

DER WEB-INFORMANT //

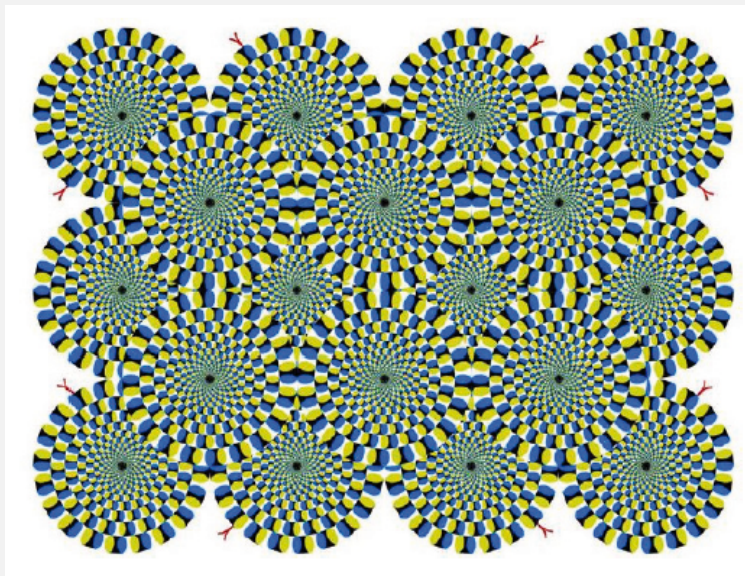
Folge 2: Web-Strategie: So erobern Sie Kundenherzen im Web

Dieses Phänomen kennen Sie auch: Dreht sich da etwas, oder nicht?

Unser Denkkapazität kann solchen Aufforderungen zum Hinschauen nicht widerstehen, denn dazu wurde er geschaffen.

Gleiches gilt für Emotionen: Gefühle entstehen ohne unser Zutun, teils auch unbewusst.

Diese beiden Fakten nutzen wir für eine **involvierende Web-Strategie**, damit Kunden sich an Sie erinnern und sich mit Ihnen beschäftigen.



Was können Sie tun, damit Besucher Ihres Internetauftritts sich bei Ihnen wohlfühlen und anfangen, sich mit Ihrem Produkt zu beschäftigen? Eine konsequente Web-Strategie erstellen und umsetzen!

Ihr Internetauftritt muss überraschen und gleichzeitig effizient navigierbar sein. Er sollte mit Insider-Wissen und Dialog-Angeboten punkten, um Kunden zu Partnern zu machen, die Ihrem Unternehmen vertrauen. Die wichtigsten Regeln haben wir für Sie in fünf Grundsätzen zusammengefasst:

5 Regeln für eine konsequente Web-Strategie, die Kunden begeistert

1. Inhalte, Inhalte, Inhalte!

Interessenten und Kunden kommen aus einem einzigen Grund auf Ihre Webseite: Sie suchen Informationen. Also ist Ihr Ziel, diese Suche mit kompetenten Inhalten zu befriedigen: Texte, Grafiken und interaktive Anwendungen helfen, Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung von allen Seiten zu beleuchten. Der Vorteil, wenn Sie eine Auswahl an unterschiedlichen Medien bereitstellen, liegt auf der Hand: Jeder Kunde erhält Wissen entsprechend seiner Präferenzen.

Typischerweise geben Sie Informationen in wohldosierten Häppchen: Überblicksartikel auf der Startseite, für tiefergehend Interessierte verlinken Sie auf Unterseiten oder bieten PDF-Dokumente an, die herunter geladen werden können.

Eine Fotodokumentation hilft Interessenten, sich Produkte oder Services besser vorstellen zu können. Verweisen Sie dann noch gut strukturiert auf weitere Angebote wie FAQs (häufige Fragen – (frequently asked questions), Blogs oder Filme, wird der Wissensdurst Ihrer potentiellen Kunden gestillt.

Je länger Interessenten sich mit Ihrem Unternehmen oder Ihren Produkten beschäftigen, desto besser für Sie, oder?

