

Firmen, die im Internet vertreten sind, sollten auf eine professionelle Gestaltung ihrer Homepage achten

Mit wenigen Schritten zum Erfolg im Internet

Während das Internet mit Web 2.0 bereits in neue Dimensionen der virtuellen (Mitmach-)Welt vorstößt, überlegen sich viele kleine und mittlere Unternehmen, ob sich eine Internetpräsenz überhaupt lohnt. Auch wenn es im Einzelfall Gründe geben mag, auf eine eigene Homepage zu verzichten, gilt grundsätzlich: Wer als Unternehmen mit einer eigenen Homepage im Internet vertreten ist, der sollte an seinen Online-Auftritt höchste Ansprüche stellen, damit sich der angestrebte Imagegewinn nicht ins Gegenteil verkehrt.

Auf den erste Blick sehen viele Homepages/Websites ganz gut aus. Aber der Schein trügt. Neben einem flotten Design sind vor allem zwei Dinge wichtig.

Erstens: Wird die Website von Google und Co. gut gefunden? Was nicht gefunden wird (ist bei unzähligen kleineren Unternehmen der Fall), kann aber auch nicht beachtet werden – besser auffindbare Wettbewerber machen das Rennen.

Zweitens: Der Homepage-Besucher ist enttäuscht, weil er nicht schnell und verständlich die Informationen benötigt, die er sucht. In beiden Fällen helfen keine tüpigen Flash-Animationen, sondern ein ausgefeiltes Informations-Konzept mit guter Navigation, suchmaschinengerechten Inhalten und ansprechenden Texten.

Text sells

Immer mehr Firmen wundern sich, dass ihr Webauftritt weniger bringt als erwartet. Der Grund: Ein optisch ansprechendes Design allein reicht nicht. Vielmehr sollte eine Website auf die Bedürfnisse der Suchmaschinen und ihrer Kunden zugeschnitten sein. Nur so wird sie von Ihren Kunden gefunden und Ihre Kunden klicken nicht gleich wieder weg.

Durch eine Text-Optimierung können Sie den Erfolg Ihrer Website um ein Vielfaches steigern. Und zwar relativ preisgünstig. Denn Textoptimie-

rungen lassen sich gut in Ihre Homepage einpflegen, ohne dass Ihr Internet-Auftritt ganz neu gestaltet werden muss.

Der Inhalt muss interessant sein und zum Weiterblättern animieren! Hierzu genügt kein flottes Website-Design, hier müssen alle Regeln der Werbe- und Texterkunst herangezogen werden. Selbstverständlich sollte alles auch kurz und knackig beim Homepage-Betrachter ankommen und zum Weiterklicken verführen.

So wie im Direktmarketing entscheiden auch bei einer Homepage die ersten Sätze darüber, ob Homepagebesucher Ihre Seiten weiter durchsehen oder enttäuscht wegklicken und nie wiederkehren. Sie sehen, eine werbe- und verkaufswirksame Gestaltung einer interessanten Website ist keine leichte Aufgabe. Dazu gehört mehr als eine fundierte Erfahrung im Webdesign. Auch wenn die Verlockung groß ist, „mal eben ein paar Sätze selbst einzutippen“, fahren Sie mit einem routinierten Werbeprofis am besten.

Nicht was Sie sagen wollen ist entscheidend, sondern was Ihr Website-Besucher wissen will und wissen soll!

Sie brauchen ein Kommunikationsziel

Vorüberlegungen sollten zunächst klären, was Sie mit Ihrer Homepage erreichen? Wollen Sie neue Stammkunden gewinnen? Wollen Sie „nur“ Produkte verkaufen? Wollen Sie Ihr Image untermauern? Wollen Sie die Kundenbindung erhöhen? Wen wollen Sie mit Ihrer Website erreichen? Und was soll Ihre Zielgruppe tun? Nur Lesen? Schnell zum Angebot klicken? Eine Anfrage starten? Möchten Sie Hunderte wagen Anfragen oder nur wenige Hochintensierte?

Zur Zielgruppe: Knapp daneben ist auch vorbell!

Kennen Sie die Wünsche und Bedürfnisse Ihrer Zielgruppe? Welchen Nutzen hat Ihr Angebot für Interessenten? Welche Vorteile bieten Sie Kunden? Warum sollen Homepagebesucher von



Surfen und Shoppen im Internet ist für Viele zu einem beliebten Freizeitvergnügen geworden. Wer nicht darauf achtet, dass seine Homepage klar strukturiert, informativ und einfach zu „Bedienen“ ist, hat im harten Wettbewerb kaum eine Chance.

der Startseite aus weiterklicken. Haben Sie die Inhalte und das Design Ihrer Homepage so aufbereitet, dass Ihre Website-Besucher auf Anhieb genau das finden, was sie suchen?

