

	Small Business Website Digitale Präsenz und professioneller Webauftritt	Smart Business Website Strategisches Vertriebswerkzeug mit Conversion-Optimierung	Corporate Website Digitales Vertriebssystem mit Marketing- und Salesintegration
Strategische Rolle	Website als digitale Visitenkarte mit Substanz	Website als aktiver Lead-Generator	Website als integrierter Marketing- und Sales-Hub
Primäres Ziel	Vertrauen aufbauen und Seriosität zeigen	Planbar Anfragen erzeugen und Leads generieren	Umsatz systematisch unterstützen und skalieren
Unternehmerische Situation	• Persönlicher Vertrieb - kaum digitalisiert • Bietet relevante Informationen und schafft Vertrauen • Marketing erfolgt nur unregelmäßig oder anlassbezogen • Keine definierten Lead-Ziele • Kampagnen sind nicht messbar strukturiert	• Unternehmen verfolgt konkrete Wachstumsziele • Marketing (SEO, Ads, Content etc.) wird gezielt eingesetzt, um planbar Nachfrage zu erzeugen • Leads entstehen kontinuierlich über definierte Kanäle • Ergebnisse-Tracking • Website ist zentrale Leadquelle	• Komplexe und mehrdimensionale Produkt- und Zielgruppenstruktur • Vertrieb arbeitet mit definierten Prozessen und KPIs • Leads, Kunden und Umsatz wachsen über skalierbare Prozesse • CRM- und Marketing-Tools sind fest integriert
Was leistet die Website?	• Klare Positionierung: Besucher erkennen sofort den Kernnutzen • Leistungsdarstellung: Angebote sind logisch nachvollziehbar aufgebaut • Vertrauensaufbau: Referenzen, Fallstudien und Kundenstimmen • SEO-/GEO-optimiert	• Angebotsarchitektur: Inhalte sind auf zielgruppenspezifische Entscheidungsbedürfnisse ausgerichtet. • Entscheidungsorientierte Nutzerführung: Klare nächste Schritte führen schrittweise zur Anfrage • Conversion-Pfade: Definierte Wege vom Erstkontakt bis zum CTA • Proof-Elemente: Zahlen, Ergebnisse, Referenzen • Tracking: Anfragen, Klicks und Nutzerverhalten werden zur Optimierung gemessen	• Funnel-Logik: Mehrstufige Prozesse entlang der Customer-Journey • Segmentierte Nutzerführung: +Zielgruppen erhalten personalisierte Contents • Lead-Qualifizierung bevor sie im Vertrieb landen • CRM-Integration & Automatisierung: Leads fließen automatisch in Workflows und Follow-ups • Datenbasierte Optimierung: kontinuierliche Verbesserung von Leadqualität und Umsatzbeitrag
Besucherausführung	Informativ, übersichtlich, nachvollziehbar	Zielgerichtet, entscheidungsorientiert, handlungsstark	Mehrstufig, segmentiert, datengetrieben
Marketing- & Sales-Integration	Keine oder minimal	Tracking & Basis-Automatisierung	Voll integriert mit CRM & Marketing-Tools
Messbarer Erfolg	• Professioneller Eindruck • Brand Awareness • Höhere Abschlussquote im Gespräch • Mehr Vertrauen	• Mehr qualifizierte Anfragen • Bessere Planbarkeit • Sichtbarer Conversion-Zuwachs	• Höhere Lead-Qualität • Kürzere Vertriebszyklen • Transparente KPIs • Messbarer Umsatzbeitrag
Nicht geeignet für	Systematische Lead-Generierung oder aktives Marketing	Komplexe Marketing- & Vertriebsautomatisierung	Unternehmen ohne strukturierten Vertrieb oder Marketingstrategie
Ideal für	Kleine Unternehmen mit Bedarf an einer professioneller Online-Präsenz	Unternehmen mit klaren Wachstumszielen und einem Fokus auf digitales Marketing	Unternehmen mit Skalierungsstrategien und integriertem Marketing- & Vertriebsansatz
Planbudget	€ 3.500 bis € 5.000,-	€ 4.500 bis € 7.500,-	Ab € 8.000,-