

RATGEBER ONLINE:

Das Geheimnis erfolgreicher Webseiten (Teil 1)



Was macht einen inhaltlich gelungenen Onlineauftritt aus? Warum spricht nicht jede Präsentation den potentiellen Kunden an? Welche einfachen Möglichkeiten haben Sie selbst, Ihre Webseite zum Erfolg zu führen?

| VON THOMAS STAUFENBIEL

Thomas Staufenbiel ist seit 1999 Grafik- und Webdesigner, außerdem Berater und Autor: „Das Verständnis für die Erkenntnisse aus Persönlichkeitsmodellen führt zum weitreichenden Erfolg Ihrer Präsentationen.“ (Bild: Staufenbiel)

Wer sich im Internet auf die Suche nach einem Anbieter, einer bestimmten Dienstleistung oder potentiellen Kunden begibt, ist oft über kurz oder lang genervt. Natürlich läßt sich relativ schnell ein passendes Ergebnis zu dem eingegebenen Suchbegriff finden. Doch entweder sind es immer wieder dieselben Anbieter – die haben wohl einiges richtig gemacht – oder man stößt auf Ergebnisse, die aus unterschiedlichen Gründen nicht ansprechen. Wohl jeder kennt letztgenanntes Problem, aber wo liegen die Ursachen dafür?

Webseiten sollten schnell auffindbar, ansprechend und aussagekräftig sein. Was können Sie selbst tun, um diese Anforderungen zu erfüllen? ➤

Anzeige

MediaMarktSaturn Business

**Sie leben für Ihr Handwerk.
Wir für Technik, die Sie
weiterbringt.**

Exklusiv für Geschäftskunden:

Unsere Services fürs Handwerk umfassen smarte Lösungen für Ihr Büro sowie robuste Elektronik für Werkstätten und Baustellen. LET'S GO!



» Um ein wenig das Geheimnis erfolgreicher Webseiten zu lüften, legen wir hier den Wert auf Dinge, die Sie inhaltlich selbst steuern können. Wir verzichten bewußt auf technische Details, für die Sie auf qualifizierte Webdesigner zurückgreifen sollten. Denn natürlich sind technisch einwandfreie und datenschutzkonforme Präsentationen die Grundlage, auf die Sie später aufbauen. Die Möglichkeit, eine Webseite durch Angriffe von außen zu verlieren, ist heute genauso groß, wie die, von findigen Rechtsanwälten abgemahnt zu werden.

Beeinflussen Sie den Erfolg Ihrer Webseiten durch die Beantwortung folgender Fragen:

Welches Verständnis haben Sie für Ihre eigene Webseite? Wie sollten die Seiten aufgebaut sein? Welche unterschiedlichen Menschengruppen besuchen Ihre Online-Präsentation?

Fachkundige Beratung für einen optimalen Internetauftritt

Gehen wir von Folgendem aus: Sie wollen überzeugen, authentisch wirken und zur Kontaktaufnahme anregen. Der Grundstein dafür ist ein ausführliches Beratungsgespräch. Im Vordergrund sollten dabei Ihr Unternehmen, Ihre Persönlichkeit und Ihre Angebote stehen. Kurzum: Sie! So erfahren Sie beispielsweise, daß eine Webpräsentation nicht vordergründig für Sie, den Seiteninhaber, erstellt wird, sondern für die Seitenbesucher. Stellen Sie sich einmal vor, Sie werden im Internet gefunden und präsentieren sich dort wie ein großer Player. In Wirklichkeit sind sie jedoch ein kleines Unternehmen mit wenigen Mitarbeitern und einem unscheinbaren Firmensitz. Wie wird sich ein potentieller Kunde fühlen, wenn er sich aufgrund Ihrer Webseite angesprochen fühlt und zum ersten Mal persönlich vor Ort auftaucht?

Stellen Sie sich im Web wie ein Kleinunternehmen dar, obwohl Sie in der Lage sind, Großaufträge zu übernehmen, wird wohl keiner der möglichen großen Kunden auf Sie aufmerksam werden. Eher findet Sie eine Klientel, die Sie gar nicht ansprechen wollen. Größe, Angebote und Möglichkeiten Ihres Unternehmens sollten sich im Umfang und der Darstellung Ihrer Webseiten widerspiegeln. Alles im Sinne eines ersten Treffens, eines positiven Gesprächsausgangs und bestenfalls eines Vertragsabschlusses. Nichts ist schlimmer, als ein enttäuschter potentieller Kunde. Ihr Onlineauftritt sollte die Persönlichkeit Ihrer Firma und dessen Leitbild klar darstellen.

Präsentieren Sie sich auf Ihren Webseiten als Marke. Das bezieht sich nicht nur auf Ihr Logo oder Produkte. Sie selbst stehen für Ihr Unternehmen. Ob konservativ oder flippig, zurückhaltend, sortiert, strukturiert oder auffallend und hip. Alles kann zum Erfolg führen, solange es inhaltlich zu Ihrem eigenen Auftreten in der Öffentlichkeit paßt. Wenn nun ein potentieller Kunde Ihre Präsentation aufruft, möchte er als erstes sichergehen, auf der richtigen Webseite gelandet zu sein. Wenn er Ihr Unternehmen bereits aus Printmedien kennt, erwartet er einen Wiedererkennungseffekt. Logo, Farbgebung, Stil, ein Slogan – all das sollte vorhanden sein. Bestenfalls ist er sofort von der Aufmachung angetan und findet einen Eyecatcher in Form eines aussagekräftigen Fotos, einer ansprechenden Leistung oder eines interessanten Angebotes. <

Im zweiten Teil in der nächsten Computern im Handwerk erfahren Sie mehr über die sinnvolle Struktur von erfolgreichen Webseiten und wie Sie durch bewußt gesetzte Inhalte möglichst viele verschiedene Besuchertypen begeistern können.



Bild: AdalbeStrack_115138781

„... Im Vordergrund sollten dabei Ihr Unternehmen, Ihre Persönlichkeit und Ihre Angebote stehen. Kurzum: Sie!“

Fangen wir beim Verständnis an. Wie wichtig ist Ihnen Ihr Onlineauftritt? Geht es Ihnen lediglich darum, im Internet präsent zu sein? Tatsächlich basieren viele Webseiten nur auf diesem Wunsch. Lassen Sie die Sache auf sich beruhen, wenn Sie keinen weiteren Ansatz haben. Sie werden ansonsten dazu neigen, wenig Engagement und Begeisterung in die Umsetzung zu legen. Es genügt Ihnen ja, präsent zu sein.

Ein weiteres Problem: Ich für meinen Teil würde niemals behaupten, das Gewerk eines meiner Kunden so ausführen zu können, wie der- oder diejenige es beherrscht. Umgekehrt höre ich selbst im unternehmerischen Bereich oftmals dies: Webseiten ... kein Problem, mein Schwager, mein Neffe, mein Sohn ... im Internet gibt es viele Möglichkeiten selbst eine „Homepage“ zu bauen. Der Wert einer Investition in eine rundum anspruchsvolle Webseite wird dabei oft nicht gesehen. Wie in jedem anderen Job ist auch im Webdesign die langjährige Erfahrung eines versierten Fachmanns Gold wert.