



Whitepaper

# VERKAUFSBOOST FÜR DEINE WEBSITE

Mit Psychologie zu mehr Kunden und Umsatz



Francesco Farkas

# INHALT DES WHITEPAPERS

- 3 Wer bin ich?
- 4 Worum geht es?
- 6 Der erste Eindruck zählt
- 10 Checklist: Erster Eindruck
- 11 Überzeugende Kundenansprache
- 14 Checklist: Text-Tuning
- 16 Cialdini-Prinzipien
- 18 Der Weg zum Kauf
- 21 Checklist: Conversion-Optimierung
- 22 Dein Auftritt



# WER BIN ICH?

**Francesco Farkas: Dein Partner für nachhaltigen Online-Erfolg!**

Mein Name ist Francesco Farkas, ich bin TÜV-geprüfter Verkaufspsychologe und habe über 20 Jahre Erfahrung in Marketing, Vertrieb und Redaktion. Mein Ansatz basiert auf einem tiefen Verständnis der Verkaufspsychologie, kombiniert mit Praxiserfahrung um messbare Erfolge liefern zu können.

Meine Philosophie ist einfach: Ich möchte, dass Du nachhaltig davon profitierst um im Gegensatz zu vielen Anbietern mache ich das nicht für Dich, sondern mit Dir um Dir das Wissen auch langfristig vermitteln zu können.

Ich glaube fest, dass jede Website noch Potenzial hat mehr zu sein als nur eine digitale Visitenkarte oder ein simpler Shop. Sie kann ein mächtiges Instrument sein um Kunden zu gewinnen, Umsätze zu steigern und Deine Marke zu stärken. Lass uns gemeinsam loslegen.

**3**

**Francesco Farkas**





# WORUM GEHT ES?

## Verkaufpsychologie im Marketing

Entdecke, wie Du die unsichtbaren Hebel der Verkaufspsychologie nutzt, um aus Website-Besuchern begeisterte Kunden zu machen. Dieser Leitfaden zeigt Dir praxisnahe Strategien, die wirklich funktionieren.

Sicher kennst Du das? Deine Website sieht gut aus, die Ladezeiten sind optimiert und dennoch könnten die erhofften Anfragen oder Verkäufe höher sein. Viele Unternehmen investieren viel Geld in die technische Umsetzung, aber vergessen dabei einen entscheidenden Faktor; die Psychologie des Verkaufens.

Was nutzen die coolsten Texte und die schönste Seite, wenn sie Deine Kunden nicht anspricht bzw. falsch anspricht?

Die gute Nachricht ist: Du kannst das lernen. Du kannst Deine Kunden genau so ansprechen, wie sie es verdienen und dadurch das Erlebnis für den Kunden auf ein neues Level heben. Das führt zu Folgekäufen und positiven Reviews.



# VERKAUFSSOPTIMIERUNG

**Nachhaltig.Erfolgreich.Wachsen**

In diesem Whitepaper tauchen wir ein in die faszinierende Welt der Verkaufspsychologie. Das wird toll!

Statt trockener Theorie gebe ich Dir praktische Tipps und natürlich das entsprechende Hintergrundwissen. Dieses Whitepaper ist speziell für Online-Shopbetreiber und Dienstleister zugeschnitten, denn ohne den persönlichen Kontakt, sind meine Möglichkeiten zu überzeugen eingeschränkt.

Du wirst hier lernen, wie Du vom ersten Klick bis zum loyalen Kunden die psychologischen Hebel einsetzen kannst. Danach wirst Du alle Websites mit anderen Augen sehen und Dir wird sofort auffallen, warum eine Seite Dich anspricht und warum nicht.

# 1. DER ERSTE EINDRUCK ZÄHLT

**Deine Website ist wie ein digitaler Handschlag**

Stell Dir vor, Du kommst in einen Laden. Was nimmst Du in den ersten Sekunden wahr?

