

TIPPS FÜR EINE PERFEKTE WEBSITE

Heutzutage wird von Firmen eine digitale Präsenz (Website) und eine Möglichkeit digitaler Kommunikation (E-Mail) vorausgesetzt. Ein unprofessioneller oder gar nicht vorhandener Auftritt im Internet schadet dem Image bereits extrem. Es geht sogar soweit, dass dadurch die gesamte Kompetenz des Unternehmens in Frage gestellt wird.

Da dieses Bewusstsein aber noch nicht bei allen Betrieben vorhanden ist und vor allem manche Branchen der Zeit noch sehr weit hinterherhinken, können Sie sich mit einer professionellen, zielgruppenorientierten Website trotzdem noch abheben.

Nach den Richtlinien von EMOTIONSMARKETING sollte aber nicht vergessen werden, dass der Gesamteindruck des Unternehmens (Produkt, Mitarbeiter, Geschäftsräume, Logo, Prospekte, Website, etc.) aufeinander abgestimmt wird und beim Interessenten nie Verwunderung sondern unbewusste Bestätigung der Erwartung hervorrufen darf!

Das Internet bietet nicht nur die Möglichkeit der Neukundengewinnung, sondern auch der Kundenpflege und des Aufbaus/Festigung eines guten Images. Wenn die Basis professionell gelöst und die Bearbeitung in den Betriebsablauf integriert wurde, ermöglicht es sogar eine extrem kostengünstige Kommunikation mit Ihrer Zielgruppe.

Nutzen Sie dieses Potenzial für Ihren Geschäftserfolg!

So kann Selly Sie unterstützen:

Mit Selly haben Sie die Möglichkeit, Ihre Website ähnlich wie mit einem WORD zu warten und Texte einzugeben. Darüber hinaus können Sie Seiten auf Ihrer Website anlegen und Bilder präsentieren. So können Sie tagesaktuell Ihre Besucher über Neuigkeiten Ihrer Produkte, Dienstleistungen, Entwicklungen, etc. informieren und auf diese Weise Kompetenz beweisen.

Selbstverständlich unterstützt das System sämtliche gängigen Browser und Betriebssysteme und ermöglicht so die perfekte Anzeige Ihrer Website für alle Besucher.

Folgende Tipps unterstützen Sie, die perfekte Website für Ihr Unternehmen zu gestalten:

Ziel

Legen Sie ein Ziel für Ihre Website fest!

Wie auch sonst im Leben kann ein Ziel nur erreicht werden, wenn es klar formuliert wurde. Überlegen Sie sich also das Ziel Ihrer Website und besprechen Sie dieses mit allen Beteiligten (Mitarbeiter, Agentur, Techniker, etc.).

Beispiele für Ziele:

- Gewinnung neuer Interessenten
- Verbesserung des Images
- Verkauf von Verbrauchsmaterial
- Produkt-Support

Zielgruppe

Der nächste Schritt ist eine klare Definition der Zielgruppe, mit der Sie Ihr Ziel erreichen möchten. Je genauer die Beschreibung ist, desto klarer kann diese angesprochen werden; desto leichter erreichen Sie Ihr Ziel.

Beim EMOTIONSMARKETING gehen wir sogar so weit, dass wir den perfekten Wunsch-Kunden genau beschreiben. Dazu gehören Alter, Familienstand, Beruf, Hobbys, Wohnung, Ausbildung, etc.

Nur wenn Sie sich Gedanken darüber machen, wie Ihre Zielgruppe aussieht und welche Interessen sie hat, können Sie diese mit Ihrer Website begeistern.

Inhalte

Welchen realen Nutzen können Sie Ihrer Zielgruppe bieten?

Um Ihr Ziel zu erreichen, wird dieser meist in Zusammenhang mit Ihrem Produkt oder Ihrem Wissen stehen. Überraschen Sie Ihr Besucher positiv mit Informationen, die ihnen nützlich sind!

Beispiele:

- Fach- oder Zusatzinformationen zu Ihren Produkten/Dienstleistungen
- Anwendungsbeispiele und Tipps
- Handbücher und Dokumentationen
- weiterführende Links

Oft empfiehlt es sich auch, häufig gestellte Fragen (Frequently Asked Questions – FAQs) auf Ihrer Website zu beantworten. Das bietet nicht nur Informationen für Ihre Besucher, sondern vereinfacht auch die interne Bearbeitung der Anfragen.

Navigation

Die Navigation muss übersichtlich sein und der Besucher muss immer wissen, wo er sich gerade befindet. Das Wichtigste ist, dass der Besucher zu Beginn einen Überblick über den gesamten Inhalt bekommt und Schritt für Schritt in die Tiefe gelangt, das heißt die Informationen immer detaillierter werden.

Schreibstil

Das Lesen digitaler Informationen ist anstrengender als das Lesen von Berichten, die auf Papier gedruckt sind. Aus diesem Grund ist es wichtig, die Leser Schritt für Schritt vom Weiterlesen zu überzeugen.

- Beginnen Sie mit einer spannenden Überschrift und unterstützen Sie diese mit einem passenden Bild.
- Fassen Sie den Inhalt des Textes in max. 4 Sätzen zusammen und trennen Sie diese optisch (zB in Fett-Schrift) vom restlichen Text.
- Darunter folgt der tatsächliche Bericht.
- Verwenden Sie kurze, leicht verständliche Sätze!
- Wenn Sie Fachworte verwenden, bieten Sie immer eine Erklärung dieser an.

Tipp: lernen Sie von den Massenblättern unter den Tageszeitungen! Ein emotionalisierendes Bild leitet uns zur Überschrift, diese zur Kurzzusammenfassung des Inhaltes und wenn wir dann neugierig genug gemacht worden sind, lesen wir den Artikel!

