

GOLDMINE: WEBSEITE

Der digitale Verkäufer, der nie schläft –
24/7 – für Dein Unternehmen



INHALT

Vorwort: Die Zeiten haben sich geändert	3
Kapitel 1: Die Psychologie des Verkaufens im Internet	6
Kapitel 2: Der größte Fehler, den 90 % aller Webseiten machen	12
Kapitel 3: Das 7-Zonen-System von PIJUnity	19
Kapitel 4: Was eine PIJUnity-Website anders macht	27
Kapitel 5: Der Weg zu deiner eigenen Verkaufsseite	36
Nachwort: Werde Teil der PIJUnity-Erfolgsgeschichte	42

Vorwort: Die Zeiten haben sich geändert

Früher war eine Website einfach eine digitale Visitenkarte.
Ein bisschen Text, ein paar Bilder, das Firmenlogo, fertig.
Und weißt du was? Das hat damals sogar gereicht.

Aber diese Zeiten sind vorbei.

Heute ist deine Website kein Schaufenster mehr.
Sie ist dein Verkäufer, dein Vertriebsmitarbeiter, dein digitaler Erstkontakt. Rund um die Uhr.

Und wenn dieser Verkäufer nicht verkauft, dann kostet er dich Geld. Jeden Tag.



Ich sage es dir direkt:

Eine Website, die nicht verkauft, ist keine Investition. Sie ist ein Kostenfaktor.

Und das ist der Grund, warum 90 % der Unternehmer im Internet unsichtbar bleiben.

Weil sie immer noch glauben, es ginge um Design, Logos oder Farben.

Aber online gewinnt nicht der, der die schönste Seite hat.

Sondern der, der psychologisch versteht, wie Menschen heute Entscheidungen treffen.

Vertrauen. Klarheit. Emotion.

Das sind die drei Währungen im digitalen Verkauf.

Wenn du diese drei Faktoren auf deiner Website nicht ausspielst, dann spielt es keine Rolle, wie schön dein Slider aussieht oder wie aufwendig dein Logo gestaltet wurde.

Denn Design verkauft nicht.

Menschen kaufen Menschen.

Und sie kaufen dort, wo sie sich verstanden fühlen.

Die Wahrheit ist:

Zwischen einer Online-Präsenz und Online-Erfolg liegen Welten.



Eine Online-Präsenz bedeutet:

Du hast eine Website. Sie ist erreichbar. Sie sieht nett aus. Vielleicht steht sogar dein Angebot drauf.

Online-Erfolg bedeutet:

Deine Website bringt dir Anfragen. Kunden. Umsatz. Und sie arbeitet für dich – auch dann, wenn du schläfst.

Das ist der Unterschied zwischen „schön“ und „profitabel“.

Und genau deshalb ist es heute gefährlich, mit einer Website online zu gehen, die zwar hübsch aussieht, aber kein System dahinter hat.

In diesem E-Book zeige ich dir, wie du aus deiner Website eine Goldmine machst.

Wie du verkaufopsychologisch denkst, strategisch aufbaust und emotionale Klarheit schaffst, die Menschen zum Handeln bringt.

PIJUnity steht genau dafür.

Wir bauen keine „Webseiten“.

Wir bauen digitale Verkaufsmaschinen.

Webseiten, die Vertrauen aufbauen, Emotionen wecken und deine Zielgruppe Schritt für Schritt zur Entscheidung führen.

Denn am Ende zählt nicht, wie schön deine Website ist.

Sondern, ob sie verkauft.



Kapitel 1: Die Psychologie des Verkaufens im Internet

Wie Menschen heute Entscheidungen treffen und warum Vertrauen, Klarheit und Emotion wichtiger sind als Design.

Wenn du online verkaufst, dann verkaufst du nicht an Algorithmen, Suchmaschinen oder Klicks.

Du verkaufst an Menschen.

Und Menschen treffen keine rationalen Entscheidungen.

Sie treffen emotionale Entscheidungen und suchen danach nach einer logischen Begründung, um sich selbst zu bestätigen.

Das ist Verkaufspsychologie.

Und das gilt online genauso wie im echten Leben.

1. Emotion schlägt Information

Wenn jemand deine Website besucht, entscheidet sich in 3 Sekunden, ob er bleibt oder geht.

Drei Sekunden!

Und in diesen drei Sekunden geht es nicht um Text, Technik oder SEO.

Es geht um Gefühl.

Fühlt sich der Besucher verstanden?

Hat er das Gefühl: „Ja, das bin ich. Hier bekomme ich, was ich suche“? Wenn nicht, ist er weg – und zwar für immer.



Das ist der erste psychologische Hebel: Emotion vor Information.

Deine Website muss sofort Resonanz auslösen.

Sie muss das Gefühl vermitteln:

„Endlich jemand, der mich versteht.“

Nur dann liest der Besucher weiter.

2. Klarheit schlägt Kreativität

Viele Unternehmer glauben, sie müssten auf ihrer Website „kreativ“ sein.

Sie schreiben endlose Texte, benutzen Fachbegriffe, versuchen „modern“ zu klingen.

Ergebnis:

Der Besucher versteht nichts und klickt weg.



Klarheit ist der neue Luxus.

Sag in einem Satz, was du tust, für wen du es tust und welchen Nutzen dein Kunde davon hat.

Wenn dein Besucher das nicht innerhalb von 5 Sekunden versteht, hast du verloren.
So einfach ist das.

Deshalb gilt im Internet:
„Verwirrte Kunden kaufen nicht.“



3. Vertrauen schlägt Werbung

Im Internet kann jeder laut schreien.
Aber kaum einer baut echtes Vertrauen auf.

Vertrauen entsteht durch Beweise:

- echte Kundenstimmen
- klare Ergebnisse
- Gesichter statt Logos
- ehrliche Worte statt Marketing-Blabla

Wenn du willst, dass Menschen bei dir kaufen, dann zeig dich.
Zeig, wer du bist, warum du tust, was du tust, und was deine Kunden wirklich sagen.

