

Die Webseite erfolgreich als Werkzeug einsetzen

Ein Aufruf zu mehr Innovation im Internet

Von Reto Corrodi
Gärtnermeister, Fotograf
und Webdesigner
Uetikon am See

Bilder: R. Corrodi
www.gardapro.ch

Reto Corrodi, Jahrgang 1969, ist eidg. dipl. Gärtnermeister und Webdesigner. 2002 gründete er die Firma, Gardapro Informatik. Zuvor hatte er bei verschiedenen grösseren Gartenbaubetrieben als Bauführer gearbeitet. Durch die langjährige Tätigkeit in der grünen Branche kennt er die Bedürfnisse von KMU von Grund auf. Mit seiner Firma hat er sich ganz dem Marketing für Gewerbetreibende mit Schwerpunkt Internet und Fotografie verschrieben. Mehr Info's über Gardapro gibt's im Internet unter www.gardapro.ch oder www.modulwebsites.ch

Rechts: Das strategische Ziel eines Internet-Auftrittes muss genau definiert sein. Die Grafik zeigt das Beispiel der Zieldimensionen eines Gartenbau-Unternehmens mit möglichen Inhalten auf. Je genauer diese zur Firma und zum Markt passen, desto effizienter sind sie.

Peter Muster hat für seine Familie ein 30-jähriges Haus gekauft. Der grosse Garten ist verwildert. Nun träumt die Familie von einem neuen Sitzplatz, einer Spielwiese zum Herumtollen und von prächtigen Sträuchern. Von der Stadt aufs Land gezogen, kennt Peter Muster am neuen Ort kaum jemanden, schon gar nicht die lokalen Firmen. So sucht er im Internet nach einer Gartenbaufirma in der Region. Bald wird er fündig: Ein Unternehmen spricht ihn besonders an – mit Referenzbildern von traumhaften Gärten, Informationen über kindgerechte Sträucher und einem Anfrageformular, das er sofort ausfüllt und abschickt. Bereits einen Tag später ruft ihn der Gärtnermeister an, um einen ersten Augenschein vor Ort zu vereinbaren.

So wie Peter Muster ziehen heute immer mehr Menschen das Internet als Entscheidungshilfe hinzu. Früher konnten sich Gewerbetreibende auf Mundpropaganda verlassen und bekamen ihre Aufträge durch Weiterempfehlung. Diese

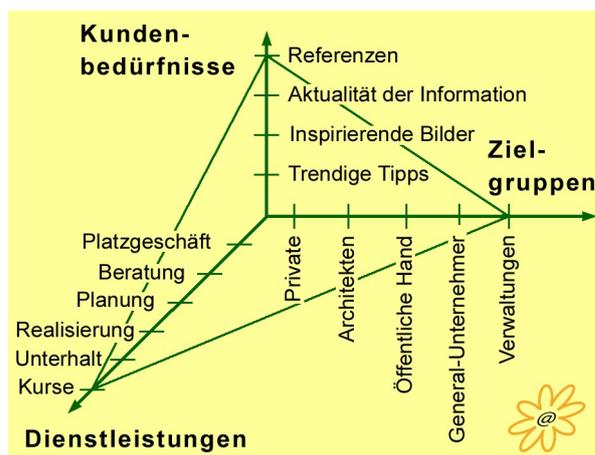
kostengünstigste aller Werbeformen verliert zwar wegen wachsender Anonymität an Bedeutung, ist jedoch immer noch die Wichtigste. Doch nach einer Empfehlung durch Bekannte wird die Firma im Internet besucht. Dort gilt es zu Überzeugen. Die Gewerbetreibenden tun gut daran, ihre Websites zeitgemäss zu gestalten und aktualisieren.

Den ersten Eindruck gibt's nur einmal

Architekten, Bauherren und viele Privatkunden holen sich ihre ersten Informationen am liebsten im Internet. Überzeugt ein Auftritt, ist das Interesse geweckt. Versagt er, liegt die Hürde für eine Kontaktaufnahme bereits unüberwindbar hoch. Wie im richtigen Leben erhalten Firmen auch im Internet nur einmal eine Chance, einen ersten Eindruck zu erzielen. Wer sich unprofessionell präsentiert, mit Druckfehlern, schlechten Bildern, holpriger Sprache, dem traut man – zu Recht oder zu Unrecht – auch keine saubere Arbeit zu. Das Design muss ansprechen, die Navigation klar sein. Die Seite muss zum Verweilen animieren, denn im Internet ist der Kunde nur einen Klick von Ihrer Konkurrenz entfernt. Das Credo lautet: Gestalten Sie Ihren Auftritt spannend!

