

Mehr als Webdesign

Warum die richtigen Worte den Erfolg Ihrer Website bestimmen

Marketing mit Informationen ... denn Wissen schafft Kundenvertrauen

© Susanne Melles • Im Kühstiefel 19 • D-56653 Wehr • Tel (0049)2636 5295000
mail to: susanne@melles.biz • <http://susannemelles.typepad.com>

Wieso Ihr Unternehmen eine Website braucht

Ihr Angebot klingt wirklich spannend.

Nur, wie erfahre ich als Kunde, dass es Sie gibt?

Ach ja, Sie inserieren regelmäßig in der Tageszeitung. Sie verschicken Werbebriefe an mögliche Interessenten. Und die Jugendmannschaft des örtlichen Fussballvereins trägt Trikots mit Ihrer Werbung.

Gut möglich, dass unter den Lesern der Tageszeitung, den Briefempfängern oder den Zuschauern beim Fussballspiel jemand ist, der gerade jetzt genau das braucht, was Sie anbieten.

Aber wie findet der Kunde zu Ihnen, der gerade jetzt gezielt die Leistung sucht, die Sie anbieten? Und der nicht die gleiche Tageszeitung liest, von Ihnen angeschrieben wurde oder Fußballspiele seiner Kinder anschaut.

Sehr wahrscheinlich wird er das Internet für seine Suche nutzen.

Das Internet ist heute das Medium Nr.1 für alle, die Antworten auf ihre Fragen und Lösungen für ihre Probleme suchen.

Darum ist es heute für Unternehmen jeder Größe genauso wie für Selbständige und Freiberufler nahezu unverzichtbar, eine eigene Internetpräsenz zu haben.

Denn so selbstverständlich, wie wir heute das Internet zur Informationsbeschaffung nutzen, so selbstverständlich hat das Unternehmen die Nase vorn, das den Kunden schnell die richtigen Informationen liefert.

Eine informative und ansprechende Website ist damit eine unverzichtbare Investition für jedes erfolgreiche Unternehmen.

Doch gerade kleine und mittlere Unternehmen ebenso wie Selbständige und Freiberufler haben häufig nicht die Kapazitäten, um sich intensiv mit Inhalt und Gestaltung der Firmenwebsite zu befassen.

Häufig herrscht Unsicherheit, welche Inhalte auf eine Website gehören und wie diese gestaltet sein sollte.

Auch die laufende Betreuung der Website lässt sich nicht einfach nebenher erledigen.

Die optimale Lösung für Unternehmen dieser Größenordnung ist ein Dienstleister, der das Projekt von der Registrierung der Domain bis zur fertigen Website betreut. Und der auch dann noch weiter für Aktualisierungen und notwendige Änderungen zur Verfügung steht.

Marketing mit Informationen ... denn Wissen schafft Kundenvertrauen

© Susanne Melles • Im Kühstiefel 19 • D-56653 Wehr • Tel (0049)2636 5295000
mail to: susanne@melles.biz • <http://susannemelles.typepad.com>

Was soll Ihre Website leisten?

Bevor Sie ein Gespräch mit einem Texter, einem Webdesigner oder einer Agentur vereinbaren, sollten Sie selbst eine Vorstellung davon entwickeln, welche Inhalte Ihre Website haben soll. Was wollen Sie den Besuchern Ihrer Webpräsenz mitteilen? Was sollen diese über Sie erfahren?

Und was ist Ihrer Meinung nach für den Besucher der wichtigste Grund, Ihre Website zu besuchen? Bei den Überlegungen zu den Inhalten Ihrer Website können Ihnen die folgenden Fragen helfen:

- Was genau bieten Sie an?
- Warum soll der Kunde gerade bei Ihnen kaufen?
- Was macht Sie einzigartig? Was unterscheidet Sie von Ihren Mitbewerbern?
- Wen wollen Sie ansprechen?
- Aus welcher Region sollen Ihre Kunden kommen?
- Welchen Nutzen hat Ihr Kunde, wenn er Ihr Angebot annimmt?
- Was sind Ihre Marketing-Ziele?