Denn Menschen kaufen nicht das günstigste Angebot.
Sie kaufen dort, wo sie sich sicher fühlen.

4. Der neue Kaufprozess

Früher sah das so aus:

Anzeigen → Klick → Kauf.

Heute:

Anzeigen → Website → Recherche → Social Media → Bewertungen → Freunde fragen → Vergleich → Entscheidung.



Das bedeutet:

Deine Website ist kein Abschlussort. Sie ist der Startpunkt einer Beziehung.

Wenn du hier kein Vertrauen aufbaust, keine Emotion weckst und keine klare Richtung gibst, dann verlierst du den Interessenten irgendwo auf seinem Weg.

Die besten Webseiten sind keine Informationsseiten.

Sie sind Verkaufsrouten mit einem klaren Ziel: den nächsten Schritt.

Ob das eine Anfrage, ein Strategiegelgespräch oder ein Kauf ist, spielt keine Rolle.

Wichtig ist: Der Besucher weiß was er als Nächstes tun soll.

5. Psychologie in Praxis: Das 3-Sekunden-System

Erkenne dein Gegenüber.
Verwende Bilder, Texte und Aussagen, die den Besucher emotional abholen.

Beruhige sein Gehirn.
Zeig Struktur, klare Abschnitte, Orientierung. So entsteht Sicherheit.

Aktiviere seine Entscheidung.
Gib ihm einen klaren Call-to-Action, kurz, konkret, unmissverständlich.

Das ist keine Zauberei.

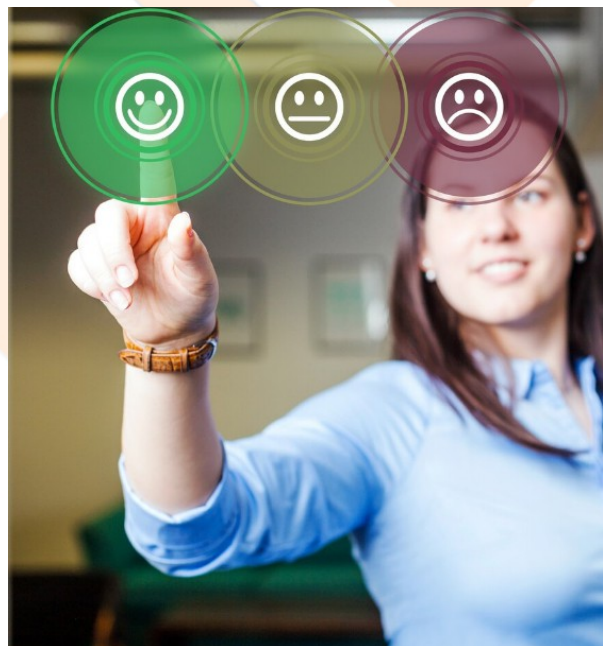
Das ist Psychologie.

Und genau das unterscheidet eine Website, die verkauft, von einer, die einfach nur da ist.

Menschen kaufen nicht, weil du die beste Technik oder das modernste Design hast.

Sie kaufen, weil du ihr Problem verstehst, ihre Sprache sprichst und ihnen das Gefühl gibst:

„Hier bin ich richtig.“



Deshalb:

Wenn du deine Website nicht als Verkäufer siehst, sondern nur als digitale Broschüre, dann verschenkst du jeden Tag Umsatz.

Im nächsten Kapitel zeige ich dir, warum 90 % aller Webseiten genau daran scheitern – und wie du diesen fatalen Fehler vermeidest.



Kapitel 2: Der größte Fehler, den 90 % aller Webseiten machen

Zu viel Technik, zu wenig Mensch und warum das der wahre Conversion-Killer ist.

Wenn du heute durchs Internet surfst, siehst du überall dasselbe Bild:

Hübsche Webseiten. Teure Designs. Professionelle Fotos.

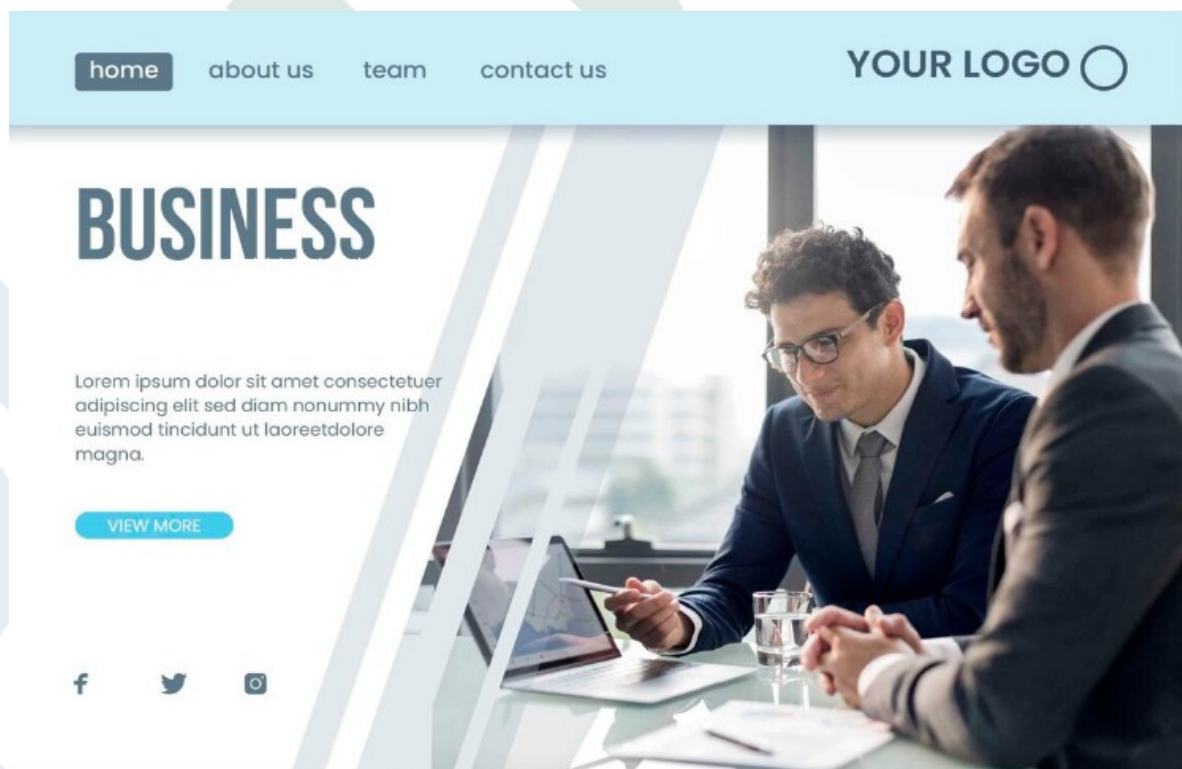
Aber kaum Ergebnisse.