Die richtigen Relationen

Die Investition in den eigenen Internetauftritt ist für die meisten Betriebe ein grosser Brocken. Eine solide Website kostet schnell 6'000 bis 20'000 Franken – oder mehr. Viele Entscheidungsträger schreckt ein solcher Betrag ab. Doch die Lösung darf nicht sein, den Göttibuben, "der sich im Internet auch ein bisschen auskennt", mit der Aufgabe zu betrauen. Vielmehr sollte



man das Geld einmal in Relation bringen zu eigenen Dienstleistungen. Immerhin ist die Website 365 Tage im Jahr während 24 Stunden für jedermann zugänglich. Sie ist das meistbeachtete Aushängeschild der Firma.

Eine gute Webseite bringt Kunden - und neue Mitarbeiter

Überzeugen Sie mit ihrer Website, bekommen Sie auch mehr qualifizierte Anfragen. Beweisen Sie ihre Kompetenz mit einem Internetauftritt der dies auch widerspiegelt. So lassen sich sogar neue Mitarbeiter ohne teure Inserate finden.

Gefunden werden

Damit ihre Website Erfolg bringt, muss sie natürlich gefunden werden. Ist ihre Website für die richtigen Suchbegriffe optimiert?

Benutzerfreundlichkeit

Die Besucher stellen hohe Anforderungen an Websites. Sie muss übersichtlich und gut Strukturiert sein. Zudem muss die Navigation klar erkennbar und leicht verständlich sein.

Die Besucher fesseln

Damit der Internetauftritt die erhoffte Wirkung erzielt, braucht es eine seriöse Analyse von verschiedenen Marketingfragen. Die Analyse führt direkt zu den Zielen der Webseite, resp. der Firma. Erst dann geht es um die Erstellung von spannenden Inhalten. Das können sein:

-News: Periodische Infos über neue Produkte im Sortiment, aktuelle Arbeiten, neue Mitarbeiter usw.

-Referenzen: Gut fotografierte Beispiele von Ihren Arbeiten und Dienstleistungen.

-Inspiration: Aussagekräftige Bilder die den Besucher zum Verweilen bewegen und Vertrauen schaffen.

-Videos: Beiträge über Ihre Arbeitsweise, Produkte, spezielle Aufträge usw.

-Online-Bestellung/Offerte: Besucher bestellen Produkte oder Dienstleistungen gleich online.

-Glossar: Eine Beschreibung der wichtigsten Fachbegriffe der Tätigkeit der Firma.

Wichtig: Gewisse Seiten müssen aktuell gehalten werden. Der Aufwand dafür variiert je nach Inhalten stark—ist jedoch meistens nicht so hoch wie man befürchtet. Je dynamischer ein Auftritt ist, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass Besucher zurückkehren und die Firma im Gespräch bleibt. Checklisten für die Erstellung oder Überarbeitung einer Website findet man im Internet unter: www.gardapro.ch/ueberuns/downloads.html

Facebook & Co.

Verknüpfungen mit den Sozialen Medien sind wichtig. Warten sie nicht bis die Kunden von selbst Ihre Website finden. Holen Sie sie dort ab wo sie sind.

Fazit

Die erfolgreiche Integration des Mediums Internet in die Unternehmensstrategie einer Firma geschieht nicht von heute auf morgen. Nur mit einem durchdachten Konzept, einer konsequenten Umsetzung und einem permanenten Controlling rechtfertigt ein Internetauftritt die Kosten. Werden jedoch alle Punkte seriös berücksichtigt, bringt sie mehr ein, als sie gekostet hat.



Oben: Eine Firmenbroschüre kann einige Zeit unverändert verwendet werden. Eine erfolgreiche Webseite setzt jedoch eine permanente Anpassung an den sich verändernden Markt voraus.

Links: Eine selbst erstellte Webseite der ersten Generation. Zuviel Text, unübersichtlich und zu gross für das Browserfenster. Keine guten Voraussetzungen.

Rechts: Die selbe Seite nach einem Redesign. Sie ist nun aufgeräumt, Zielgruppen orientiert, hat eine verbesserte Navigation und erst noch schnellere Ladezeiten. Das Resultat: Ein Image-Gewinn und bessere Marktchancen.

