

Er weiß schon, was er braucht. Er klickt trotzdem nicht.

Warum aus einem gut informierten Interessenten erst durch einen einzigen Klick eine Entscheidung wird.

Für Beratung, Coaching, Training und Expertise im
B2B

Drei Stationen für die nächsten zwanzig Minuten

1

Wo er wirklich steht

Warum ein informierter Interessent trotzdem nicht klickt, und wo genau er hängen bleibt.

2

Das Prinzip, das den Unterschied macht

Wie eine Seite fragen muss, damit aus Information eine Entscheidung wird.

3

Ein erster Schritt für deine Seite

Wie partner.journey diesen Weg baut, und wie du ihn heute schon testest.

Kein Theorievortrag. Jede Station endet mit etwas, das du direkt mitnehmen kannst.

Zwei Drittel des Weges hat er ohne dich gemacht

Problem erkannt

Hat er. Seit Monaten.

Lösung verstanden

Hat er. Oft von der KI.

Handeln

Genau hier steht er still.

Er braucht keine Erklärung mehr. Er braucht einen Schritt in einer Größe, die er sich zutraut.

An dieser Stelle fangen die meisten Seiten wieder vorne an. Sie erklären das Problem, das er längst kennt, und stellen danach sich selbst vor.

Rund 60 Prozent der Suchen enden ohne Klick auf eine Website. Gleichzeitig misstrauen 53 Prozent den Antworten von KI-Systemen. *SparkToro und Datos 2024, Gartner 2025. Orientierungswerte.*

Er hat also eine Antwort. Nur keine, auf die er eine Entscheidung stützen will.

Das findet er vor. Wo klickt er?



Deine Navigation ist nach deinem Angebot sortiert. Sein Kopf ist nach seinem Problem sortiert.

WAS ER DABEI DENKT

Leistungen ▼

„Sechs Türen. Hinter welcher steht mein Problem?“

Der Claim

„Das schreiben alle. Über mich sagt es nichts.“

Referenzen

„Schöne Logos. War eine davon in meiner Lage?“

Kontakt

„Und was schreibe ich da rein?“

Menschen kaufen keine Leistungen. Sie kaufen einen Nutzen.

Die Seite fragt nicht, was sie kann, sondern was er gerade hat

musterberatung-sh.de

Musterberatung Beratung für Betriebe in Schleswig-Holstein

Was steht bei Ihnen gerade an?
Vier Fragen, keine Anmeldung. Danach wissen Sie, ob wir zueinander passen.

WARUM DAS WIRKT

Jeder Satz trägt ein Thema.

Und steht trotzdem in seiner Sprache.
Reine Fachbegriffe wären wieder eine Leistungsliste.

Er weiß vorher, wie lang es dauert.

Die Zeile über der Auswahl, nicht danach.

Er kann nichts falsch machen.

Eine eigene Lage kann man nicht verwechseln, eine Leistung schon.

Er bleibt unerkannt.

Seine Identität ist der letzte Schritt, nicht der erste.

Niemand fällt durchs Raster.

Der letzte Button fängt alle anderen auf.

Links, wie du es nennst. Rechts, wie er es erlebt.

DEINE LEISTUNG	SEINE LAGE
Unternehmensnachfolge	„Ich will loslassen, aber es gibt keinen Plan, wie es ohne mich weitergeht.“
Krisenbewältigung	„Bei uns brennt es an einer Stelle, und ich komme nicht hinterher.“
Team-Entwicklung	„Jeder arbeitet für sich. Als Team funktionieren wir nicht mehr.“
Digitalisierung	„Wir arbeiten noch halb auf Papier und wissen nicht, wo wir anfangen sollen.“
Projektmanagement	„Wir starten viel und bringen wenig zu Ende.“
INQA-Coaching	„Ich habe von Förderung gehört. Ob wir das dürfen, weiß ich nicht.“

Rechts steht nichts, was du nicht kannst. Es steht nur in der Sprache dessen, der es braucht.

Vier Fragen, zwei ehrliche Ausgänge

- 1 Was beschreibt deine Lage?**
Wiedererkennen, nicht anfragen.
- 2 Was hält gerade am meisten auf?**
Trennt Zeit von Zuständigkeit von Geld.
- 3 Was habt ihr bisher versucht?**
Verhindert Vorschläge, die schon gescheitert sind.
- 4 Was soll in vier Wochen anders sein?**
Macht den Erfolg klein und überprüfbar.

Das Thema filtert breit und schnell, der Zustand verfeinert. Nach Frage zwei liest er einen Satz, der seine Lage ordnet.

ES PASST

Zwanzig Minuten, unverbindlich, zu einem festen Termin. Die vier Antworten liegen vorher auf dem Tisch. Das Gespräch beginnt bei Minute eins beim Inhalt.

ES PASST NICHT

Eine gerade Einordnung, warum nicht, und ein Hinweis, der weiterhilft. Zum Beispiel auf jemanden im Verband, der genau das macht.

Weil der Nein-Ausgang sichtbar ist, glaubt er dem Ja.

Warum wagt er diesen einen Klick?

Er ist misstrauisch, hat wenig Zeit und schon dreimal irgendwo „Kontakt“ angeklickt und dafür einen Verkaufsanruf bekommen. Trotzdem klickt er hier.