Warum?

Weil die meisten Webseiten nicht für Menschen, sondern für ihre Ersteller gebaut werden.

Und das ist der größte Fehler überhaupt.

1. Webseiten, die für den Unternehmer gemacht sind, nicht für den Kunden



Die meisten Unternehmer starten so:

Sie sagen einer Agentur: „Ich brauche eine neue Website.“

Die Agentur fragt: „Wie soll sie aussehen?“

Der Unternehmer: „Modern. Elegant. Innovativ. Und das Logo bitte größer.“

Und genau hier fängt das Problem an.

Denn keiner fragt:

„Was soll die Website eigentlich erreichen?“

„Wer ist der Kunde?“

„Welche Entscheidung soll der Besucher treffen?“

Das ist, als würdest du einen Verkäufer einstellen, ihm einen schicken Anzug anziehen – aber ihm nie beibringen, wie man verkauft.

2. Technik begeistert, aber sie verkauft nicht

Viele Webseiten-Betreiber verlieben sich in Technik.

Fancy Animationen, Slider, Effekte, Chatbots.

Aber weißt du, was das Gehirn deines Besuchers in den ersten Sekunden will?

Ruhe. Klarheit. Struktur.

Denn das menschliche Gehirn ist faul.

Es sucht den einfachsten Weg, eine Entscheidung zu treffen.

Wenn deine Website es ihm schwer macht – durch Reizüberflutung, Ablenkung oder zu viele Optionen – dann bricht der Besucher ab.

Komplexität tötet Conversion.



Und das ist wissenschaftlich belegt:

Je mehr Entscheidungen ein Mensch treffen muss, desto weniger trifft er überhaupt eine.

3. Kein Mensch will „eine Website“. Menschen wollen Ergebnisse.

Das ist der Punkt, an dem **PIJUnity** ansetzt.

Wir sagen nicht: „Wir bauen dir eine schöne Website.“

Wir sagen: „Wir bauen dir eine Website, die verkauft.“

Denn dein Besucher interessiert sich nicht für dein Menü, deine Technik oder dein Farbschema.

Er interessiert sich für sein Problem und ob du es lösen kannst.

Wenn du also eine Website hast, die nur über dich spricht („Wir sind seit 20 Jahren am Markt...“), dann ist das wie ein Verkäufer, der ununterbrochen über sich selbst redet.

Keiner kauft von ihm.

Der Besucher fragt sich immer nur eins:
„Was hab ich davon?“

Und wenn deine Website darauf keine klare Antwort gibt, klickt er weiter zum nächsten Anbieter.

4. Der menschliche Faktor: Empathie statt Ego



Verkaufpsychologie bedeutet, die Welt durch die Augen deines Kunden zu sehen.

Was denkt er, wenn er auf deiner Website landet?

Welche Sorgen hat er?

Welche Fragen will er beantwortet haben, bevor er sich meldet?

Wenn du das verstehst, brauchst du keine Spielereien.

Dann reicht manchmal ein Satz, der trifft:

„Wir helfen Unternehmen, aus Besuchern Kunden zu machen.“

Dieser Satz verkauft mehr, als jede technische Funktion.

Weil er emotional andockt.

Weil er Klarheit schafft.

Weil er zeigt: Du verstehst den Menschen hinter dem Klick.

5. Handlungsempfehlung: Der 3-Schritte-Check deiner Website

Mach diesen Test. Ehrlich, brutal, direkt.



Schritt 1: Öffne deine Website und zähl, wie oft dort das Wort „Wir“ steht. Wenn du es öfter findest als „Du“ – hast du ein Problem.

Schritt 2: Lies die Startseite laut vor.

Klingt sie wie ein Gespräch oder wie ein technischer Bericht?

Wenn du merkst, dass du selbst abschaltest, wird dein Kunde das auch tun.

Schritt 3: Stell dir vor, du bist dein idealer Kunde.

Klick dich durch die Seite und frag dich:

„Würde ich hier wirklich verstehen, was ich bekomme und warum ich gerade HIER kaufen sollte?“

Wenn du diese Frage nicht in 5 Sekunden beantworten kannst, musst du was ändern.

6. Das Gegenmodell: Wie PIJUnity den Fokus wieder dorthin lenkt, wo er hingehört

Bei **PIJUnity** steht nicht die Technik im Mittelpunkt sondern der Mensch. Wir drehen den Prozess um.

Bevor überhaupt eine Zeile Code geschrieben wird, klären wir:

- Wer ist dein Kunde?
- Was will er wirklich?
- Welche Emotion soll er fühlen, wenn er auf deiner Website ist?

Dann entwickeln wir eine Verkaufsstruktur, die ihn gezielt dorthin führt, wo du ihn haben willst: zum Klick, zur Anfrage, zum Kauf.

Das Ergebnis:
Weniger Ablenkung.
Mehr Fokus.
Mehr Umsatz.

Denn Technik ohne
Strategie ist Spielerei.

Aber Strategie mit Emotion
– das ist Verkaufen.