Übrigens: Wie die oben beschriebenen Maßnahmen positiv auf Ihr Ranking wirken und so zur Suchmaschinen-Optimierung beitragen, erfahren Sie im vierten WEB-INFORMANTEN.

2. Authentisch und einzigartig – im Geschäftsleben wie auch online

Was ist Ihre Unique Selling Proposition (USP), also Ihr Alleinstellungsmerkmal? Ist Ihr Unternehmen besonders kundenorientiert oder sind Ihre Mitarbeiter sehr kreativ, wenn es um Lösungen für Kunden geht? Oder sind Sie gar auf Ihrem Fachgebiet ein anerkannter Spezialist?

Dann stellen Sie diese Einzigartigkeit mit allen Mitteln auf Ihrer Webseite dar. Die Darstellung beginnt beim Design (Farbgebung, Formsprache, Lay-Out), setzt sich in den Inhalten und natürlich im Textstil fort und schließt die Bildsprache ein.

Welche Funktionen wollen Sie Ihren Kunden bieten, um Ihre Alleinstellung zu unterstreichen? Passen zu Ihnen und Ihrem Produkt kurzweilige Fachvideos, Konfigurations-Tools oder eine 24-Stunden-Hotline? Relevant ist nur, dass Sie Ihre Aussage auf allen Ebenen konsequent umsetzen.

Natürlich zeigen Sie von Ihrer besten Seite – ansprechende Bilder helfen Kunden dabei, sich den Genuss Ihrer Produkte oder die Vorteile Ihrer Dienstleistung vorzustellen. Aber bitte realistisch!

Seien Sie authentisch. Spiegeln Sie Ihren Geschäfts-Stil auf Ihrer Webseite. Bitte kein Mainstream-Design und Weichspüler-Sätze. Sympathisch und glaubhaft werden Sie durch klare Aussagen und eigenen Standards, die Sie im Marktplatz Internet aussprechen.

3. Emotionale Involvierung: Zeigen Sie Leidenschaft

Eine ästhetische Webseite versetzt Ihre Besucher in eine positive Grundstimmung. Gutes Design und Bilder, die Ihre Arbeit oder Produkte zeigen, ziehen Ihre Besucher in Ihren Bann.

Zielgruppengerechte Texte lassen Besucher merken, dass Sie bei Ihnen an der richtigen Stelle sind. Machen Sie es persönlich: Zeigen Sie Ihre menschliche Seite. Für welche Werte stehen Sie, wie setzen Sie diese im Unternehmen um? Wofür steht Ihre Firma? Was treibt Sie und Ihre Mitarbeiter an?

Zeigen Sie Ihre Leidenschaft - das begeistert auch Ihre Kunden.

4. Wo guckst Du? Dialog und Infotainment

Anspruchsvolle Kunden sind medienkritisch und fordern mehr als Einbahnstraßen-Kommunikation.

Persuasives Marketing ist passé, da es eine Hierarchie bzw. ein Informationsdefizit zwischen Ihrem Unternehmen und Ihren Kunden voraussetzt, die oft nicht mehr gegeben sind: Kunden sind spätestens seit dem Zeitalter des Internets sehr gut informiert. Sie sind internetaffin, web 2.0 begeistert. Kunden im 21. Jahrhundert sind keine Konsumverweigerer, verlangen aber Transparenz und Klarheit in der Ansprache.

Ihre Kunden möchten auf Augenhöhe mit Ihnen kommunizieren und Inhalte spannend aufbereitet wissen, um sich auf Ihr Unternehmen einzulassen.

Vermitteln Sie Wissen in fachkundigen spannenden Texten, ungewöhnlichen Bildern oder praxisrelevanten Anwendungsbeispielen. Geben Sie Ihren Kunden durch Blogs oder Kontaktformulare, die Möglichkeit, zu partizipieren, Fragen zu stellen und Feedback zu geben. Machen Sie Ihre Kunden zu Akteuren, nicht zu Zuschauern – so involvieren Sie.

