



Thema „Website“: Der erste Eindruck zählt

Nur eine Zehntelsekunde braucht das Gehirn eines Internetnutzers, um Ihre Website zu beurteilen. Und schon steckt er Ihr Unternehmen in eine Schublade, weil in seinem Kopf bereits ein Bild entstanden ist. Das geschieht blitzschnell, automatisch und aus dem Bauch heraus.

Entscheidend ist, ob der Besucher Ihre Website sympathisch und professionell oder unprofessionell empfindet. Die Verweildauer liefert in vielen Fällen den Beweis: Schnell drauf, schnell wieder runter. Der erste Eindruck muss eine positive Stimmung erzeugen, damit der Besucher auf Ihrer Website verweilt.

Es gibt keine zweite Chance für Ihren ersten Eindruck.

Die Startseite ist Ihr Schaufenster

Es liegt an Ihnen, ob der Besucher bei Ihnen reinschaut oder vorübergeht, so wie er an einem Schaufenster vorbeigeht. Wird sein Interesse beim Blick in das Schaufenster geweckt, betritt er vielleicht Ihren „Laden“.

Die Startseite hat drei Funktionen:

- Relevanz erzeugen
- Sympathie und Vertrauen aufbauen
- Zu den Inhalten leiten (Einstiegstor)

Ihre Website hat den Status eines Vertriebsmitarbeiters, der Ihr Unternehmen auf der Startseite vorstellt, Ihre Dienstleistungen/Produkte im Überblick anzeigt, den potentiellen Kunden an die Hand nimmt und Handlungsoptionen aktiv auslöst.

Die Unterseiten sind Ihre Ladenpräsentation

Hat der Fisch auf der Startseite „angebissen“ gilt es ihn aus dem Wasser zu ziehen, in unserem Fall auf die Unterseiten zu führen. Über die Startseite hat er vielleicht schon eine Unterseite ausgewählt und sollte jetzt zu einer Aktivität aufgefordert werden (Kauf, Kontakt, Download etc.). Jeder Unterseite muss auch individuell betrachtet werden, da nicht immer gewährleistet ist, dass der Besucher über die Startseite reinkommt.

Die ideale Unterseite:

- Texte kurz und prägnant formulieren – keine Textwüsten.
- Keine Bilderwelten aus Bilddatenbanken verwenden, sondern eigenes, emotionales Bildmaterial.
- Mit Zwischenüberschriften arbeiten.
- Die Sprache der Zielgruppe sprechen (Tonalität).

Grundsätzliche Anforderungen für eine optimale Website

Ermöglichen Sie Ihren Besuchern schon auf der Startseite eine einfache und schnelle Erfassung Ihrer Angebote bzw. Dienstleistungen. Verlieren Sie dabei Ihre Zielgruppe(n) und die richtige Ansprache nicht aus dem Auge. Denken Sie immer aus dem Blickwinkel Ihres Kunden bzw. orientieren Sie sich an seinem Problem.

Fangen Sie die Stimmung der Besucher über Design, Bildauswahl, Formen, Farben und klare Botschaften ab und erzeugen Sie eine positive Grundstimmung.

Wichtige Aspekte:

- Klare Hierarchien und Strukturen aufzeigen.
- Authentische Gesichter schaffen Nähe und Vertrauen (Team, Geschäftsführer, Telefonistin etc.)
- In der Tonalität durchaus „Ich“, „Wir“ oder „Du“ verwenden.
- Klare Nutzen kommunizieren (Voraussetzung: Wünsche, Erwartungen, Nöte, Sorgen sind bekannt.)
- Klare Botschaften zu Ihren Angeboten formulieren.
- Alleinstellungsmerkmale und Stärken herausstellen.
- Legen Sie Website-Ziele fest (z.B. Kontakt, Online-Shop, Newsletter)
- Unterschiedliche Einstiegsszenarien festlegen.
- Handlungsoptionen anbieten
- Vertrauensbildung durch die Meinung Dritter (Gütesiegel, Zertifikat, Kundenzitate)
- Responsives Webdesign anlegen (Website den verschiedenen Displays anpassen, z.B. mobile Endgeräte)

Produkte/Dienstleistungen mit Emotionen verkaufen

Kunden treffen Ihre Kaufentscheidung in hohem Maße auf der Gefühlsebene – auch im Geschäftskundenbereich. Man verkauft besser und mehr, wenn sich der Kunde beim Käuferlebnis wohlfühlt.

Sieben Tipps für emotionale Webangebote:

- Gestalten Sie Ihr Angebot übersichtlich und gut navigierbar.
- Menschen schauen immer auf Menschen – deshalb authentische Bilder.
- Bringen Sie den Besucher zum Schmunzeln – da wo es passt.
- Versuchen Sie den Besucher persönlich anzusprechen.
- Bieten Sie Interaktionen an, z.B. Newsletter-Order, Meinungsabfrage.
- Erzählen Sie kleine, unterhaltsame Geschichten.
- Arbeiten Sie mit bewegtem Bild (Webvideos).

Ihr Ansprechpartner:



Erhard Belz (Marketing & Vertrieb)

Marketingberatung – Websites – Video – Print – Pressearbeit – Veranstaltungsmanagement

Tel. 06664 919019 oder E-Mail belz@khhkom.de