Fazit: Die meisten Webseiten scheitern nicht an mangelndem Design. Sie scheitern an mangelndem Menschenverständnis.

Wer seine Website nur als digitales Schaufenster sieht, verliert.
Wer sie als Verkaufsprozess versteht, gewinnt.

Also hör auf, dich in Technik zu verlieben.
Verlieb dich in deine Kunden.
Dann verkauft deine Website automatisch.

Im nächsten Kapitel zeige ich dir, wie das **7-Zonen-System von PIJUnity** genau das Schritt für Schritt umsetzt und warum jede Zone psychologisch darauf ausgelegt ist, deinen Besucher zur Handlung zu führen.



Kapitel 3: Das 7-Zonen-System von PIJUnity

Webseiten, die verkaufen, weil sie auf Psychologie statt Zufall bauen.

Viele Websites sind wie ein Auto ohne Motor: schön anzusehen, aber sie bewegen nichts.

Das **PIJUnity-7-Zonen-System** sorgt dafür, dass jede Seite wie ein perfekt abgestimmter Verkaufsprozess funktioniert – vom ersten Klick bis zur Kontaktaufnahme.

Jede Zone erfüllt einen ganz bestimmten psychologischen Zweck.

Weil wir alle sieben richtig einsetzen, wird deine Website auch automatisch verkaufen.

Zone 1: Der Wow-Einstieg (Helden-Sektion)



Psychologischer Zweck: **Aufmerksamkeit und Identifikation.**

Menschen entscheiden in Sekunden, ob sie bleiben. In dieser Zeit musst du klar machen: „Das hier ist für dich!“

So funktioniert's:

Klare, starke Headline mit direktem Nutzenversprechen:

„Wir helfen Selbstständigen, mehr Kunden über Google zu gewinnen, ohne teure Agenturen.“

Kein Begrüßungsblabla. Kein „Willkommen auf unserer Website“.

Ein emotionales Bild oder Video, das Zustand A → Zustand B zeigt:

Vorher: Überforderung, Leere, Stillstand.

Nachher: Erfolg, Klarheit, Zufriedenheit.

Praxisbeispiel:

Ein Coach zeigt auf seiner Startseite links ein Bild von sich mit leerem Kalender („So sah mein Alltag früher aus“) – und rechts denselben Kalender voller Termine („So läuft's heute mit meiner neuen Website“).

Ziel: Sofortiges Verstehen + Neugier.

Zone 2: Der Vertrauensaufbau (Social Proof + Kompetenz)



Psychologischer Zweck: Sicherheit schaffen, Skepsis abbauen.

Menschen wollen wissen, ob sie dir glauben können.

So funktioniert's:

Kurze „Warum wir?“-Sektion mit harten Fakten:

Über 250 Kundenprojekte.

98 % Weiterempfehlungsrate.

10 Jahre Erfahrung.

Logos bekannter Kunden oder Medien, Siegel, Partner, Auszeichnungen.

Zitate oder kleine Kundenstimmen direkt darunter.

Praxisbeispiel:

Ein Handwerksbetrieb zeigt die Logos regionaler Zeitungen, in denen er vorgestellt wurde, plus zwei Kundenzitate mit Foto.

Ziel: Vertrauen aufbauen, bevor das Angebot kommt.

Zone 3: Der Nutzen-Block (Vorteile auf den Punkt)

Psychologischer Zweck: Emotionale Bestätigung – „Das will ich auch!“



So funktioniert's:

Drei bis fünf kurze Nutzenstatements mit kleinen Icons oder Illustrationen.

Immer aus Kundensicht formulieren:

- „Mehr Anfragen in 30 Tagen.“
- „Automatisierte Terminbuchung statt Telefonstress.“
- „Sichtbar bei Google – ohne Technikkennntnisse.“

Kein Fachchinesisch wie „CMS“, „SEO“ oder „Responsive Design“.

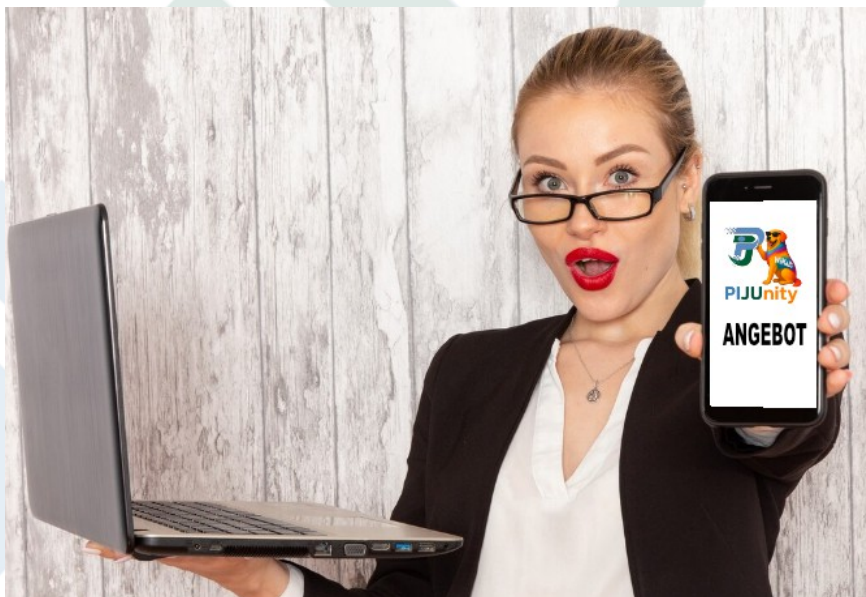
Der Kunde will Ergebnis, nicht Abkürzungen.

Praxisbeispiel:

Ein Zahnarzt nutzt statt „Modernste Implantattechnik“ den Satz:
„Fester Biss und strahlendes Lächeln ohne Angst und lange
Behandlungszeiten.“

Ziel: Emotion vor Technik.

Zone 4: Das Angebot (Was bekomme ich konkret?)



Psychologischer
Zweck: Klarheit und
Entscheidungs-
freude.