Atmosphäre, die Ordnung, die Begrüßung - all das formt Deinen ersten Eindruck und entscheidet oft darüber, ob Du bleibst oder wieder gehst.

Besucher Deiner Website geht es nicht anders. Oft wird unbewusst und blitzschnell entschieden, ob Deine Seite Vertrauen weckt, professionell wirkt und die gesuchten Infos schnell zugänglich sind.

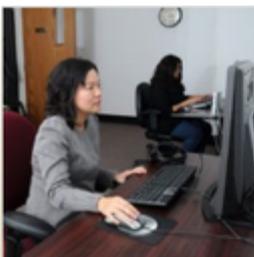


## Die Magie der ersten Sekunden

Studien zeigen, dass Nutzer sich innerhalb von Millisekunden bis wenigen Sekunden eine Meinung über eine Website bilden. In dieser kurzen Zeitspanne scannen sie unbewusst nach Signalen für Glaubwürdigkeit, Relevanz und Benutzerfreundlichkeit. Ein überladenes Design, unklare Navigation oder langsame Ladezeiten können hier bereits das Aus bedeuten. Umgekehrt kann ein klares, ansprechendes Layout, eine intuitive Menüführung und eine schnelle Performance sofort positive Assoziationen wecken.

Achte darauf, dass die Kernbotschaft sofort verständlich wird!  
Wer bist Du? Was bietest Du an? Welchen Nutzen hat der Kunde davon?

**“When viewing a website, it takes users less than two-tenths of a second to form a first impression, according to recent eye-tracking research conducted at Missouri University of Science and Technology. But it takes a little longer – about 2.6 seconds – for a user’s eyes to land on that area of a website that most influences their first impression.”**



### **Eye-tracking studies: first impressions form quickly on the web**

When viewing a website, it takes users less than two-tenths of a second to form a first impression,...

 News and Events / Mar 21, 2018

## Klares Design: Struktur und Ästhetik schafft Vertrauen

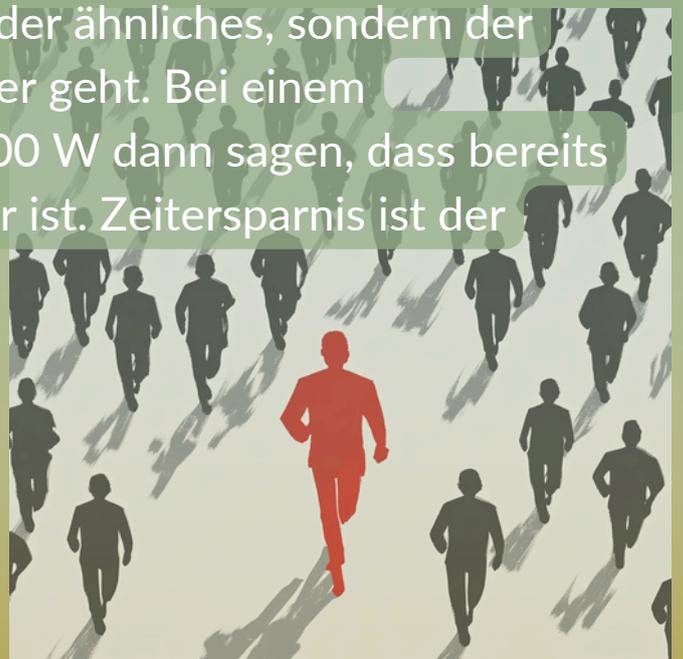
Ein durchdachtes Design ist mehr als hübsche Optik. Es geht um Hierarchie, die den Blick des Nutzers lenkt. Es geht darum, dass die richtigen Farben, Schriftarten, Bilder und das Layout auf allen Unterseiten einem einheitlichen Konzept folgen. Dies schafft einen harmonischen Eindruck, erleichtert die Orientierung und signalisiert Verlässlichkeit.

