

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: Adalberto_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.

➤ die betriebsinternen Aufgaben und Abläufe arbeiten Projektverantwortliche entspannter, und der Betrieb muß häufig weniger Ressourcen aufwenden. Wie ein digitaler Assistent hilft das Programm mit seinen Algorithmen unter anderem dabei, Prioritäten zu setzen, die Prozesse klar zu definieren und ein hohes Maß an Genauigkeit bei der Datenerfassung zu erreichen. Solche Systeme benötigen im Vorfeld jedoch oft den Aufbau einer dazugehörigen Datenbank, um die gesammelten Informationen vernünftig auswerten zu können. Daher sollten sich Unternehmen schon bald mit dem Thema beschäftigen, wenn sie den Anschluß an die Digitalisierung nicht verlieren wollen. ☒

Noch Fragen?

www.semantic-applications.de

Semantic Applications

Als Spezialist für semantische Technologien und kompetenter Ansprechpartner für die Realisierung von Softwareprodukten agiert die 2011 gegründete Semantic Applications GmbH & Co. KG von den Standorten Fulda und Našice (Kroatien). Neben IT-Dienstleistungen und Open Source Consulting bietet das Unternehmen auch eigene Software aus dem Bereich des semantischen Web an. Mit dem Resource Manager hat Semantic Applications zudem eine eigene Lösung für das interne Personalmanagement kleiner und mittelständischer Unternehmen auf den Markt gebracht. Die ganzheitliche Software läßt sich flexibel auf Bedürfnisse zuschneiden und thematisiert zum Beispiel Zeiterfassung oder direkte Rechnungserstellung.

RATGEBER ONLINE:

Das Geheimnis erfolgreicher Webseiten (Teil 2)



Was macht einen inhaltlich gelungenen Onlineauftritt aus? Warum spricht nicht jede Präsentation den potentiellen Kunden an? Und welche einfachen Möglichkeiten haben Sie selbst, um Ihre Webseite zum Erfolg zu führen? | VON THOMAS STAUFENBIEL

Das Internet ist ein schnelles Medium und in seiner Art dafür geeignet, über kurze Wege Informationen zu erhalten.

Genau dies wird oft vergessen. Stattdessen werden Mengen an Randinformation weitergegeben, die auf den ersten Blick überfordern. Wer liest schon gerne lange Texte. Das Gegenstück dazu sind teilweise komplett fehlende Textbausteine, die den Besucher enttäuscht zurücklassen. Solche Präsentationen werden mit Sicherheit schnell wieder weggeklickt. Geben Sie also dem Besucher Ihrer Seiten die Chance, schnell und unkompliziert die Informationen zu finden, die einerseits für ihn wichtig und andererseits für Sie relevant sind. Ein Hauptaugenmerk sollte auf den Möglichkeiten der Kontaktaufnahme zu Ihnen liegen. Machen Sie es den Besuchern so einfach wie möglich, Telefon und Mailadressen zu finden. Es ist zudem empfehlenswert, auf der Kontaktseite sympathische Fotos der Ansprechpartner zu hinterlegen. Damit schlagen Sie eine Brücke von der anonymen hin zur persönlichen Kontaktaufnahme. Ein weiterer Stolperstein sind Online-Fotobibliotheken. Grundsätzlich ist dagegen nichts einzuwenden, jedoch ist solches Material leicht zu erkennen und Ihr Unternehmen damit weit von echter Individualität entfernt. Recherchieren Sie gerne selbst, wie oft gekaufte Bilder auf verschiedenen Webseiten wiederzufinden sind.

Bild: AdobeStock_115138781

Sprechen Sie über die Inhalte Ihrer Webseite eine möglichst breite Masse an.

Eine Website ist nicht für ihren Betreiber, sondern für den Besucher gedacht. Dieser Punkt wird oftmals komplett vergessen. Grundsätzlich ist das klar, denn sonst bräuchte niemand das World Wide Web, ein Intranet im Unternehmen würde genügen. Doch wer sind denn nun diese Webseitenbesucher? Es sind Menschen wie du und ich. Geschäftsführer, Vertreter, Marketingleiter, Interessenten, Handwerker, Verkäufer, Beamte, Banker, potentielle Kunden ... Fazit, es sind Menschen, die unterschiedlicher nicht sein könnten. Und sie wollen alle auf ihre Art abgeholt werden. Richtig, man kann es nicht jedem rechtmachen. Sie können jedoch allein über die fein abgestimmten Inhalte Ihrer Präsentation eine breite Masse ansprechen.