Menschen kaufen
nur, wenn sie
verstehen, was sie
bekommen.

So funktioniert's:

Übersichtliche Darstellung der Leistungen oder Pakete.

Kurze Beschreibung, klare Preisstruktur, ggf. Bonus oder Garantien.

Visualisiere dein Angebot: Mockups, Screenshots, Tabellen.

Keine versteckten Kosten, keine Verwirrung.

Praxisbeispiel:

Ein Webdesigner zeigt drei Pakete: Start, Pro, Premium.

Darunter eine einfache Tabelle mit ✓ bei enthaltenen Leistungen – fertig.

Ziel: Der Besucher erkennt sofort, was er bekommt und wo der Mehrwert liegt.

Zone 5: Der Beweis (Testimonials + Case Studies)

Psychologischer Zweck:
Emotionale Sicherheit – der letzte Push vor der Handlung.

So funktioniert's:

Echte Kundenstimmen mit
Namen, Bild und Ergebnis.
Kurze Videos („Vorher –
Nachher“).

Zahlen, wenn möglich:
„47 % mehr Anfragen in 30
Tagen“ oder „3 neue Kunden pro
Woche seit Launch“.

Praxisbeispiel:

Ein Fitnessstudio zeigt:

„Ich wollte eigentlich nur fitter werden. Jetzt habe ich 8 kg
abgenommen und fühle mich wie neu!“ Claudia S., 35



Ziel: „Wenn es bei denen funktioniert, funktioniert es auch bei mir.“

Zone 6: Der Call-to-Action (Jetzt-Moment)



Psychologischer Zweck: Handlung aktivieren.
Ohne klaren CTA bleibt alles Theorie.

So funktioniert's:

Button oder Formular mit eindeutiger Aktion:

„Jetzt Strategiegespräch sichern“ / „Kostenlos starten“ / „Angebot anfordern“.

Wiederhole den CTA mindestens 3× – oben, Mitte, unten.

Mach ihn sichtbar: Kontrastfarbe, großzügig Platz, kein Kleingedrucktes.

Praxisbeispiel:

Ein Fotograf nutzt drei Buttons auf seiner Seite:

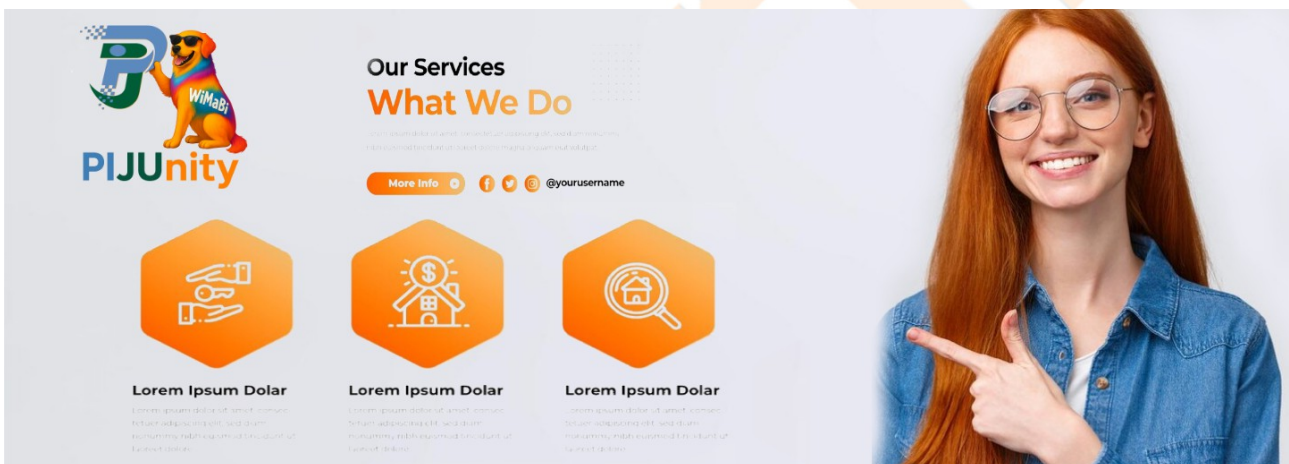
- 1) „Mein Stil entdecken“
- 2) „Preise ansehen“
- 3) „Shooting buchen“

Jeder CTA führt klar in Richtung Abschluss.

Ziel: Ständiger Ausstieg in Richtung Conversion.

Zone 7: Der Vertrauensanker (Footer-Zone)

Psychologischer Zweck: Letzte Sicherheit geben, bevor der Klick kommt.



So funktioniert's:

Impressum, Datenschutz, AGB – Pflicht.

Aber zusätzlich: Zertifikate, Partnerlogos, Gütesiegel, Verbandsmitgliedschaften.

Auch Kontaktinformationen gehören hier: echte Adresse, Telefonnummer, Ansprechpartner.

Praxisbeispiel:

Ein regionaler Dienstleister zeigt im Footer die Logos der Handwerkskammer, Google-Bewertungen und die eigene

Telefonnummer groß:

„Fragen? Ruf uns an – wir sind da.“

Ziel: Seriösität, Vertrauen, letzte Hürde vor der Handlung abbauen.

Fazit: Jede Zone erfüllt eine Aufgabe, keine ist Zufall.

Zusammen bilden sie eine Verkaufsstrecke, die deinen Besucher Schritt für Schritt durch Emotion, Vertrauen und Klarheit führt.

Das Ergebnis:

Mehr Klicks.

Mehr Anfragen.

Mehr Umsatz.

Das ist das 7-Zonen-System von **PIJUnity**, gebaut auf Verkaufspsychologie statt Design-Zufall.

Im nächsten Kapitel zeige ich dir, was eine **PIJUnity-Website** konkret anders macht und warum sie im echten Markt Ergebnisse liefert, wo andere nur Likes bekommen.

Kapitel 4: Was eine PIJUnity-Website anders macht

Verkaufpsychologisch konzipiert. Strategisch aufgebaut. Emotional, klar, messbar erfolgreich.

