

WERBEBERATER

Ihre ganz persönliche Webseite

9 Tipps wie Sie als KMU mit Ihrer Webseite
mehr Erfolg und Wirkung erzielen



M&W

MARKETING & WERBUNG

www.mweging.de

INHALT

I. Rechtliche Hinweise	3
II. Vorwort	4
1. Tipp	5
2. Tipp	6
3. Tipp	7
4. Tipp	8
5. Tipp	9
6. Tipp	10
7. Tipp	11
8. Tipp	12
9. Tipp	13
III. Schlusswort	14

I. RECHTLICHE HINWEISE

Das Copyright zu diesem Ebook liegt bei M&W Marketing und Werbung GmbH.

Alle Rechte vorbehalten. Dieses Ebook darf, auch nicht auszugsweise, nicht ohne schriftliche Genehmigung durch den Autor Bernhard Wimmer kopiert werden.

II. VORWORT

Seit über 20 Jahren sind wir für Kleinbetriebe und den Mittelstand Partner in Sachen Marketing und Werbung. Dabei war und ist uns wichtig, die Entwicklungen moderner Kommunikation unseren Kunden zur Verfügung zu stellen, doch dabei immer die Belange und Erfordernisse der Zielgruppen und Zielmärkte zu berücksichtigen.

In unserer Region Ostbayern treffe ich bei meinen Besuchen in den Firmen vor Ort oft auf die Frage, wie wichtig denn das Internet, d.h. Soziale Netzwerke und eine eigene Webseite für den Erfolg der Firma sind. Viele, vor allem handwerkliche Betriebe, sehen hier keinen Bedarf bei sich. Die Folge: um zumindest dabei zu sein, wird mit einfachsten Mitteln und möglichst geringen Kosten eine Homepage erstellt, die dann leider in Design und Inhalt dem Unternehmen eher schadet als weiterhilft.

Für alle Inhaber und Geschäftsführer, die neben ihrer Arbeit die Entwicklung ihres Internetauftritts vorantreiben und verbessern wollen, soll dieser kleine Ratgeber Inspiration sein. Hier nun die Tipps, was eine Webseite zu einer erfolgreichen Webseite macht.

1. TIPP

Was unterscheidet eine gute von einer schlechten Webseite?

Dazu hier einige grundsätzliche Merkmale, die wir uns im Folgenden kurz anschauen. Sehen Sie diese Punkte als Selbstprüfung für sich und werfen Sie zu jedem Merkmal einen prüfenden Blick auf Ihre Homepage. Dabei kann die Gewichtung der Punkte durchaus unterschiedlich sein, je nachdem, ob Ihre Seite in erster Linie verkaufen oder informieren soll. Im besten Fall tut sie beides!

Worauf kommt es also an:

- Analyse: treffe ich mit meiner Webseite die Nachfrage meiner Zielgruppe(n)?
- Passt mein Domainname, um gefunden zu werden?
- Macht meine Webseite eine gute Figur, passt sie zu mir?
- Was muss inhaltlich rein in eine gute Webseite?
- Wie wichtig ist Suchmaschinenoptimierung und Google Adwords?
- Wie kann ich überhaupt mit meiner Webseite richtig Geld verdienen?
- Brauche ich Facebook, Xing, YouTube etc.?
- Was darf die Erstellung einer guten Webseite denn so kosten?

2. TIPP

Analyse: treffe ich mit meiner Webseite die Nachfrage meiner Zielgruppe(n)?

Ihr Unternehmen, ob alteingesessen oder erst gegründet, hat eine definierte Ausrichtung. Sie wollen ein bestimmtes Produkt oder eine Dienstleistung verkaufen, mit denen Sie Bedürfnisse einer Kundengruppe und deren Problemstellungen lösen. Übertragen auf das Internet bedeutet das, dass Sie überlegen müssen, wie hoch ist die Nachfrage bei Google nach meinem Angebot und wo liegen demnach meine besten Absatzchancen? Wenn Sie das wissen können Sie Ihr Angebot schwerpunktmäßig strukturieren und auf Ihrer Webseite hervorheben. Es zählt also was der Kunde sucht und will und nicht was Sie vielleicht gerade am Liebsten verkaufen würden. (Über den „Google Keyword Planer“ können Sie zum Beispiel ermitteln, wie hoch die Suchnachfragen zu bestimmten Themen sind oder Sie wenden sich an einen SEO-Fachmann.)



3. TIPP

Passt mein Domainname, um gefunden zu werden?

Wenn Sie über einen bekannten Markennamen verfügen oder eine Marktnische besetzen, können Sie diese Frage im Grunde ignorieren. Doch als regionales Unternehmen, das mit vielen anderen im Wettbewerb steht, sollten Sie sich mit dieser Frage beschäftigen.