Schauen Sie sich auch die Seiten Ihrer Mitbewerber an. Was gefällt Ihnen? Was möchten Sie anders machen?

Wegweiser für Ihr Website-Projekt

Ihre Website braucht einen Namen

Bevor Sie in Inhalt und Gestaltung Ihrer eigenen Website einsteigen, braucht diese erst einmal einen Namen. Unter ihrem Domain-Namen kann Ihre Website weltweit aufgerufen werden.

Ihr Domain-Name sollte

- leicht zu merken
- möglichst kurz und
- einfach zu buchstabieren sein.

Wenn der Name Ihrer Firma als Domain noch nicht vergeben ist – herzlichen Glückwunsch. Da es aber sehr wahrscheinlich mehr als einen Elektriker Müller und mehr als ein Hotel Zur Post gibt, werden Sie sich mit Alternativen beschäftigen müssen.

Fragen Sie sich bei der Wahl des Domainnamens,

- mit welchen Wörtern ein Interessent Ihrer Leistung wohl zuerst nach Ihrem Angebot suchen würde
- mit welchen Begriffen Sie selbst Ihr Angebot beschreiben möchten.

Z.B. könnte die Domain von Elektro Müller dann lauten *www.elektro-service-musterstadt.de*.

Marketing mit Informationen ... denn Wissen schafft Kundenvertrauen

Wenn Sie den passenden Domainnamen gefunden haben, sollten Sie diesen unbedingt sofort registrieren. Denn wer zuerst registriert, dem gehört die Domain. (Sollten Sie Zweifel haben, z.B. bei eingetragenen Marken, fragen Sie bitte einen Anwalt.)

Ihre Website braucht einen festen Platz

Natürlich braucht ihre Website auch einen Platz, quasi einen virtuellen Geschäftsraum im World Wide Web. Diesen Webspaces genannten Raum mieten Sie bei einem Provider.

Provider sind Firmen, die Serverplatz und andere Dienste für Unternehmen und Privatpersonen gegen Entgelt bereitstellen.

Der Umfang des Webspaces hängt davon ab, wie umfangreich Ihre Website werden soll. Von den Providern werden hierzu unterschiedliche Pakete angeboten.

Ihre Website braucht einen Bauplan

Bevor Ihr Texter mit seiner eigentlichen Arbeit beginnt, wird er gemeinsam mit Ihnen den Bauplan für Ihre Website festlegen. Dies ist der Wegeplan für Ihre Website, vergleichbar der Regalbeschilderung in einem Kaufhaus. Hier legen Sie fest, wo der Besucher welche Information finden soll.

In einem Kaufhaus finden Sie Hinweisschilder, an welcher Stelle Sie welche Waren finden. Zunächst bekommen Sie einen groben Überblick, z.B. „Haushaltswaren“ und finden dort die einzelnen Regale für Kochtöpfe, Besteck oder Vorratsdosen. Das Regal mit den Kochtöpfen ist dann entweder nach der Größe der Töpfe oder nach den verschiedenen Herstellern sortiert. Auch die Präsentation Ihres Angebotes im Internet sollte vom Allgemeinen hin zum Speziellen erfolgen.

Vergleichbar einer Regalbeschriftung geben Sie dem Besucher auf Ihrer Website zunächst eine grobe Orientierung.

Unterhalb der Startseite findet der Besucher die einzelnen Kategorien, in die Sie Ihr Angebot eingeteilt haben. Klickt er die entsprechenden Begriffe an, wird er nähere Informationen finden. Unterteilen Sie Ihr Angebot in die verschiedenen Produktgruppen oder Dienstleistungen. Für jedes einzelne Produkt oder Dienstleistung nehmen Sie eine weitere Unterteilung vor. Diese zweite Ebene wird erst dann für den Besucher sichtbar, wenn er den entsprechenden Begriff der ersten Ebene anklickt.