Viele Agenturen reden von „Design“, „Usability“ und „SEO“.
Wir reden von Umsatz, Kundenpsychologie und Vertrauen.
Denn das ist der entscheidende Unterschied:
Eine **PIJUnity-Website** sieht nicht nur gut aus, sie verkauft.



1. Verkaufspsychologie statt Bauchgefühl

Die meisten Websites entstehen aus dem Bauch heraus.
„Das sieht schön aus. Das gefällt mir. Das ist modern.“

Aber verkaufen tut das nicht.

PIJUnity-Webseiten werden verkaufpsychologisch konzipiert, jede Farbe, jede Überschrift, jedes Element hat einen Zweck.

Farben: bewusst auf Vertrauen, Klarheit und Handlung ausgerichtet.

(Beispiel: Grün signalisiert Sicherheit, Rot aktiviert Handlung, Gelb zieht Aufmerksamkeit.)

Bilder: zeigen Ergebnisse, keine Produkte. Menschen, keine Symbole.

Texte: sprechen emotional, klar und nutzenorientiert.

Wir fragen immer zuerst:

„Was soll der Besucher hier fühlen und was soll er tun?“

Diese Frage verändert alles.



2. Strategie statt Zufall

Eine **PIJUnity-Website** ist kein hübsches Puzzle aus Einzelseiten.

Sie ist ein strategischer Verkaufsprozess.

Jede Seite hat ein Ziel.

Jede Sektion führt zum nächsten logischen Schritt.

Das nennt man: Conversion-Architektur.

Während klassische Agenturen nach Designvorlagen arbeiten, beginnt **PIJUnity** beim Ziel:

- Wen willst du erreichen?
- Was soll am Ende passieren?
- Wie führen wir den Besucher dahin?



Dann bauen wir rückwärts wie ein Verkaufsprofi, der seinen Abschluss schon kennt, bevor er das Gespräch beginnt.

Beispiel:

Ein Steuerberater wollte mehr Online-Anfragen.

Früher: bunte Seite, lange Texte, 8 Menüpunkte.

Nach **PIJUnity**: klare Headline, Nutzenkommunikation, 1 Call-to-Action – Ergebnis:

+312 % mehr Kontaktanfragen in 60 Tagen.

Strategie schlägt Zufall – jedes Mal.

3. Emotion statt Information

Menschen kaufen keine Produkte. Sie kaufen Gefühle.

Deshalb spricht eine PIJUnity-Website nie nur über das Was, sondern über das Warum.

Wir holen Menschen dort ab, wo sie emotional stehen.



Statt:

„Wir entwickeln moderne Websites für Unternehmen.“

schreiben wir:

„Wir helfen Unternehmern, aus Besuchern Kunden zu machen.“

Das ist ein ganz anderes Level.

Denn Emotion baut Beziehung auf – und Beziehung verkauft.

Beispiel:

Ein Friseursalon tauschte seine Startseite („Ihr Friseur in“)
gegen: „LiebHAARberin – das Date mit Ihren Haaren“



Ergebnis: höhere Verweildauer, mehr Terminbuchungen ohne mehr Werbung.

4. Messbarer Erfolg statt schöner Schein

Wir sind ehrlich:

Schönheit interessiert uns erst, wenn sie verkauft.

Deshalb messen wir alles: Klicks, Verweildauer, Anfragen, Conversion-Raten.

Weil Design nichts wert ist, wenn niemand handelt.

PIJUnity-Webseiten sind messbar erfolgreich, weil sie mit klaren Zielen und Kennzahlen gebaut werden.

Jede Seite hat eine messbare Conversion.

Jeder Button ein Ziel.

Jeder Text eine Aufgabe.

Und das Beste: Unsere Kunden sehen diese Ergebnisse schwarz auf weiß – in echten Zahlen, nicht in Meinungen.

Beispiel:

Ein Coach für Vertrieb und Marketing:

Vorher: 0–2 Anfragen/Monat.

Nachher: 8 Anfragen in den ersten 30 Tagen, nur durch eine **PIJUnity-Struktur**.



5. Einfachheit als Erfolgsprinzip

Wir glauben an ein Prinzip:

„Einfach verkauft. Kompliziert verliert.“

Deshalb ist jede PIJUnity-Seite so aufgebaut, dass sie ein Kind verstehen würde. Klarer Aufbau, saubere Navigation, einfache Sprache.

Denn im digitalen Verkauf gilt:

Je einfacher du es dem Besucher machst, sich zu entscheiden, desto höher deine Conversion.

Beispiel:

Ein Pflegedienst hatte auf der alten Website 7 Unterseiten, 12 Buttons und 0 Anfragen.

Wir reduzierten auf eine Seite mit 4 klaren Abschnitten und 1 Button: „Jetzt Angebot anfordern.“

Ergebnis: erste Anfrage nach 24 Stunden.

Einfachheit verkauft. Punkt.



6. Partnerschaft statt Auftrag

Der größte Unterschied: Wir sind keine „Agentur“, wir sind Partner.
Wir denken mit. Wir testen. Wir optimieren.

Eine **PIJUnity-Website** ist kein Projekt, das nach dem Go-Live endet. Sie ist der Start eines Systems, das wächst.

Denn wir glauben: Eine Website ist kein fertiges Produkt.

Sie ist ein lebender Vertriebsprozess, der sich entwickelt, verbessert und mit dir skaliert.

Fazit: Was PIJUnity anders macht, ist einfach erklärt: Wir verbinden Herz, Hirn und Handlung.



Herz: Emotion & Vertrauen.

Hirn: Strategie & Struktur.

Handlung: klare Calls-to-Action, messbare Ergebnisse.

Das Ergebnis sind Websites, die nicht nur schön aussehen – sondern verkaufen, begeistern und bleiben.

Und genau das zeigen wir dir im nächsten Kapitel:

Eine echte Erfolgsgeschichte, die beweist, was passiert, wenn Verkaufspsychologie auf Strategie trifft.

