen.

So nutzen Sie die Checkliste

Prüfen Sie jeden Punkt aus Sicht Ihrer Kunden. Markieren Sie offene Punkte und priorisieren Sie anschließend die Maßnahmen, die Verständlichkeit, Vertrauen, Sichtbarkeit oder Anfragen am stärksten beeinflussen.

01 Positionierung und Zielkunden

- ☐ Zielgruppe, Ausgangssituation und gewünschte Veränderung sind präzise benannt.
- ☐ Fachgebiet und Abgrenzung zu ähnlichen Angeboten werden verständlich.
- ☐ Unternehmen, Teams und Privatkunden erhalten getrennte Einstiege, wenn nötig.
- ☐ Die Website zeigt klar, für wen das Angebot nicht geeignet ist.
- ☐ Begriffe wie Coaching, Beratung, Training und Mentoring werden sauber verwendet.
- ☐ Die Positionierung verzichtet auf beliebige Erfolgslogans und künstliche Verknappung.

02 Angebot und Formate

- ☐ Leistungen sind nach Problemen und Ergebnissen statt nur nach Methodennamen geordnet.
- ☐ Dauer, Format, Umfang und typische Zusammenarbeit werden konkret erklärt.
- ☐ Einzelberatung, Programme, Workshops und Vorträge sind eindeutig abgegrenzt.
- ☐ Preise oder Preislogik geben Interessenten ausreichende Orientierung.
- ☐ Digitale Produkte und Gruppenangebote enthalten klare Leistungsbeschreibungen.
- ☐ Grenzen des Angebots und gegebenenfalls notwendige andere Fachstellen werden benannt.

03 Erstgespräch und Kundenweg

- ☐ Der Zweck des Erstgesprächs und seine Dauer sind transparent.
- ☐ Interessenten wissen, welche Informationen vorab benötigt werden.
- ☐ Kalender, Formular und E-Mail führen zu einem einheitlichen Prozess.
- ☐ Nach der Buchung folgen Bestätigung, Vorbereitung und Terminzugang automatisch.
- ☐ Unpassende Anfragen werden respektvoll gefiltert statt nur gesammelt.
- ☐ Der Weg von Kennenlernen, Angebot und Entscheidung bis zum Start ist erklärt.

04 Expertise und Vertrauensbelege

- ☐ Ausbildung, Erfahrung und Schwerpunkte werden nachvollziehbar eingeordnet.
- ☐ Fallbeispiele zeigen Ausgangslage, Vorgehen und Ergebnis ohne vertrauliche Details.
- ☐ Kundenstimmen bleiben konkret, authentisch und rechtlich freigegeben.

- ☐ Methoden werden verständlich erklärt, ohne Wissenschaftlichkeit vorzutäuschen.
- ☐ Presse, Bücher, Vorträge oder Zertifikate werden aktuell gehalten.
- ☐ Ergebnisversprechen werden als mögliche Wirkung statt als Garantie formuliert.

05 Design, Persönlichkeit und Farbwirkung

- ☐ Die Gestaltung transportiert Persönlichkeit, ohne die Inhalte zu überinszenieren.
- ☐ Farben unterstützen gewünschte Wirkung und Positionierung statt nur Business-Blau zu kopieren.
- ☐ Portraits wirken professionell, nahbar und konsistent mit dem tatsächlichen Auftreten.
- ☐ Visuelle Hierarchie führt von Problem und Nutzen zum passenden Angebot.
- ☐ Buttons benennen konkrete Schritte wie „Erstgespräch prüfen“ oder „Workshop anfragen“.
- ☐ Lesbarkeit, Kontrast und Weißraum verhindern eine überladene Expertenseite.

06 Content und Sichtbarkeit

- ☐ Inhalte beantworten konkrete Fragen der Zielkunden und zeigen Denkweise und Erfahrung.
- ☐ Leistungsseiten besitzen jeweils einen klaren Schwerpunkt und Suchkontext.
- ☐ Ratgeber verknüpfen Fachwissen mit einem sinnvollen nächsten Schritt.
- ☐ Über-uns-Inhalte erklären Motivation und Arbeitsweise statt nur Lebenslaufdaten.
- ☐ Alte Termine, Programme und nicht mehr verfügbare Angebote werden entfernt.
- ☐ Lokale, nationale oder internationale Ausrichtung wird konsistent kommuniziert.

07 Formulare und Datenschutz

- ☐ Formulare fragen nur Informationen ab, die für Passung und Rückmeldung nötig sind.
- ☐ Sensible persönliche oder betriebliche Angaben werden nicht unnötig offen erhoben.
- ☐ Kalender, Videokonferenz, Newsletter und CRM sind transparent eingebunden.
- ☐ Pflichtfelder und Fehlermeldungen sind verständlich und erhalten bereits eingegebene Daten.
- ☐ Impressum, Datenschutz und Geschäftsbedingungen sind gut erreichbar.
- ☐ Lead-Magnete und Newsletter verwenden klare Einwilligung und Abmeldung.

08 Technik und Conversion

- ☐ Terminbuchung, Downloads und Formulare funktionieren auf allen wichtigen Geräten.
- ☐ Seiten laden schnell trotz Videos, Portraits und eingebetteter Tools.
- ☐ Navigation und interne Links führen logisch von Problem zu Angebot und Kontakt.
- ☐ Metadaten, Indexierung, Sitemap und Weiterleitungen werden gepflegt.
- ☐ Erfolgsmessung unterscheidet Downloads, Terminbuchungen und qualifizierte Anfragen.
- ☐ Backups, Updates und Zugriffsrechte sind verbindlich organisiert.

Ihre Auswertung

Wählen Sie die drei Maßnahmen mit dem größten Hebel. Formulieren Sie jeweils eine konkrete Aufgabe, eine verantwortliche Person und einen realistischen Termin.

1. Priorität

2. Priorität

3. Priorität

Passung schlägt Lautstärke

Eine überzeugende Beraterwebsite macht Expertise greifbar und erleichtert die richtige Entscheidung. Sie filtert, erklärt und führt zu qualifizierten Gesprächen, ohne mehr zu versprechen, als die Zusammenarbeit leisten kann.

Diese Checkliste ist eine praktische Orientierung und ersetzt keine rechtliche, steuerliche, berufsrechtliche oder fachliche Einzelfallprüfung. Pflichtangaben und branchenspezifische Vorgaben sollten vor der Veröffentlichung fachkundig geprüft werden.