Sucht jemand in den gelben Seiten einen Schreiner im Raum Passau, will er konkret Kontakt aufnehmen. Sucht derselbe im Internet danach will er in der Regel erst mal Informationen. Um schnell gefunden zu werden, ist der Domainname von großer Bedeutung bei Google. Zwei Vorschläge: Sie können Ihre Branche mit Ihrem Ort kombinieren (www.schreinerei-passau.de) oder ein gefragte Leistung verwenden und mit Ihrem Namen/Ort kombinieren (www.biomöbel-mustername.de). Auch mehrere Domains können Sie für sich registrieren und auf Ihre Hauptdomain umleiten. Wenn Sie sich damit nicht befassen wollen, wenden Sie sich an einen Werbedienstleister mit Internetkompetenz, der Ihnen in kurzer Zeit und zu geringen Kosten die Registrierung erledigt und Ihre Webseite verlinkt.

www.meinedomain.de

4. TIPP

Macht meine Webseite eine gute Figur, passt sie zu mir?

Zuerst frage ich bei einem Webseitenprojekt unsere Kunden, welchen Eindruck denn der Besucher der Webseite haben soll? Wie möchte der Kunde gern gesehen werden? Als individueller Problemlöser mit großer Kundennähe, als Allrounder mit Full Service Philosophie, als designorientierter Premiumanbieter...? Ist er zum Beispiel als Schreiner besonders auf die Anfertigung exklusiver Interiorslösungen wie Hotellobbies oder Wellnessbereiche ausgerichtet, muss das die Gestaltung der Webseite natürlich widerspiegeln.

Es geht nicht darum einen Schönheitspreis zu gewinnen. Im Mittelpunkt steht, dass man Ihrer Seite ansehen muss, dass sie modern, klar und übersichtlich aufgebaut ist. Mit schneller Navigation, eindeutigen Headlines und Handlungsaufforderungen, schönen Bildern und Grafiken. Packen Sie aber nicht zu viel rein. Oft traurige Realität: man erkennt schon auf den ersten Blick, dass die Webseite vor vielen Jahren erstellt wurde und seitdem sich darauf nichts mehr getan hat. Folge: der Besucher wird sofort wieder die Seite verlassen und ein anderes Unternehmen anklicken, das mehr Vertrauen und Kompetenz ausstrahlt.

Übrigens: Für die Programmierung wird WordPress immer beliebter, da dieses Content Management System viele Vorteile in Punkto Benutzerfreundlichkeit, ständiger Weiterentwicklung, vielen Plugins, etc. verbindet.



5. TIPP

Was muss inhaltlich rein in eine gute Webseite?

Ich werde oft gefragt „Soll ich als Inhaber bzw. soll das Team zu sehen sein?“ Grundsätzlich: Menschen interessieren sich für Gesichter, und wenn Sie auf der Webseite die Ansprechpartner sehen, wird die Sache persönlicher. Die Team-Seite zählt zu den am meisten angeklickten Seiten. Also nur zu, aber bitte professionell und ansprechend, kein düsterer Schnappschuss oder verwackeltes Selfie. Das können Sie auf Facebook machen.

Was aber unbedingt sein muss: aktueller Inhalt – Content, Content und noch mal Content, wie es so schön in Fachkreisen heißt. Geben Sie Ihren Besuchern hochwertige Informationen, kostenlose Downloads, ein Video, klare Empfehlungen, Sicherheiten, Garantien alles was zum Vertrauensaufbau dienlich ist. Dazu gehören Kundenstimmen und Referenzen. Zeigen Sie gleich auf der Startseite, wie positiv über Sie geredet wird. Sie können passende Texte vorbereiten und Ihren Kunden zur Freigabe mailen. Das funktioniert bestens, denn Ihr Kunde muss sich nicht selber was überlegen und kann Ihnen mit einem Klick etwas Gutes tun. Vergessen Sie nicht, leichte Kontaktmöglichkeiten anzubieten. Eine gut zu sehende Telefonnummer, ein vorgefertigtes Kontaktformular, ein „Gefällt mir“ Facebook-Button, ein Link die Seite weiterzuempfehlen,... all das wird helfen. Helfen, dass Ihr Besucher von der reinen Information den nächsten Schritt geht - Sie zu kontaktieren.