Sie sehen, es gibt zahlreiche Klippen, die es zu umschiffen gilt. Aber auch je Menge Chancen, Ihre Homepage zu optimieren. Für einen routinierten Werbetexter gehört die Lösung dieser Fragen zum täglichen Handwerk. Manchmal genügt schon das Umschreiben einzelner Passagen, so dass eine Verbesserung auch mit einem kleinem Budget zu erzielen ist.

Zählt sich Ihr Internet-Auftritt aus – oder kostet er nur?

Wenn Sie mit Ihrem Internetauftritt Geld verdienen wollen, brauchen Sie die richtigen Worte – Keywords! Entsprechend optimierte Firmen-Homepages generieren zahlreiche qualifizierte Besucher und damit ordentlich Umsatz. Das lässt sich auch für Ihre Firma machen.

In der Internet-Praxis sieht das so aus: Internet-Suchmaschinen (Google, Yahoo, T-Online, Web.de, Lycos ...) durchforsten ständig alle Internetseiten, die es gibt. Um die Seiten bestimmten „Suchwörtern“ bzw. Themen zuzuordnen zu können, suchen die Suchmaschinen nach Stichwörtern – den so genannten „Keywords“.

Früher genügte es, diese Stichworte in einem verborgenen Text (Meta-Text) anzugeben, um bei diesen Suchworten von der Suchmaschine ganz vorne aufgeführt zu werden. Heute reicht das nicht mehr, da Suchmaschinen Ihre Homepage-Texte lesen und daraus die wichtigsten Keywords herausfiltern. Es ist deshalb enorm wichtig, dass Ihre Homepage-Texte nicht nur Ihre Kunden ansprechen, sondern auch den Suchmaschinen genügend Stichworte liefern.

Benchmarking für Keywords

Eine sehr gute Möglichkeit die richtigen Keywords herauszukristallisieren, ist eine genaue Analyse erfolgreicher, gut gefundener Websites Ihrer Wettbewerber. Auf diese Weise lassen sich viele wertvolle Informationen für die Optimierung Ihrer eigenen Internet-Homepage gewinnen.

Sehr hilfreich zur Suchmaschinen-Optimierung ist eine so genannte Logging-Software. Diese hält fest, welche Besucher von welcher Suchmaschine mit welchen Begriffen bzw. Keywords auf Ihre Website gekommen sind und welche Unterseiten sie sich dort wie lange angesehen haben. Damit können Sie Ihre Website kontinuierlich verbessern und auf die Wünsche und Bedürfnisse Ihrer Kunden abstimmen.

Es gibt populäre Suchworte bei denen Abertausende von Homepages angezeigt werden. Mit populären Begriffen ganz nach vorne bei den Suchmaschinen zu kommen ist schier un-

möglich – aber in vielen Fällen auch nicht sinnvoll. Sie wollen zwar viele Besucher, aber nur solche, für die Ihr Produkt- und Dienstleistungsangebot auch interessant ist. Sinnvoll sind deshalb spezifische Keywords, die Ihre Firma von anderen abheben wie populäre Detailbegriffe und Keyword-Kombinationen, die viele andere Anbieter ausschließen.

Nichts geht über Inhalte

Wie entscheiden Suchmaschinen darüber, welche Homepagesiten ganz vorne rangieren sollen. Das Rezept ist einfach: Die Websites auf denen zu einem Thema die meisten relevanten Informationen stehen, sind die wichtigsten!

Fazit: Je mehr Homepage-Seiten mit informativen Texten ein Internet-Auftritt enthält, desto weiter vorne ist er bei Suchmaschinen wie Google und Co. zu finden. Schlagen Sie zwei Fliegen mit einer Klappe: Informieren Sie Ihre Kunden ausführlich und geben Sie den Suchmaschinen „Futter“ für ein besseres Ranking. *Christoph Decker*

Zur Person

Der Autor Christoph Decker plant und realisiert seit über 20 Jahren Kreativprojekte und Werbelösungen für Unternehmen unterschiedlicher Branchen. Seine Agentur CreativeConsult hat sich auf die Erstellung von Texten aller Art, z. B. Anzeigentexte, Broschürentexte, E-Mail-Texte, Homepagetexte, Geschäftsberichte, Newsletter und PR-Artikel, spezialisiert. Die Entwicklung des professionellen Online-Marketings hat Christoph Decker von Anfang an begleitet.

Kontakt:
CreativeConsult
Dipl. Oec. C. Decker
Dekan-Schuster 8
63110 Rodgau (bei Ffm.)
Tel. 06106/22129
E-Mail info@creativeconsult.de
www.creativeconsult.de