Formatierung

Formatieren Sie Ihren Text übersichtlich und verwenden Sie Stylesheets (voreingestellte Schriften, bei denen Art, Größe, Farbe, etc. hinterlegt ist). Damit machen Sie es nicht nur Ihrem Besucher einfacher, ihre Texte zu lesen, sondern es wirkt sich auch auf Ihre Platzierung in der Google aus.

Kennzeichnen Sie wichtige Text-Passagen durch größere Schrift, eine andere Farbe oder Fett-Schrift und unterstreichen Sie keine Texte. Unterstrichenes ist das Zeichen für einen weiterführenden Link und sollte auch nur für die Kennzeichnung dieses verwendet werden.

So kann Selly Sie unterstützen:

Bei Selly werden die von Ihnen gewünschten Stylesheets angelegt und Sie müssen bei der Formatierung Ihres Textes nur noch die gewünschte Auswahl treffen.

Seitenlänge

Vermeiden Sie lange Seiten mit Scroll-Balken. Wenn sich diese nicht vermeiden lassen, platzieren Sie die wichtigsten Informationen oben, damit diese auf jeden Fall gesehen werden. Unwichtigeres kann mit der Bedienung des Scroll-Balkens erreichbar sein.

Kontaktaufnahme

Unabhängig von Ihrem Hauptziel ist die Kontaktaufnahme zu Ihnen ein untergeordnetes Ziel auf Ihrer Website. Sogar wenn die Website dazu da sein sollte, mehr Kunden in Ihr Geschäft zu locken, müssen Sie eine digitale Kontaktmöglichkeit anbieten.

Je nachdem wie wichtig die Kontaktaufnahme für Sie ist, sollte die Positionierung dieser auf Ihrer Website ausfallen. Grundsätzlich aber muss die Kontaktmöglichkeit klar ersichtlich sein und mit max. zwei Klicks zu erreichen.

Wenn Ihnen neue extrem Kontakte wichtig sind, empfiehlt es sich den Besuchern konkret dafür etwas anzubieten.

Beispiele:

- Informationen/Preise, die per E-Mail zugesandt werden
- Aufnahme in ein Newsletter-System
- Gewinnspiel

Mitbewerb

Haben Sie keine Skrupel, von Ihrem Mitbewerb zu lernen. Was bietet er Ihrer Zielgruppe und setzt dadurch einen gewissen Standard? Was können Sie besser machen?

Design & Farben

Ihre Firma muss aufgrund des Designs (Logo, Gestaltung, etc.) sofort erkannt werden. Trotzdem sollte darauf geachtet werden, dass die Information und nicht die Gestaltung der Website im Mittelpunkt steht.

Folgende Punkte werden sehr oft umgesetzt und daher von vielen Besuchern bereits erwartet:

- Logo links oben, verlinkt mit der Home-Seite
- Navigation oben oder links
- Anschrift / Impressum im Fußbereich
- Text und Bilder im Hauptteil, wobei die Bilder eher rechts angeordnet werden
- optional: Suche und Schnellzugriffe rechts oben

Fotos

Beachten Sie, dass Ihre Fotos weboptimiert werden, bevor Sie sie auf Ihrer Website veröffentlichen. So bieten Sie beste Qualität zu möglichst geringen Ladezeiten.

Die Bilder sollten mit 72 dpi, im RGB-Modus und in der Größe abgespeichert werden, mit der Sie im Internet erscheinen sollen. Auf keinen Fall sollten sie verzerrt werden.

So kann Selly Sie unterstützen:

Wenn Sie Ihre Fotos mit Selly auf Ihre Website laden, werden diese automatisch weboptimiert abgespeichert und veröffentlicht, ohne dass Sie diese im Vorfeld extra bearbeiten müssen.

Aktualität

Passen Sie die Aktualisierungszeiträume Ihrer Zielgruppe und Ihrem Ziel an.

Grundsätzlich kann aber gesagt werden: je aktueller die Website und je häufiger Änderungen gemacht werden, desto besser ist es.

Das ist nicht nur für Ihre Besucher spannend und ermuntert diese wiederzukehren sondern verhilft auch zu einer besseren Suchmaschinen-Platzierung!

So kann Selly Sie unterstützen:

Nutzen Sie die Erinnerungsfunktion von Selly, um immer wieder aktuelle Inhalte auf Ihrer Website zu veröffentlichen!

PDFs und andere Dateien

Nichts ist beim Besuch einer Website lästiger, als wenn man auf einen normalen Link klickt und es öffnet sich unvorbereitet der Acrobat Reader. Kennzeichnen Sie unbedingt Links auf PDFs und stellen Sie höflicherweise auch Links zum kostenlosen Download von Programmen Wie Acrobat Reader, Flash-Player, etc. zur Verfügung, wenn diese zur Ansicht der Inhalte Ihrer Website benötigt werden.

Sitemap

Bei umfangreichen Websites (ca. ab 15 Seiten) empfiehlt sich zur Orientierung der Besucher ein Inhaltsverzeichnis mit der Auflistung aller Unterseiten (Sitemap).

Impressum

Das Impressum muss Ihre komplette Firmenadresse, Telefonnummer und E-Mail-Adresse beinhalten. Darüber hinaus ist die Informationspflicht lt. ECG und Mediengesetz (Firmenbuchnummer, Firmenbuchgericht und Kammernzugehörigkeit) einzuhalten. Außerdem empfiehlt sich dringend ein Haftungsausschluss im Hinblick auf die Inhalte der Website, aber vor allem auf die weiterführenden Links.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß und gutes Gelingen!

Ihre Ruth Vetter und das Team von Columbus