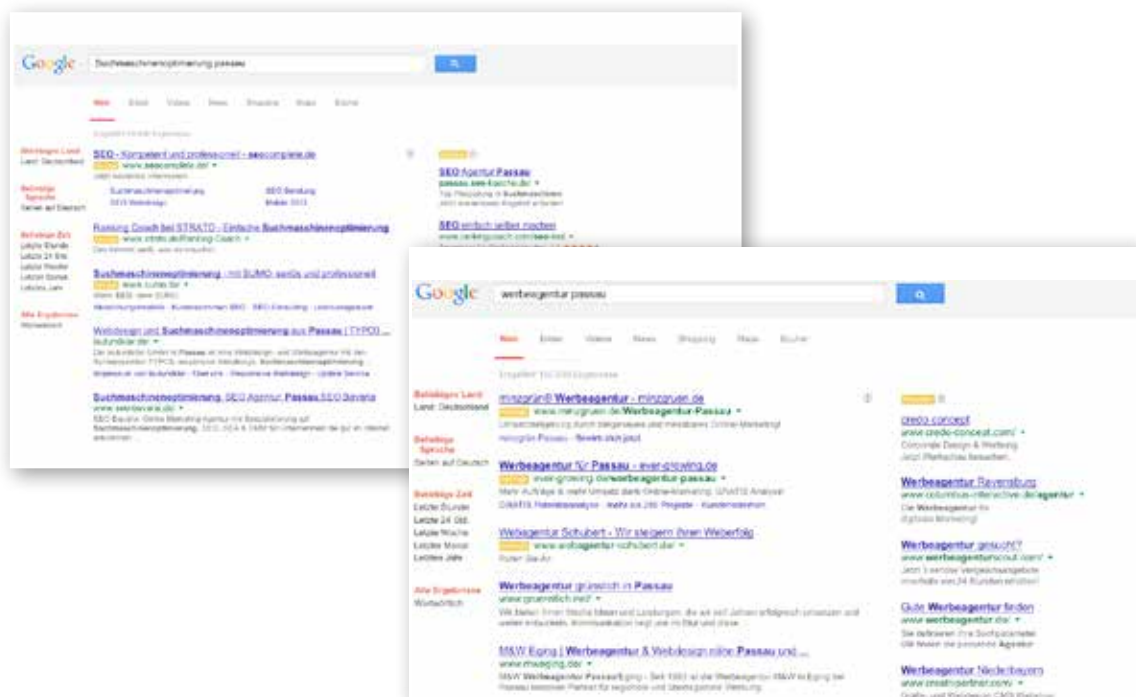
Daher auch ganz wichtig: sammeln Sie Emailadressen. Ein paar Adressen bringt Ihnen natürlich noch nicht viel, doch wenn Sie einmal über hunderte oder tausende Emailadressen verfügen, dann haben Sie eine automatische Verkaufsmaschine in Ihrem System bei null Kosten. Doch dazu kommen wir noch bei Tipp 7.

6. TIPP

Wie wichtig ist Suchmaschinenoptimierung und Google Adwords?

Hier ein paar nackte Zahlen: ca. 90% der bei Google Suchenden klicken bei der organischen Suche auf ein Ergebnis der ersten Seite. Der Fokus liegt auf den ersten drei Plätzen. 45% entscheiden sich gleich für den 1. Platz. Was das für Sie heißt? Wenn Sie nicht auf der ersten Seite unter den Suchergebnissen auftauchen, haben Sie schon verloren. Wenn Sie nun ein Nischenanbieter sind, kaum Wettbewerb besteht, dann ist das kein Problem. Dann werden Sie auf der ersten Seite auftauchen. Nur das trifft auf die wenigsten zu. Also brauchen Sie SEO und Google Adwords, um da vorn zu sein und zu bleiben. Das mag einige Monate dauern und wird Geld kosten, aber das ist es definitiv wert. Es gibt zu diesem Thema so manche Unklarheiten, wenn es um Onpage- und Offpage-Optimierung wie Linkbuilding geht. Lassen Sie sich dazu einfach mal beraten.

Oberste Regel: achten Sie auf regelmäßigen aktuellen Content auf Ihrer Seite. Damit betreiben Sie selber schon aktiv SEO.



7. TIPP

Wie kann ich mit meiner Webseite richtig Geld verdienen?