Google



Gernot Gauper



Ich bin von meiner neuen Landing Page von Hanno maximal begeistert weil sofort Kontakte kreiert wurden. Beste Beratung um die LP effektiv zu gestalten

Google



Claus Ohse



Hallo, wir haben schon mehrere Projekte z.B Webseite Shop u.s.w mit der Firma Piju inhaber Hanno Jung Projektirt absolut Super Arbeit vor allem hat er uns mit sehr guten Ideen und Umsetzungen zur Seite gestanden desweiteren sind die Preise absolut fair, wir können die Dienstleistungen der Firma Piju absolut weiterempfehlen

Google



Jan Kuning



Ich möchte mich in aller Form bei Herrn Jung bedanken.Er macht eine sehr gute Arbeit zu einem hervorragenden Preis.Jeder der was auf sich hält sollte mit ihm zusammen arbeiten.Seine Arbeit und seine Expertise sind sehr wertvoll.Jan Kuning

Google



Bea



Ich möchte mich herzlich bedanken. Herr Jung hat eine Engelsgeduld mit mir gehabt! Ich habe ihm immer wieder neue Vorschläge geschickt, die er SUPER umgesetzt hat. DANKE DANKE DANKE

Kapitel 5: Der Weg zu deiner eigenen Verkaufsseite

Wie du mit PIJUnity in wenigen Schritten deine eigene Goldmine aufbaust

Viele Unternehmer wissen, dass sie eine Website brauchen. Aber kaum jemand weiß, wie man sie so aufbaut, dass sie wirklich verkauft.

Deshalb haben wir bei **PIJUnity** einen klaren, einfachen Prozess entwickelt, ohne Fachchinesisch, ohne Agentur-Wirrwarr, ohne Stress. Nur klare Schritte. Klare Ergebnisse.

1. Schritt: Dein Strategiegelgespräch

Alles beginnt mit einem Gespräch. Kein Verkauf, kein Vertrag – ein Gespräch.



Wir analysieren deine aktuelle Situation:

- Wo stehst du gerade?
- Was funktioniert online schon, was nicht?
- Was sind deine Ziele für die nächsten 6–12 Monate?

In 30 Minuten erkennst du, wo deine Website Geld liegen lässt – und wie du das sofort ändern kannst.

Ziel: Klarheit über deine Potenziale und deinen Weg zur Verkaufsseite.

Praxisbeispiel:

Viele Kunden sagen schon nach dem Gespräch:

„Ich wusste gar nicht, dass meine Website so viele Chancen verschenkt.“

Das ist der erste Aha-Moment, der Start deiner digitalen Goldmine.

2. Schritt: Die Strategie & Struktur

Wenn du dich entscheidest, mit PIJUnity zu arbeiten, beginnt Phase zwei:

Wir entwickeln deine individuelle Verkaufsstrategie.



Das heißt:

- Wir definieren deine Zielgruppe messerscharf.
- Wir erarbeiten dein Nutzenversprechen (Was du wirklich verkaufst).
- Wir planen deine 7-Zonen-Struktur, damit jeder Klick logisch und verkaufpsychologisch durchdacht ist.

Ergebnis: Eine Website, die sich wie ein Verkaufsgespräch anfühlt – nur dass sie 24/7 arbeitet.

3. Schritt: Design & Umsetzung



Jetzt wird's sichtbar.
Unser Team erstellt das Design, schreibt verkaufpsychologische Texte und optimiert alles für mobile Nutzung.

Du bekommst vorab eine Vorschau und kannst jeden Schritt mitverfolgen.
Kein technisches Kauderwelsch, kein Fachgerede, du siehst einfach, wie deine Seite wächst.

„So einfach war es noch nie, eine Website erstellen zu lassen.“
(Feedback eines Kunden nach Launch.)

Nach der Freigabe geht die Seite live und du hast plötzlich einen Verkäufer, der nie schläft.

4. Schritt: Messung & Optimierung

Nach dem Launch hört die Arbeit bei uns nicht auf.
Wir messen, testen und optimieren.

Denn eine Website ist kein fertiges Produkt, sie ist ein lebendes Verkaufssystem.

Wir analysieren Klickpfade, Conversion-Raten, Kontaktanfragen und passen gezielt an.

So steigert sich dein Ergebnis Monat für Monat – planbar, messbar, nachhaltig.



5. Schritt: Dein Wachstum beginnt

Ab hier beginnt die Magie: Deine Website läuft.

Deine Anfragen steigen. Du spürst, dass sich etwas verändert und dass sich deine Investition rechnet.

Viele unserer Kunden sagen nach 4–6 Wochen denselben Satz:
„Ich hätte das viel früher machen sollen.“

Denn ab dem Moment, wo deine Website verkauft,
arbeitet sie – statt dich zu beschäftigen.

Dein nächster Schritt: Jetzt handeln.

Du hast zwei Möglichkeiten:

1. Du machst weiter wie bisher.

Eine schöne Website, die still vor sich hinlächelt, aber keine Kunden bringt oder

2. Du gehst den Weg, den erfolgreiche Unternehmer gehen.

Du machst aus deiner Website eine Verkaufsmaschine.



Und der erste Schritt ist ganz einfach:
Buche jetzt dein kostenloses Strategiegelgespräch.

Wir zeigen dir live, wie du aus deiner Website in 30 Tagen mehr Anfragen und Kunden generierst ohne teure Werbung, ohne Umwege, ohne leere Versprechen.

Denn das ist PIJUnity:
Ehrlich. Klar. Erfolgsorientiert.

Fazit: Deine Website kann eine Goldmine sein – oder ein stiller Kostenfresser. Die Entscheidung liegt bei dir.

Wenn du willst, dass sie für dich arbeitet,
dann geh den nächsten Schritt.

PIJUnity hilft dir dabei, mit System, Strategie und einer klaren Mission:

Webseiten, die verkaufen.