- 1 Kein Bekenntnis, nur Wiedererkennen**
„Das bin ich“ ist keine Anfrage. Er verpflichtet sich zu nichts, er stimmt einer Beschreibung zu.
- 2 Seine Sprache, nicht deine**
Er muss nichts übersetzen. Übersetzen ist Arbeit, und Arbeit macht er auf einer fremden Seite nicht.
- 3 Man kann es nicht falsch machen**
Bei einer Leistungsliste kann er sich vergreifen und dumm dastehen. Bei seiner eigenen Lage nicht.
- 4 Er weiß vorher, wie lang es dauert**
„Vier Fragen, keine Anmeldung“ steht über dem ersten Button, nicht danach.
- 5 Er bleibt unerkannt**
Kein Name, keine Mailadresse, kein Formular vor dem Nutzen.

Warum hört er nicht nach Frage zwei auf?

Weil sich der Weg umdreht. Normalerweise wird jeder Schritt schwerer. Hier wird jeder Schritt leichter.

- 1 Jeder Schritt gibt zurück, bevor er nimmt**
Nach zwei Antworten liest er einen Satz, der seine Lage ordnet.
- 2 Er merkt, dass er entscheiden kann**
Vier Klicks sind vier Entscheidungen. Der Feststeckende erlebt Bewegung.
- 3 Angefangenes will abgeschlossen werden**
Investiertes gibt unser Gehirn ungern verloren.
- 4 Der Weg darf mit einem Nein enden**
Einen Pfad, der nur in eine Richtung führt, erkennt er sofort als Trichter.
- 5 Der Termin ist der fünfte Schritt**
Er entscheidet nicht über eine Zusammenarbeit. Er bestätigt, was er schon entschieden hat.

DIE GEGENPROBE

Punkt 3 wirkt auch bei jedem Formularmonster. Der Unterschied ist Punkt 4: der Weg ist kurz, der Ausstieg sichtbar, das Nein eine echte Option.

Wer den Effekt nutzt, um festzuhalten, baut einen Trichter. Wer ihn nutzt, damit jemand seinen eigenen Gedanken zu Ende bringt, baut einen Weg.

Du verkaufst Handlungsfähigkeit. Deine Website verlangt sie.

SIE KOMMEN ZU DIR, WEIL SIE FESTSTECKEN

Deine Arbeit beginnt damit, Menschen wieder in Bewegung zu bringen. Genau dafür beauftragen sie dich.

DEINE SEITE ERWARTET GENAU DAS VON IHNEN

Dass sie selbst wissen, wie deine Arbeit heißt. In welche Kategorie ihr Problem gehört. Und was sie in ein leeres Kontaktfeld schreiben sollen.

Das ist der Widerspruch. Nicht schlimm, nur teuer.

Wenn dein erster Kontaktpunkt schon leistet, was du verkaufst

Dann musst du deine Arbeit nicht mehr beschreiben. Du hast sie vorgeführt, bevor das erste Wort gesprochen ist.

1

Für ihn

Er hat bei dir zum ersten Mal seit Wochen etwas entschieden. Nicht viel, aber etwas.

2

Für das Gespräch

Er kommt nicht mit Interesse.
Er kommt mit vier Antworten und einer Richtung.

3

Für dich

Weniger Termine, die nirgendwo hinführen. Und die, die stattfinden, beginnen beim Inhalt.

**Unternehmer:innen helfen Unternehmer:innen.
Wer nicht zu dir passt, passt oft zu jemandem im Verband.**

Suchmaschinen wurden zu Antwortmaschinen. Deine Website hat dadurch zwei neue Ziele.

1

Zitierfähig werden

Die Antwortmaschine muss deine Seite lesen, verstehen und dich als Quelle nennen können. Sonst kommt er gar nicht erst bei dir an, sondern bleibt bei einer allgemeinen Antwort ohne Absender.

2

Handlung auslösen

Und wenn er ankommt, muss auf der Seite etwas passieren können. Ein Schritt, den er allein gehen kann. Sonst war die Zitierung umsonst.

Das erste Ziel entscheidet, ob er kommt. Das zweite entscheidet, ob etwas passiert, wenn er da ist.

partner.journey ist das zweite Ziel. Der Schlussstein, nicht das Fundament. Auf einer Seite, die von den Antwortmaschinen nicht gelesen werden kann, wirkt auch der beste Weg nur für die wenigen, die trotzdem ankommen.

Diese Präsentation hatte auch einen Weg.

Du bist gerade am fünften Schritt.

Du hast eine Lage wiedererkannt, du hast deine sechs Sätze im Kopf, und du weißt, was der erste Klick auf deiner Seite auslösen müsste.

partner.journey ist dieser Weg, für dich individualisiert. Als BDS-Mitglied kannst du ihn abonnieren, statt ihn als Projekt zu kaufen. Wir sind selbst Mitglied hier.

ZWANZIG MINUTEN

Wir gehen deine sechs Sätze durch, und du siehst, wie deine erste Frage aussehen würde. Unverbindlich. Die Sätze nimmst du mit, wie du dich auch entscheidest.

Wolfgang Koll, Vanessa Tress
Info@n3mo.de www.n3mo.de/kontakt

Vier Sätze aus zwanzig Minuten



**Die Seite fragt nicht, was sie kann,
sondern was er gerade hat.**



**Weil der Nein-Ausgang sichtbar ist,
glaubt er dem Ja.**



**Du verkaufst Handlungsfähigkeit.
Deine Website verlangt sie.**



**Unternehmer:innen helfen
Unternehmer:innen.**

Danke fürs Zuhören, gleich geht es ins Netzwerken.