Kurz gesagt, indem Sie alles tun, um viele Besucher auf Ihre Seite zu lenken, für diese interessanten Content bieten, den Dialog eröffnen und schließlich Angebote machen, die sie nicht ausschlagen können. Eine andere Chance besteht darin, Kooperationspartner zu suchen, die bei Ihnen und Sie bei denen Werbung machen, mit denen Sie Emaillisten gemeinsam nutzen etc. Und damit kommen wir zum Umsatzbringer schlechthin: eine umfangreiche Emailliste aus Interessenten und Kunden. Die aufzubauen mag natürlich dauern, aber genau dazu können Sie Ihre Webseite ideal nutzen. Denn dazu haben Sie doch eine Webseite. Zum Verkaufen und dazu gehört auch, wenn Sie direkt einen Shop betreiben, das Sammeln der Email Adressen Ihrer Besucher. Denn diese Adressen sind Ihr Kapital. Sie werden unabhängig von teuren Anzeigenschaltungen und anderen Werbekanälen, die weit streuen und viele Leute erreichen, die sich für Ihr Angebot nicht interessieren. Man sagt, dass eine Email-Adresse im Schnitt pro Monat einen Umsatz von € 1,- einbringt. Eine Möglichkeit, Adressen über Ihre Webseite zu generieren sind Downloads gegen Registrierung per Emailadresse. Dann müssen Sie sich natürlich eine Strategie einfallen lassen, um mit diesen Adressen sinnvoll und zielgerichtet umzugehen. Und Ihr Umsatz wird sich von Jahr zu Jahr erhöhen.

1000 Emailadressen x 1 € = 1000 € Umsatz/Monat

8. TIPP

Brauche ich Facebook, Xing, YouTube etc.?

Denken Sie an Tipp 7. Wenn Ihre Webseite für Sie arbeiten und Geld verdienen soll, dann muss sie gefunden und möglichst oft besucht werden. Es gibt wichtige Quellen, die Ihrer Webseite Besucher bringen. Das sind neben der schon erwähnten SEO und Google Adwords die Sozialen Medien wie Facebook und You-Tube. Im b2b Bereich bietet sich Xing an. Und um Google und seine Möglichkeiten voll ausschöpfen zu können, brauchen Sie am besten einen Google+ Account. Allein ca. 25 Millionen Internetnutzer haben in Deutschland einen Facebook-Account. Doch eine eigene Facebook Unternehmensseite lebt nur dann und führt zu vielen „Freunden“, wenn sich darauf was tut, Sie Gruppen gründen, Veranstaltungen posten u.v.m. Ob das bei Ihnen Sinn macht? Denken Sie an Punkt 1, Ihrer Marktanalyse. Auch ein eigener VideoChannel bei YouTube oder ein interessanter Blog kann geradezu sensationelle Ergebnisse an Kontakten einbringen.

Noch mal. Es geht dabei um Menschen, die zu Ihnen kommen sollen, weil Sie für sie relevant sind. Also nicht Sie laufen ständig möglichen Kunden hinterher, sondern die kommen zu Ihnen.



Was darf die Erstellung einer guten Webseite denn so kosten?

Gleich vorweg. Weniger als Sie vielleicht denken. Wie immer kommt es natürlich auf die Anforderungen an die Seite an. Doch wenn Ihnen ein Kollege erzählt, seine Homepage habe mehrere tausend Euro gekostet, dann können Sie ruhig etwas skeptisch nachfragen, was denn so das Besondere an seiner Webseite ist.

Eine gut gemachte Webseite mit allen bisher besprochenen Merkmalen sollten Sie bei einem Dienstleister mit fairer Preisgestaltung für 1000 bis 2000 Euro bekommen können. Damit haben Sie eine ansprechende Startseite, einige Unterseiten mit Darstellung Ihrer Leistung, Ihres Unternehmens und Teams sowie Kontaktmenü und ein rechtlich einwandfreies Impressum. Und das ist für viele Kleinbetriebe absolut ausreichend und bestens geeignet. Suchen Sie doch einfach mal im Internet bei Google nach Anbietern in Ihrer Region und fragen Sie an. Ein gute Agentur wird sich als erstes nach Ihren Anforderungen an die neue Seite erkundigen, um dann den Kostenrahmen aufzustellen. Die Programmierungskosten sind dann vom entsprechenden Zeitaufwand abhängig. Verzichten Sie auf allzu marktschreierische Komplettangebote im Standardbaukastensystem.

Sie wollen doch eine Webseite, die zu Ihnen passt und die sich für Sie auszahlt.

III. SCHLUSSWORT

Nun haben Sie sicher die eine oder andere Anregung für Ihre Internetplanung in diesem kleinen Ratgeber für Ihre Werbepraxis gefunden. Wir werden weitere Ratgeber erstellen, die Sie auf unserer Webseite www.mweging.de zum Download finden. Wenn Sie uns Ihre Email-Adresse geben, werden wir Sie gerne zu den interessantesten Themen aus der Welt des Marketings auf dem Laufenden halten.

Ich wünsche ihnen nun von Herzen alles Gute. Viel Erfolg bei Ihrer Werbeplanung.



Herzlichst



Bernhard Wimmer