Um bei unserem Beispiel zu bleiben:

Unter der Kategorie „Haushaltswaren“ der ersten Ebene finden Sie die u.a. die Beschreibung „Bei uns finden Sie eine große Auswahl an Kochtöpfen, Besteck und Porzellan.“ Klickt der Besucher auf den Begriff „Kochtöpfe“, wird er auf eine neue Seite geleitet, wo er weitere Informationen über das Sortiment an Töpfen findet.

Soweit erforderlich, kann sich eine dritte Ebene mit spezielleren Informationen anschließen. Mehr als 3 oder 4 Ebenen sollten Ihre Website nicht vorsehen.

In unserem Beispiel wäre eine 4. Ebene sinnvoll, um Produktbeschreibungen der einzelnen angebotenen Kochtöpfe zu hinterlegen.

Marketing mit Informationen ... denn Wissen schafft Kundenvertrauen

Je einfacher der Besucher sich zurechtfindet, umso eher wird er sich intensiv mit Ihrem Angebot befassen.

Die Startseite ist Ihr Schaufenster im Web

Würden Sie ein Geschäft betreten, in dessen Schaufenster wahl- und lieblos ein paar Produkte abgestellt wurden? Oder wo jede Auslage fehlt und nur die Fensterscheibe mit einem „Willkommen!“-Schild beklebt ist?

Leider sehen so ähnlich manche Startseiten aus. Dabei ist die Startseite dazu da, dem Besucher einen ersten Eindruck von Ihnen und Ihrem Angebot zu vermitteln.

Sie ist wie ein Schaufenster Ihres Angebotes. Statt Ihr komplettes Sortiment zu präsentieren, soll sie den Besucher einladen, sich näher mit Ihrem Angebot zu befassen.

Genau so wie ein Schaufenster Passanten dazu einlädt, einen Laden zu betreten.

Im Internet ist das nächste Angebot immer nur einen Mausklick entfernt. Ihnen bleiben deshalb nur wenige Sekunden, um den Besucher auf Ihrer Seite zu halten. Findet er nicht ohne Umwege, wonach er sucht, wird er Ihre Seite wieder verlassen.

Sprechen Sie die Wünsche und Bedürfnisse Ihres Besuchers an und sagen Sie ihm, was Sie für ihn tun können. Beschreiben Sie kurz, welche Produkte oder Dienstleistungen Sie anbieten und verlinken Sie auf die entsprechenden Seiten, die Ihr Angebot ausführlich beschreiben.

Angebotspräsentation mit System

Die Startseite hat beim Besucher Interesse für Ihr Angebot geweckt. Er möchte nun Einzelheiten Ihres Angebotes kennenlernen.

Jetzt gilt es, die Seitenstruktur mit Inhalten zu füllen.

Der Zweck einer Website ist, den Besucher für Ihr Angebot zu interessieren und ihn zum Handeln aufzufordern.

Abhängig von Ihrem Angebot und Ihrer Branche können Sie den Besucher auffordern

- Ihr Ladengeschäft oder Restaurant zu besuchen
- eine Bestellung im Online-Shop zu tätigen
- ein Angebot telefonisch oder per E-Mail anzufordern
- eine Broschüre zu bestellen.

Was teilen Sie dem Besucher also mit, damit er sich für Ihr Angebot interessiert und der Aufforderung zu handeln folgt?

Jetzt ist der Zeitpunkt gekommen, den Besucher mit den Einzelheiten Ihres Waren- oder Dienstleistungsangebotes vertraut zu machen.

Denken Sie immer daran, dass der Besucher wissen möchte, was Sie für ihn tun können. Er möchte wissen, wie Ihr Angebot ihm helfen kann, ein Problem zu lösen oder eine Situation zu verbessern.

Strukturieren Sie die Beschreibung Ihres Angebotes so, dass der Leser möglichst direkt findet, wonach er sucht.

Marketing mit Informationen ... denn Wissen schafft Kundenvertrauen

So könnte zum Beispiel der oben erwähnte Elektro-Service sein Angebot zunächst nach

- Privathaushalten und
- Gewerbe und Industrie

unterteilen.