Jeder Mensch ist einzigartig, und so wäre es unsinnig, nur einen Ansatz zu wählen. Sie nutzen ja auch verschiedene Medien, um Ihr Unternehmen in der Öffentlichkeit zu präsentieren. Beginnend beim Printdesign, also Visitenkarten, Broschüren etc., über Social Media, wie bspw. Facebook und LinkedIn. Dann natürlich die Webseite bis hin zu Messeauftritten. Durch diese Streuung erreichen Sie einen großen Bekanntheitsgrad. Ähnlich verhält es sich auf den einzelnen Medien

selbst. Nur daß sie jetzt nicht verschiedene Vertriebskanäle wählen, sondern das Wissen um die unterschiedlichen Persönlichkeitstypen nutzen.

Profitieren Sie von den Kenntnissen aus verschiedenen Persönlichkeitsmodellen, um Ihre Webseite für die unterschiedlichsten Benutzer interessant zu gestalten.

Auf eine Webseite gemünzt würde das bspw. folgendes bedeuten: Für die introvertierten Zahlen/Fakten-Menschen stellen Sie konkrete Angebote oder Daten zur Verfügung. Halten Sie hier speziell auch das Impressum und die Datenschutzseite aktuell. Rechtsanwälte können auch zu dieser Gruppe zählen. Die dominanten, extrovertierten Typen benötigen kurze Wege zu den wichtigen Informationen und dort prägnante Sätze ohne große



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)

Ausschweifungen. Sie sind bspw. in der Geschäftsführung zu finden und haben kaum Zeit. Die extrovertierten Kommunikativen wollen Spaß daran haben, Ihre Website zu durchforsten und zugleich begeistert werden. Sie fangen diese Menschen mit interessantem Bildmaterial und außergewöhnlichen, aber kurzen Storys ein. Menschen dieses Typs finden Sie im Bereich Marketing, Verkauf oder Vertrieb. Last but not least die introvertierten, emotionalen Menschen. Sie suchen nach einem angenehmen Umfeld und Harmonie.

Auch dies können Sie durch Bildmaterial und homogene Farb- und Formgestaltung erreichen. Zitate und gute Bewertungen Ihres Unternehmens tun ihr Übriges. Dies ist ein unglaublich großes und doch elementar

wichtiges Spielfeld, das unter anderem in keinem Vertriebsstraining fehlt.

Bringen Sie Leben in Ihre Webseiten.

Sie haben jetzt bereits einige Anregungen an die Hand bekommen, auf Grundlage derer Sie sich Ihre bestehende oder in Konzeption befindliche Webpräsentation noch einmal anschauen und diese überarbeiten können. Ein letzter Hinweis noch: Webseiten sind zu keinem Zeitpunkt in Stein gemeißelt. Sie sollten ständig von Leben erfüllt, erweitert und angepaßt werden. Nichts ist schlimmer, als wenn ein interessierter Besucher im Abstand mehrerer Wochen immer dasselbe Ergebnis sieht und im Worst-Case-Szenario die News des letzten Jahres präsentiert bekommt. In diesem Sinne wünsche ich Ihnen weiterhin viel Erfolg und gutes Gelingen. ☑

Den 1. Teil finden Sie online unter: https://www.handwerke.de/pdf/Digi_Webseiten1.pdf

Anzeige

efa:ON

Fachmesse für Elektro-,
Gebäude- und Lichttechnik

12.–14.9.2023

**LEIPZIGER
MESSE**

**Jetzt online
Ticket kaufen!**

Endlich wieder auf ON!

Das Comeback der mitteldeutschen Power-Plattform

www.efa-messe.com



Energiegeladenes Messeduo

netze:ON

Fachmesse für Energietechnik,
Verteil- und Breitbandnetze