Nutze den Weißraum bewusst um wichtigen Elementen Platz zu geben.

Hochwertige Bilder unterstützen ein professionelles Auftreten deutlich.

## Was macht Dich einzigartig?

Warum sollte ein Kunde bei Dir kaufen und nicht bei einem Deiner Mitbewerber? Dein einzigartiges Wertversprechen (Unique Value Proposition, UVP) muss klar und prägnant sein. Was ist der spezifische Nutzen, den Du bietest? Damit meine ich kein Feature, wie 500 Watt oder ähnliches, sondern der Nutzen, der für den Kunden einher geht. Bei einem Staubsauger könntest Du statt 500 W dann sagen, dass bereits nach einem Sauggang alles sauber ist. Zeitersparnis ist der Nutzen.



## Klares Design: Struktur und Ästhetik schafft Vertrauen

Ein durchdachtes Design ist mehr als hübsche Optik. Es geht um Hierarchie, die den Blick des Nutzers lenkt. Es geht darum, dass die richtigen Farben, Schriftarten, Bilder und das Layout auf allen Unterseiten einem einheitlichen Konzept folgen. Dies schafft einen harmonischen Eindruck, erleichtert die Orientierung und signalisiert Verlässlichkeit. Nutze den Weißraum bewusst um wichtigen Elementen Platz zu geben. Hochwertige Bilder unterstützen ein professionelles Auftreten deutlich.

## Vertrauensanker: Siegel, Zertifikate, Kundenlogos und ihre psychologische Wirkung

Vertrauen ist die Währung der Neuzeit. Da die Kunden beim Online-Shopping die Produkte nicht anfassen können, sind Bewertungen von Kunden, die das Produkt bereits gekauft haben enorm wichtig. Auch Gütesiegel (wie das TÜV-Siegel auf meiner Website), Zertifikate, Auszeichnungen positive Kundenbewertungen oder Logos von bekannten Partnern wirken als Vertrauensanker. Das alles signalisiert: "Keine Sorge. Du bist hier in guten Händen und kannst unbesorgt kaufen." Diese Vertrauensanker sollten gut sichtbar platziert werden um schon am Anfang Sicherheit und Vertrauen zu vermitteln.

# Checklist



## Sofort-Gewinne für Deinen Webauftritt

In dem Du die Aspekte des ersten Eindrucks optimierst, legst Du den Grundstein für eine erfolgreiche Kundenbeziehung.



**Ladezeigen-Check:** Ist die Seite innerhalb von 3 Sekunden geladen?



**Mobile Optimierung:** Ist die Seite responsiv und wird auf allen Endgeräten korrekt angezeigt?



**Klare Überschriften:** Versteht ein Besucher sofort, worum es auf Deiner Seite geht?



**Professionelle Bilder:** Verwendest Du hochwertige und authentische Bilder?



**Sichtbare Kontaktinformationen:** Sind Telefonnummer, Email-Adresse und das Kontaktformular einfach zu finden?



**Einheitliches Design:** Wirkt Deine Website wie aus einem Guss?



**Vertrauenssignale:** Hast Du Siegel, Bewertungen und Logos platziert?

## 2. WORTE WIRKEN - ÜBERZEUGENDE KUNDENANSPRACHE

### Sprichst Du die Sprache Deiner Kunden?

Der erste Eindruck sitzt. Jetzt kommen andere Dinge ins Spiel. Sprichst Du die Sprache Deiner Kunden? Worte können unterhalten, informieren, Vertrauen aufbauen oder aber auch abschrecken.

Eine überzeugende Kundenansprache geht weit über das Aufzählen von Features oder Leistungen hinaus. Es geht darum, eine Verbindung her zustellen und die Bedürfnisse der Zielgruppe zu verstehen und Deine Botschaften so zu formulieren, dass sie auf fruchtbaren Boden treffen.



