

***Welches Potenzial,
erfolgreicher zu sein,
steckt ungenutzt in
Ihrer Website?***

Testen Sie es!

Erfolg als Fotograf





Ihre Website soll für Sie werben und Ihnen Kunden bringen.

*Denn was ist viel besser als Leute
anzurufen, von denen Sie etwas wollen?
Wenn Leute bei Ihnen anrufen und etwas
von Ihnen wollen!*

Schafft Ihre Website das?

*Prüfen Sie jetzt, ob Ihre Website Ihnen nützt mit meinem eigens für
Sie konzipierten Fotograf*inn*en-Website-Potenzial-Check!*

Ihr Website-Potenzial-Check

Zum Ausdrucken – zutreffende Punktzahlen addieren.

Ist Ihre Website	
wie ein Großplakat an der (Daten-)Autobahn? (An jeden gerichtet, doch kaum jemand bemerkt's.)	1
wie ein Flyer, der auf der Straße verteilt wird? (Die meisten werfen ihn nach einem Blick darauf weg, weil das Angebot für sie nicht relevant ist.)	5
wie eine Postkarte von einem Bekannten? (Ziemlich persönlich. Sie heben sie auf und rufen ihn später an.)	10
Was gibt's bei Ihnen „above the fold“ außer Bildmaterial? [Was ist das? Der Bereich, der ohne scrollen zu sehen ist.]	
Nur Ihr Logo (als jpg oder png) (z. B.: Bert Blende Fotografie)	0
Ihr Name plus einer Kontaktangabe (z. B. Telefonnummer)	3
Ihr Name plus einer Foto-Spezifikation (z. B.: Blende Industriefotografie)	10
Ihr Name plus Zielgruppen-Spezifikation, z. B.: Hochzeitsfotografie für Brautpaare mit Kindern Lebhaftes Business-Porträts PR-Fotos im Instagram-Stil	20
Welche Begriffe verwenden Sie in der Navigation für Ihre Fotos?	
Die Klassiker wie Werbung, Porträt, Menschen, Architektur, Portfolio etc.	2
Die Titel meiner Projekte	2
Ich habe meine Kunden/Adressaten gefragt, wonach sie suchen	10
Die Vita auf Ihrer Website ist	
gar nicht vorhanden. Geht eh alles über den Preis.	0
nur tabellarisch	3
ein Kunden ansprechender Text, der meine Qualifikation beschreibt	10
plus einem Call-to-Action, z. B.: Rufen Sie mich unter an, um ...	10

Ein professionelles Foto, auf dem Sie gut erkennbar sind, ist	
auf der Vita-Seite	8
gar nicht vorhanden	0
auf der Startseite oder im Impressum (wg. fehlender Vita-Seite)	8
Es gibt ein Foto, aber das ist ein Schnappschuss oder Sie verstecken sich hinter einer Kamera	3
Bei der Bildauswahl für Ihre Website haben Sie berücksichtigt, dass	
die neuesten Bilder ganz vorne sind	2
die meisten Besucher auf einen Blick den Stil erkennen wollen	6
die Bilder auch auf dem Smartphone wirken und schnell laden müssen	8
die Google-Bildersuche immer wichtiger wird	5
alle Bilder mit IPTC-Daten versehen sind	6
Bildunterschriften super wichtig sind – für Google wie für Interessenten	8
es besser ist, öfter Galerien zu wechseln als alles auf einmal hochzuladen	5
nur Bilder zu sehen sind, die für das, was Sie anbieten, werben weil die Website immer das zeigen soll, wo Sie hinwollen, nicht das, wo Sie waren	10
Text auf Ihrer Website	
ist quasi nicht vorhanden	0
gibt es in den Descriptions und in den Bild-Metadaten	7
ist selbstverfasst und handelt von mir – von wem sonst?	2
ist auf das abgestimmt, was meine Kunden interessiert	8
hat derjenige geschrieben, der mir die Website gebaut hat	4
sei SEO-optimiert, wurde mir gesagt	4
ist von Martina Mettner, weil sie weiß, was beruflich für mich am besten ist	; -)

Das Impressum	
ist, wie gesetzlich vorgeschrieben, mit einem Klick zu erreichen	8
ist abmahngefährdet, weil mir das Telemediengesetz am Ärmel vorbeigeht	0
ist mir wichtig, weil Kunden wissen wollen, wo sie mich finden	10
Zum Kundenkontakt biete ich an:	
Meine Social Media Accounts (z. B. Instagram oder Xing)	7
Einen Newsletter. Interessenten können sich auf der Website eintragen	8
Ein Kontaktformular	6
Den Download von PDFs oder einer Kunden-Bildauswahl	10

Ist das schon alles zum Thema Website? Nein, natürlich nicht. Aber Sie können jetzt einschätzen, ob Sie die Möglichkeiten, automatisiert Wunschkunden zu gewinnen, bereits gut nutzen oder sich dringend darum kümmern sollten.

Addieren Sie Ihre Punktzahl. Die Auflösung finden Sie ab der übernächsten Seite.

Was Sie jetzt zusätzlich tun sollten:

1. Googeln Sie Ihren Namen

und fertigen Sie einen Screenshot an. Welche Ergebnisse gibt es? Sind Sie das? Oder tummeln sich dort Namensgleiche? Was genau ist unter der jeweiligen Überschrift zu lesen? Ist der Text (die Description) sympathisch und aussagekräftig? Falls nicht: Sie können dies ändern!