Die Kategorie „Privathaushalte“ wäre dann in der zweiten Ebene weiter zu unterteilen nach

- Installationen in Neu- und Bestandsbauten
- Wartung und Reparatur von Haushaltsgeräten
- Wartung und Installation von Alarmanlagen

usw.

Die Aufteilung in Ebenen erleichtert dem Besucher die Orientierung und lässt ihn schnell finden, wonach er sucht. Er kann sich so direkt über das Produkt oder die Dienstleistung, für die er sich interessiert, informieren. Ohne dass er sich die Mühe machen muss, lange Texte zu lesen.

Die einzelnen Seiten sollten so miteinander verlinkt werden, dass der Besucher sich schnell zurechtfindet. Eine Verlinkung zur Startseite und von der tieferen zur höheren Ebene sollte immer erfolgen, damit der Besucher nicht in einer Sackgasse landet.

Neben der Präsentation Ihres Angebotes sind weitere Kategorien zu berücksichtigen:

Downloads

Je nach Branche empfiehlt es sich, dem Besucher Informationen anzubieten, die er ausdrucken oder auf seiner Festplatte speichern kann.

Sie sparen so Kosten für den Druck und Versand von Broschüren.

Und der Besucher hat die gewünschten Informationen sofort zur Verfügung.

Presse

Jedes Unternehmen, das Pressearbeit betreibt, sollte auf seiner Website eine eigene Kategorie für Presseinformationen vorsehen.

Hier haben Journalisten die Möglichkeit, Pressemitteilungen und weiteres Material wie Fotos und Berichte herunterzuladen.

Kontakt

Dem Besucher, der sich mit Ihrem Angebot beschäftigt hat, sollten Sie es so einfach wie möglich machen, Kontakt zu Ihnen aufzunehmen. Darum ist es so sinnvoll, eine eigene Seite mit sämtlichen Kontaktdaten anzulegen. Hier sollten sämtliche Ansprechpartner im Unternehmen mit Telefonnummer und E-Mail-Adresse aufgeführt werden. Ein Foto der Ansprechpartner schafft Vertrauen beim Besucher und lässt eine Seite persönlicher wirken.

Ein Kontaktformular sollte zusätzlich integriert werden. Der Besucher kann seine Frage oder seinen Wunsch hier gleich eingeben und spart sich so den zusätzlichen Schritt über sein eigenes E-Mail-Programm.

Marketing mit Informationen ... denn Wissen schafft Kundenvertrauen

Anfahrtbeschreibung

Immer dann, wenn der Kunde zum Unternehmen kommt, zB bei einem Restaurant oder einem Ladengeschäft, ist eine Anfahrtbeschreibung sinnvoll. Die Erklärung sollte sowohl für die Anfahrt mit dem PKW wie auch mit öffentlichen Verkehrsmitteln vorliegen.

Eine Version zum Ausdrucken ist immer zu empfehlen.

Impressum

Das Impressum enthält die Pflichtangaben nach Telemediengesetz und Rundfunkstaatsvertrag. Hier sind u.a. Name und Anschrift, Telefonnummer sowie eine E-Mail-Adresse des Webseitenbetreibers zu hinterlegen. Diese Aufzählung ist nicht abschliessend. Für bestimmte Berufsgruppen können weitere Angaben, wie zB die zuständige Aufsichtsbehörde, zu den Pflichtangaben gehören. (Hinweis: Dieser Report ist keine Rechtsberatung. Er kann eine anwaltliche Beratung nicht ersetzen. Die Hinweise zum Impressum geben lediglich die Erfahrung der Autorin wieder.)

Warum gute Texte so wichtig sind

Wie wichtig gute Texte für den Erfolg einer Website sind, wird immer noch unterschätzt.

Ein Grund hierfür ist sicher, dass das Internet zunächst ein Medium für Techniker und Wissenschaftler war. Erst ab Mitte der 90er Jahre begann das World Wide Web, unsere Kommunikations- und Informationsgewohnheiten zu verändern.