## Emotionen als Kickstarter

Menschen treffen Entscheidungen oft nicht rein rational, sondern emotional beeinflusst. Selbst bei sachlichen Produkten spielen Gefühle mit in den Entscheidungsprozess. Nicht selten kommt es vor, dass man sich selbst gegenüber dann nach rationalen Gründen für die emotionale Entscheidung sucht, um diese zu rechtfertigen.

Deine Texte sollten daher nicht nur Fakten liefern, sondern Emotionen ansprechen. Versuche Dich in den Kunden zu versetzen. Welche Probleme möchtest Du für den Kunden lösen? Welche Träume und Ziele könnte Dein Kunde verfolgen?

Nutze eine Sprache, die Emotionen weckt und positive Gefühle auslöst oder negative Emotionen reduziert.



## **Geschichtenerzähler werden**

Erzähle eine Geschichte. Menschen lieben Geschichten und wollen den Helden sehen, wie er gegen Widerstände kämpft, scheitert und stärker daraus hervor geht. Dies bewegt und reisst mit.

Erzähle Deine Geschichte und nimm den Kunden mit auf Deine eigene Reise um Deine Motivation zu zeigen, warum Du tust, was Du tust.

Wichtig: Bleib immer authentisch und schaffe menschliche Nähe.

## **Die Psychologie der Farben und Bilder**

Setze visuelle Elemente gezielt ein. Farben lösen unbewusst Assoziationen und Emotionen aus. Blau wirkt vertrauensvoll (Finanzbranche), Grün steht für Natur (Bio-Produkte), Rot steht für Kraft (Energie-Drinks) usw.

Verwende Bilder, die Deine Texte unterstützen und veranschaulichen. Fotos sollten immer authentisch sein, wenn möglich. Zeige Dein Team oder zufriedene Kunden. Dadurch kannst Du Sympathie und Glaubwürdigkeit fördern. Produktbilder sollten hochwertig sein und das Produkt nicht nur in steriler Umgebung zeigen.

# Checklist



## Text-Tuning für mehr Überzeugungskraft

Sprich mit Deinem Kunden, wie er will, dass mit ihm gesprochen wird. Auch “Du” und “Sie” hat hier Relevanz.



**Nutzenorientiert:** Sprich über den Nutzen, den der Kunde von Deinem Produkt hat.



**Emotionale Ansprache:** Wecken Deine Texte positive Emotionen?



**Klare Sprache:** Versteht Deine Oma was Du machst oder ist es zu kompliziert formuliert?



**Storytelling:** Gibt es Bereich, wo Du Geschichten erzählen kannst um Vertrauen und Sympathie aufzubauen?



**Konsistente Ansprache:** Ist Dein Sprachstil immer gleich oder springst Du zwischen locker und formal?



**Korrekturlesen:** Sind alle Texte fehlerfrei (Rechtschreibung und Grammatik)? Das kann einigen Kunden das Vertrauen nehmen

# UND ES GEHT NOCH TIEFER IN DEN KANINCHENBAU

**Du machst einen guten Eindruck und sprichst die Sprache des Kunden. Gut. Jetzt gehts ans Eingemachte!**

In der Psychologie gibt es eine Fülle an Hebeln, die Du einsetzen kannst um zu überzeugen und zu verkaufen. Da dies aber den Rahmen weit sprengen würde, hier ein Meilenstein der Psychologie.

Eines der bekanntesten Modelle ist das von Dr. Robert Cialdini, der 6 wesentliche Prinzipien in den Vordergrund stellt.

15

Francesco Farkas



# 3. DIE SECHS PRINZIPIEN NACH CIALDINI

**Reziprozität:** Menschen fühlen sich verpflichtet etwas zurückzugeben, wenn sie zuvor etwas erhalten haben. Nutze dieses Prinzip, indem Du kostenlosen Mehrwert bietest wie dieses Whitepaper oder Rabattcodes für den ersten Einkauf.