5. Vernetzung im Netz: So klappt es mit den „Big Five“

Die Vernetzung mit anderen Medien ist immens wichtig, denn je präsenter Sie im Netz sind, desto höher stehen Sie im Ranking von Suchergebnissen und haben zusätzlich einfach mehr Optionen, Kunden zu treffen als nur auf der eigenen Webseite.

Daher sollten Sie die Klaviatur der „Big Five“ beherrschen – nicht in Afrika, sondern im Online Marketing? Es sind:

- 1. Suchmaschinen-Marketing:** Klassische Werbebanner sind out, Suchmaschinen-Werbung wie Google AdWords und Co. sind in. Weil es günstig ist, pro tatsächlichem Klick abgerechnet wird (pay-per-click) und zielgruppengenau geschaltet werden kann und vor allem, weil Kunden Ihre Werbung nur dann sehen, wenn sie sie auch sehen wollen: Im Suchmodus.
Die Begriffe Keyword Advertising, Search Engine Advertising (SEA) oder Paid Inclusion sind Synonyme für Suchmaschinenwerbung.
- 2. Soziale Netze:** Nutzen Sie XING, facebook LinkedIn oder ähnliche Social-Media-Plattformen, um sich dort als kompetenter Ansprechpartner zu präsentieren. Ein Profil anlegen und los geht's: Schreiben Sie in diesen Foren mit – geben Sie sich durch fundierte Beiträge als Fachmann oder Fachfrau zu erkennen, um auch auf diesem Wege eine Reputation aufzubauen.
- 3. Nachrichtendienste wie rss-feeds, twitter** und weitere spezialisierte Dienste helfen, Ihre News an den Kunden zu bringen. Sobald ein Kunde registriert ist, erhält er automatisch Ihre Neuigkeiten. Bevor Sie loslegen, braucht es eine Strategie: Was soll wann wie oft gepostet werden? Wie involviere ich potentielle Kunden – laden Sie Sie mithilfe von Wissenstipps, Give-Aways oder Spezialangeboten auf Ihre Webseite.
- 4. Einträge in Suchmaschinen und Kataloge:** Diese sind zumeist kostenlos und helfen, Ihre Webseite bekannter zu machen. Der Suchmaschinen-Eintrag bringt den sogenannten Crawler einer Suchmaschine dazu, Ihre Webseite zu besuchen und entsprechend zu indexieren; das heißt, sie in den Suchmaschinen-internen Index aufzunehmen, damit bei der nächsten Anfrage an die Suchmaschine auch Ihre Webseite bei den Ergebnissen auftaucht.
Kataloge helfen dann, wenn ein Kunde nach Themen und nicht nach Stichworten sucht – über den Katalog findet er Ihren Eintrag innerhalb eines logischen Themenfeldes.
- 5. Linktausch:** Linkpopularität und Ranking werden u.a. dadurch beeinflusst, dass wichtige Seiten einander referenzieren, also verlinkt sind. Dabei gilt: Je relevanter die andere Seite von einer Suchmaschine eingestuft ist, desto wertiger ist der „backlink“, also die Verlinkung auf Ihre Webseite. Suchen Sie sich also Kooperationspartner, Kunden, Lieferanten und thematisch verwandte Mitstreiter um Ihre Seite untereinander zu verlinken.
Schreiben Sie in Themen-verwandten Blogs und Co mit, um von dort auf Ihre Webseite zu verweisen.

CHARISMARCOM

Marketingkommunikation. Spürbar. Charismatisch.

Jetzt möchten Sie mehr wissen? Vereinbaren Sie ein unverbindliches Beratungsgespräch mit uns, um zu sehen, ob wir Sie bei Ihrer Web-Strategie und Umsetzung unterstützen können:

Agentur Charismarcom
Kirsten Meisinger
Konrad-Adenauer-Allee 25
86150 Augsburg

0821- 24 21 290
k.meisinger@charismarcom.de
www.charismarcom.de