Nachwort: Werde Teil der PIJUnity-Erfolgsgeschichte

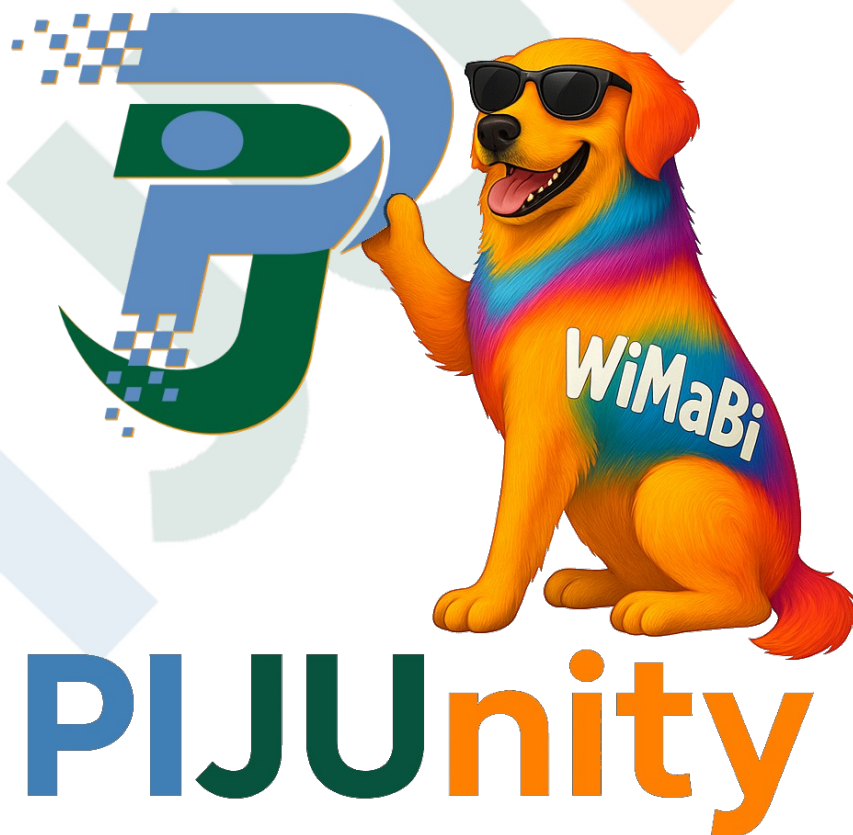
Wenn aus einer Website ein System wird und aus Kunden Partner.

Am Ende dieses Buches geht es nicht mehr nur um Webseiten.
Es geht um etwas Größeres.

Es geht um eine Bewegung von Unternehmern, Selbstständigen und Machern, die verstanden haben, dass Erfolg heute anders funktioniert als früher.

Früher hieß Erfolg: „Ich bin online.“

Heute heißt Erfolg: „Ich werde gefunden, vertraut und gebucht.“



Das ist die neue Realität.

Und **PIJUnity** steht genau für diesen Wandel.

Wir bauen keine Webseiten.

Wir bauen Erfolgssysteme.

Wir schaffen digitale Verkäufer, die arbeiten, während du lebst.

Aber noch wichtiger:

Wir schaffen eine Gemeinschaft von Unternehmern, die sich gegenseitig stärken, unterstützen und weiterempfehlen.



PIJUnity ist mehr als eine Agentur

PIJUnity ist entstanden aus der Vision, das Beste aus zwei Welten zu verbinden:

Klarheit im Denken und Herz im Handeln.

Wir glauben an ehrlichen Vertrieb.
An echte Ergebnisse.
Und daran, dass man gemeinsam mehr erreicht als allein.

Deshalb nennen wir es nicht einfach ein System.
Wir nennen es eine Bewegung.

Jeder Kunde, der mit **PIJUnity** arbeitet, trägt automatisch dazu bei, dass andere Unternehmer wachsen.
Denn wenn du Erfolg hast, wirst du zum besten Beweis, dass das System funktioniert.

Und genau hier kommt der nächste Schritt: **Werde Teil davon.**

Wenn du mit **PIJUnity** arbeitest, profitierst du doppelt:

- als Unternehmer, weil deine Website verkauft.
- als Empfehlungsgeber, weil du mitverdienst, wenn du **PIJUnity** weiterempfehlst.

Denn wir glauben:
Wer gute Erfahrungen macht, soll auch daran teilhaben dürfen.



Unser Affiliate- und Tippgeber-System ist einfach:
Empfehle uns weiter und verdiene jedes Mal mit, wenn aus deiner Empfehlung ein neuer Kunde wird.
Kein Aufwand, keine Verpflichtung.
Nur Fairness und Partnerschaft auf Augenhöhe.

So entsteht das, was wir **„die PIJUnity-Community“** nennen:
Ein wachsendes Netzwerk aus Menschen, die Erfolg teilen,
statt ihn für sich zu behalten.

Die Vision

Unsere Vision ist klar:

Tausende Unternehmer mit Websites, die verkaufen.

Hunderte Empfehlungsgeber, die mitverdienen.

Und eine Community, die gemeinsam wächst.



Wir glauben, dass die Zukunft nicht denen gehört, die am lautesten
schreien, sondern denen, die Werte schaffen, Vertrauen aufbauen
und Chancen teilen.

Und genau das ist PIJUnity.

Dein nächster Schritt

Wenn du bis hierhin gelesen hast, spürst du wahrscheinlich, dass **PIJUnity** mehr ist als eine Agentur.

Es ist eine Einladung.

Zu Wachstum.

Zu Gemeinschaft.

Zu Erfolg.

Werde Teil der PIJUnity-Erfolgsgeschichte.

Lass uns gemeinsam etwas aufbauen, das bleibt. Für dich, deine Kunden und alle, die an dich glauben.

Wende Dich an denjenigen, der Dir dieses E-Book geschickt bzw. gezeigt hat.

**Denn am Ende zählt nicht, was du liest.
Sondern was du tust.**