**Commitment und Konsistenz:** Menschen wollen in ihren Handlungen und Aussagen konsistent sein. Wenn sie einmal eine kleine Verpflichtung eingegangen sind, sind sie eher bereit eine größere Verpflichtung einzugehen, die damit im Einklang steht. Bitte also um ein Like auf Social Media oder um das Ausfüllen einer Umfrage bevor Du Sie zum Kauf führst.

**Social Proof:** Menschen orientieren sich am Verhalten anderer. Wenn viele ein Produkt kaufen, positiv bewerten oder einem Experten folgen, dann muss das eine gute Wahl sein. Nutze Testimonials, zeige Fallstudien und Verkäufe (Schon 500x gekauft).



**Autorität:** Menschen neigen dazu Experten zu folgen. Dies erhöht die Glaubwürdigkeit. Hierbei helfen Zertifikate, Auszeichnungen, Fachartikel oder fundierte Methoden. Auch ein professioneller Blog mit nützlichen Artikeln kann hier helfen.

**Sympathie:** Menschen kaufen von Menschen, die sie mögen. Sympathie entsteht durch Ähnlichkeit, Komplimente, Kooperation und Attraktivität. Zeige Dich also auf Deiner Webseite. Der oft unterschätzte "Über mich"-Bereich kann sogar verkaufen. Erzähl Deine Geschichte, von Deinen Werten und Interessen.

**Knappheit:** Dinge, die begrenzt sind, sind wertvoll. Sei es Spargel, Rolex Uhren oder limitierte Comics. Die begrenzte Anzahl hebt das Verlangen danach. Dies gilt auch für Angebote, die z.B. zum Muttertag oder ähnlichen Anlässen angeboten werden. Wichtig hierbei ist, dass die Knappheit authentisch ist. Ein limitiertes E-Book z.B. lässt einen nur lächerlich wirken.



# 4. JETZT MACHEN WIR DEN SACK ZU

## So optimierst Du den Weg zum Kauf oder Abschluss

Der erste Eindruck sitzt. Texte rocken. Psychologische Hebel sind umgelegt. Und jetzt?

Der Weg vom ersten Klick zum Kauf, kann oft lang sein. Oft hat man mehrere Touchpoints mit den potentiellen Kunden. Social Media, Werbeanzeigen oder Businessplattformen sind hier die gängigsten Punkte. Jetzt gilt es jeden unnötigen Stolperstein zu vermeiden, der den Kunden noch von seiner Entscheidung abbringen könnte.

Dein Ziel: Alles soll reibungslos, intuitiv und motivierend ablaufen. Es soll fließen.



## Das A und O: Mach es Deinem Kunden leicht

**Benutzerfreundlichkeit:** Nichts ist abschreckender auf einer Website, als wenn man sich nicht zurecht findet. Gerade, wenn eine Grafikagentur zeigen will, was sie alles kann, aber dadurch der Kunde die Kontaktmöglichkeit nicht findet. Dann weiß man, dass man am Kunden vorbei geredet hat. Vermeide also komplizierte Menüs oder Schleifen, die den Kunden gefangen halten. Teste Deine Website regelmäßig selbst.

**Klare Call-to-Actions (CTA):** Sag dem Kunden, was er tun soll. “Fordere jetzt Dein individuelles Angebot an” oder “Tritt unserem Team an Baumhelfern bei”.

Dein CTA muss:

- sichtbar sein (Kontrastreiche Farben)
- klar formuliert sein: Die Beschriftung muss unmissverständlich sein.
- nutzenorientiert sein: Betone die Vorteile für den Käufer
- logisch platziert sein: Setze den CTA da, wo der Nutzer bereit für den nächsten Schritt ist.



Typische Conversionkiller: Häufige Fehler auf Websites, die Besucher frustrieren und Deine Conversion-Rate in den Keller stürzen lassen.