2. Googeln Sie nun mindestens einen Suchbegriff, unter dem Sie gefunden werden wollen

Die wenigsten werden nämlich Ihren Namen eingeben. Fertigen Sie erneut einen Screenshot von der ersten Seite. Dort wollen Sie stehen.

Was liest man bei Google über Ihr Business? Ist es ansprechend? Bekommt ein Fremder Lust, auf den Link zu klicken?

Als vornehmlich regional tätiger Fotograf sollten Sie sich ganz besonders um „Google Business“ kümmern, auch wenn Sie keine Öffnungszeiten haben. Sie können dort Bilder und Artikel posten. Zudem honoriert Google das bei der regionalen Suche von Mobilgeräten aus.

3. Prüfen Sie die Einträge zu allen Ihren Unterseiten

Besucher kommen zuerst vielleicht gar nicht auf die Startseite, in die Sie so viel Mühe investiert haben. Sie googeln „Bert Blende Impressum“, weil sie Ihre Adresse benötigen oder „Bert Blende Portfolio“ für Fotos. Was indiziert Google auf Ihren Unterseiten, z. B. wenn nur Bilder darauf sind und kein Text? Schauen Sie nach! Und ändern Sie es zu Ihrem Vorteil.

Der Website-Potenzial-Check: Die Auflösung

100 Punkte und mehr:

Herzlichen Glückwunsch! Sie verstehen, wie wichtig es ist, sich online professionell zu präsentieren. Ihre Kunden buchen Sie als Experten/Expertin für die visuelle Umsetzung ihrer Belange und Google hilft Ihnen freiwillig dabei, dass neue Kunden auf Sie aufmerksam werden. Fotografieren können Sie sowieso. Achten Sie jedoch bitte darauf, sich gegenüber Laien (also Kunden) nicht in erster Linie über die Kamera zu profilieren, sondern **über das Licht**. Fotografieren „können“ heute alle (mit Smartphones bereits inklusive Augmented Reality), aber Lichtsetzen und Regieführen eben nur Sie. Das müssen Sie aktiv vermitteln! So sichern Sie Ihren Erfolg als Fotograf/in auch in Zukunft.

80 bis 99 Punkte:

Super! Bestimmt sind Sie gut im Geschäft und wissen, was Sie wollen. Vielleicht haben Sie noch Optimierungsbedarf bei Themen wie Newsletter, Referenzen und welche Social Media-Kanäle Sie bespielen sollen. Das Fine-Tuning ist ja ein andauernder Prozess.

Wie wäre es mit dem **Erfolg als Fotograf/in Tagesseminar am 28. Oktober 2017**? Aktuelle Fragen zu klären, Tipps und Feedback aus der Gruppe zu bekommen, bedeutet immer eine Bereicherung – durchaus auch monetär.

Die weiteren Auflösungen finden Sie auf der folgenden Seite.

Mehr darüber, wie ich Sie unterstützen kann, mit Ihrem Beruf zufriedener zu sein und entspannter in die Zukunft zu sehen finden Sie auf meinen Websites [Erfolg als Fotograf](#), [fotofeinkost](#), [fotofeinkost verlag](#) sowie [martina-mettner.de](#).

Folgen Sie bei Facebook und Twitter der „fotofeinkost“.

50 bis 80 Punkte:

Toll! Sie machen sich Gedanken um Ihr Business. Und wenn sich nicht in den letzten zwei Jahren so viel verändert hätte, wäre das bestimmt ausreichend. Heute ist wichtig, dass Sie sich in die Situation des Kunden versetzen und sein Anliegen verstehen. Erst dann sieht er Sie als Expertin oder Experten an (leider nicht mehr nur aufgrund Ihrer Fotos). Dazu sollten Sie eine konkrete Zielgruppe, besser noch Person, vor Augen haben. Ihren Lieblingskunden. Den sollen Sie mit Ihrer Website überzeugen.

Falls Sie noch nicht so ganz genau wissen, wer Ihr Lieblingskunde sein soll und womit genau Sie in den kommenden Jahren gerne Erfolg hätten: Eine persönliche Strategie-Beratung liefert Ihnen darüber Klarheit. ***Lassen Sie mich wissen, wie ich Sie unterstützen kann: mm@erfolg-als-fotograf.de***

Unter 50 Punkten:

Sie ahnen es: Da ist noch viel Luft nach oben. Sie verwenden Ihre Onlinepräsenz bisher nur als digitalen Showroom Ihrer Werke. Damit verzichten Sie auf die kostenlos verfügbaren Möglichkeiten, selbsttätig andere für sich zu interessieren. Das können Auftraggeber, aber auch Kuratoren oder Galeristen sein. Die sollten Sie finden können. Das funktioniert ausschließlich über Text. Nur diesen kann Google indizieren und damit Sie, beziehungsweise Ihre Bilder, in den Suchergebnissen anzeigen.

Aber keine Panik, das ist nicht kompliziert. Mein Buch „Erfolg als Fotograf – Wie man sein Können optimal präsentiert“ enthält Schritt-für-Schritt-Anleitungen. Wenn Sie diese nicht nur lesen, sondern auch umsetzen, erarbeiten Sie sich eine deutlich günstigere Position.

Zudem erhalten Sie immer Mitte des Monats den Erfolg-als-Fotograf-Newsletter: nützliche Tipps und Hinweise zur Optimierung Ihres Business als Fotograf/in.