Inhalte werden im Internet allein aufgrund von Text gefunden.

Keine Suchmaschine wertet Design und Grafik aus.

Auch Bilder sind für Suchmaschinen nur dann relevant, wenn eine Bildbeschreibung als Text hinterlegt ist.

Texte werden von Suchmaschinen systematisch nach Schlüsselwörtern durchsucht und ausgewertet. Damit hängt es allein vom Text ab, ob und unter welchen Begriffen eine Website über die Eingabe von Suchbegriffen von Interessenten gefunden wird.

Ein noch so aufwändiges Design wird Ihrer Website allein noch keinen Besucher bringen. Die eingestellten Texte auf die Bedürfnisse von Besuchern und von Suchmaschinen abzustimmen, ist eine anspruchsvolle Arbeit, die hierauf spezialisierten Textern überlassen werden sollte.

Von einem guten Texter dürfen Sie erwarten, dass er:

- Texte schreibt, die leicht und spannend zu lesen sind
- Texte in kurze Abschnitte unterteilt
- Texte verfasst, die sowohl den gründlichen Leser als auch den „Überflieger“ ansprechen
- Überschriften und Zwischenüberschriften findet
- Schlüsselwörter ermittelt und diese in Überschriften und Texten suchmaschinengerecht verwendet
- die Beschreibung des Seiteninhalts (die sog. Description Tags) für die Ergebnisseiten der Suchmaschinen verfasst.

Marketing mit Informationen ... denn Wissen schafft Kundenvertrauen

Ein guter Text spricht immer die Wünsche der Besucher an. Niemand will wissen, wie toll ein Unternehmen ist. Angeber mochten wir doch schon in der Schule nicht. Aber jeder will wissen, ob und wie das Angebot dieses Unternehmens

- ihm helfen kann, ein Problem zu lösen
- sein Leben angenehmer gestalten kann
- ihm Arbeit abnehmen kann
- ihm helfen kann, Zeit oder Geld zu sparen.

Es ist also gar nicht so leicht, die Balance zu finden zwischen den verschiedenen Lesegewohnheiten der Besucher und dazu den Anforderungen, die Suchmaschinen an den Text stellen.

Ein übertrieben aufwändiges Design schadet nicht nur Ihrem Budget. Es kann sogar den Erfolg Ihrer Website in Frage stellen.

Schliesslich wollen die Besucher Ihrer Website von Ihnen nicht unterhalten werden, sondern suchen gezielt nach Informationen. Je schneller und unkomplizierter sie diese finden, umso besser.

Achten Sie deshalb darauf, dass Ihre Seite zwar ansprechend, dabei aber einfach und funktional gestaltet ist.

Informationen sind „das pure Gold im Internet“ (Joe Vitale). Überzeugen Sie Ihre Besucher mit Informationen. Mit typischen Verkäufersprüchen werden Sie dagegen keinen Erfolg haben.

Die knappste Ressource Ihrer Besucher heisst Aufmerksamkeit. Die Aufmerksamkeitsspanne wird immer kürzer, je mehr wir mit Informationen überschüttet werden. Dies ist mit ein Grund, warum Texte mittels Zwischenüberschriften in kurze Abschnitte unterteilt werden sollten. Diese Zwischenüberschriften helfen auch dem scannenden Leser, den Inhalt des Textes schnell zu erfassen.

Es gibt also gute Gründe, Ihr Budget auch in gute Texte statt ausschliesslich in teures Design zu investieren:

- Texte im Internet werden gelesen
- Besucher Ihrer Seite sind auf der Suche nach Informationen
- Texte werden auch von Suchmaschinen ausgewertet
- Texte führen den Besucher durch Ihr Angebot bis zum Kauf.

Marketing mit Informationen ... denn Wissen schafft Kundenvertrauen

Warum eine Website eine lohnende Investition ist

Eine Website, die

- attraktiv und informativ für Besucher und
- suchmaschinenfreundlich ist,

ist eine Investition, die das Gesicht des Unternehmens über Jahre mit prägen wird.