- lange Ladezeiten
- komplizierte Formulare
- unklare Preisgestaltung
- fehlende mobile Optimierung
- technische Fehler
- Ablenkungen

Der psychologische Effekt von Garantien und einfacher Rückgabe: Risiko spielt eine große Rolle bei Kaufentscheidungen. Reduziere also das empfundene Risiko des Kunden so gut es geht.

Kulante Retourenregelungen können hier Unsicherheiten nehmen und das Vertrauen stärken. Manche Dienstleister bieten Zufriedenheitsgarantien. Alleine das Vorhandensein solcher Regelungen kann die Kaufbereitschaft schon erhöhen, selbst wenn sie selten in Anspruch genommen werden.



# Checklist



## Conversion-Optimierung leicht gemacht

- Klarer Pfad: Ist der Weg von der Startseite zum Kauf logisch und einfach?
- CTA: Sind die CTAs auffällig, verständlich und überzeugend?
- Formular-Optimierung: Sind Deine Formulare kurz und so einfach wie möglich?
- Vertrauenssignare im Checkout: Nutzt Du Sicherheitssiegel und klare Infos über den Bestellprozess?
- Mobile Usability: Läuft Deine Website auch auf dem Tablet oder Smartphone gut?
- Risikominimierung: Bietest Du Garantien oder klare Rückgaberegelungen?
- Testläufe: Hast Du den Kaufprozess selbst durchgespielt?

A close-up photograph of a wall covered in graffiti. The graffiti is painted in thick, black, blocky letters. At the top, the numbers '1,2,3...' are written in a slightly slanted, hand-drawn style. Below them, the words 'LET'S GO!' are written in a larger, more upright font. The background is a light-colored, textured wall, possibly concrete or plaster, with some darker spots and shadows.

## LEG LOS!

Der Anfang ist getan. Jetzt bist Du an der Reihe!

Wir haben nun die wichtigsten Aspekte der Verkaufspsychologie angesprochen. Sowohl der erste Eindruck, als auch Bild und Text haben wir optimiert. Du weißt jetzt, wie Du Deine Website gestalten musst um es Deinem Kunden so angenehm wie möglich zu machen und die Wahrscheinlichkeit von Folgekäufen zu erhöhen.

Die Botschaft ist klar. Es reicht nicht, wenn man einfach nur da ist. Man muss sich von der Masse abheben um Besucher zu Kunden zu machen. Das bedarf eines tiefen Verständnisses Deiner Kunden und der Motivation, die dahinter steckt. Was haben wir gelernt?

- Der erste Eindruck zählt. Struktur, Design und Ladezeiten.
- Worte wirken, wenn sie richtig eingesetzt werden.
- Psychologische Prinzipien nutzen Dir um zu überzeugen.
- Benutzerfreundlichkeit ist King. Mach es so einfach wie möglich.
- Vertrauen rockt. Schaffe Transparenz und sei ehrlich.



**Fang heute noch an mit der Umsetzung!**

Die Umsetzung erfordert keine riesigen Budgets, sondern vielmehr ein Umdenken und Bereitschaft sich in den Kunden hineinzusetzen. Oft sind es kleine Anpassungen, die schon große Wirkung entfalten können. Benutze das Whitepaper als Impuls und als Werkzeug auf Deinem Weg.

Der nächste logische Schritt: Dein persönlich Verkaufsboost!

**Du möchtest wissen, wo die größten Hebel auf Deine Website liegen? Buche jetzt ein erstes Gespräch um den Grundstein für eine neue Kundenansprache zu legen.**



# KONTAKTIERE MICH FÜR EINE UNVERBINDLICHE ERSTBERATUNG

**Francesco Farkas**  
Verkaufpsychologe  
Eichendorffstr. 27  
73734 Esslingen

**tel.: +491717893355**  
**@: verkaufsoptimierung@gmail.com**  
**Web: [https://verkaufsoptimierung-  
farkas.onepage.me/](https://verkaufsoptimierung-farkas.onepage.me/)**