Darum gehört die Realisierung Ihres Internetauftrittes auch in die Hand von Profis.

Dies betrifft das Webdesign wie die Erstellung der Texte.

Eine Investition ist aus betriebswirtschaftlicher Sicht der Einsatz von Kapital mit dem Ziel, Gewinn zu erzielen.

Dies gilt ohne Einschränkungen auch für die Website des Unternehmens.

Doch wie kann eine Website zum Gewinn eines Unternehmens beitragen?

- Mit einer geschickten Auswahl von Schlüsselwörtern lassen Sie sich von Kunden finden. Und sparen so Kosten für die Neukundengewinnung.
- Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften bringen hohe Streuverluste mit sich. Online-Werbung lässt sich sehr viel gezielter steuern und spart damit Kosten.
- Bieten Sie Prospekte, Broschüren und Datenblätter auf Ihrer Website zum Herunterladen an. Dies spart Druck- und Portokosten sowie Arbeitszeit, die für den Versand der Unterlagen anfallen würden.
- Wie oft werden Ihnen am Telefon die immer wieder gleichen Fragen gestellt? Beantworten Sie die häufigsten Fragen von Kunden und Interessenten gleich auf Ihrer Website und sparen Sie so Zeit und Personalkosten für die telefonische Beantwortung solcher Fragen.

Erfahren Sie mehr

Dieser Report kann ein so umfangreiches Thema natürlich nur sehr oberflächlich behandeln. Wenn Sie Hilfe benötigen bei der Erstellung Ihrer Website wenden Sie sich gerne an Susanne Melles.

Das dürfen Sie erwarten:

- Zu Beginn jeder Zusammenarbeit steht ein ausführliches Gespräch über die Ziele, die Sie mit Ihrer Website verfolgen. Aufbau und Navigation der Website werden in enger Abstimmung mit Ihnen festgelegt.
- Der Blick über den Website-Rand gehört für Susanne Melles dazu. Ihre Website wird immer im Zusammenhang mit Ihren anderen Werbemitteln und dem Erscheinungsbild Ihres Unternehmens betrachtet.
- Sie haben nur einen Ansprechpartner. Von der Anmeldung der Domain bis zur fertigen Webpräsenz.
- Ein erfahrener Webdesigner wird gerne vermittelt.
- Die Texte auf Ihrer Website sprechen Ihre Besucher an und berücksichtigen dabei auch die Anforderungen von Suchmaschinen.

Marketing mit Informationen ... denn Wissen schafft Kundenvertrauen

- Auf Wunsch wird die laufende Betreuung der Website gerne übernommen.
- Sie bekommen ein Angebot mit Festpreisen und haben somit eine sichere Kalkulationsgrundlage.

Rufen Sie gerne an oder kontaktieren Sie Susanne Melles per E-Mail und fordern Sie ein unverbindliches Angebot an.

Über die Autorin

Susanne Melles arbeitet als selbständige Werbetexterin für Selbständige, Freiberufler sowie kleine und mittlere Unternehmen. Auch wer gerade in die Selbständigkeit startet, ist bei ihr willkommen.

Schwerpunkte ihrer Tätigkeit sind

- Texte für Broschüren und Flyer
- Texte für White Papers und Reports
- Texte für Webseiten und Landing Pages.

Ihr Slogan lautet „**Marketing mit Informationen ... denn Wissen schafft Kundenvertrauen**“. Dahinter steckt die Überzeugung, dass Kunden mehr wollen als Werbesprüche. Kunden wollen sicher sein, dass der Anbieter sein Handwerk versteht. Texte, die Kunden informieren, fallen auf. Und wer Kunden wertvolle Informationen gibt, bekommt dafür ihr Vertrauen.

Marketing mit Informationen ... denn Wissen schafft Kundenvertrauen

© Susanne Melles • Im Kühstiefel 19 • D-56653 Wehr • Tel (0049)2636 5295000
mail to: susanne@melles.biz • <http://susannemelles.typepad.com>