

Warum Ihre Website ein solides Fundament braucht

Mit einem Website-Konzept legen Sie die Marschrichtung fest

Das Website-Konzept ist das Fundament für Ihr Webprojekt. Es legt die Marschrichtung für Ihre Website fest und beschreibt die Ziele und Strategie für Ihren Webauftritt. Es schafft die notwendige Klarheit, wo die Reise hingehen soll. Eine Website ohne Konzept zu bauen ist, wie ein Haus ohne Bauplan zu bauen.



Eine Website muss Resultate bringen

Sie brauchen eine Website, die Resultate bringt. Wofür sollten Sie denn sonst Geld aufbringen und Zeit investieren?

Machen Sie sich deshalb im Vorfeld Gedanken, welche Ziele Sie damit verbinden und welche Aufgabenstellungen Ihre Website lösen soll.

Schreiben Sie nieder, was Ihnen bei Ihrer Website wichtig ist. Nutzen Sie dazu das begleitende Arbeitsbuch.

Bei einer E-Commerce-Seite ist das Hauptziel klar: Sie soll verkaufen.

Bei Websites von Dienstleistern ist dies nicht so eindeutig. Meist ist das Ziel, Website-Besucher in Kontakte (neudeutsch „Leads“) umzuwandeln („zu konvertieren“).

Diese sollen dann in Folgeschritten zu Kunden gemacht werden.

Eine Website kann Sie aber auch bei anderen Themen unterstützen, wie z.B. in Serviceprozessen unterstützen oder Fragen von Besuchern beantworten. Wenn Sie diesen Teil geschickt nutzen, können Sie sich und Ihren Besuchern viel Zeit sparen.

Im weiter fortgeschrittenen Stadium Ihrer Website-Planung können Sie sich dann überlegen, wie Sie die Zielerreichung messbar machen können. Lernen Sie aus Kundenfeedback und Webanalysen. Damit können Sie erkennen, wo es noch Optimierungsbedarf gibt.

Ein Webauftritt, sei er auch noch so gut, ist nie gleich perfekt. Nutzen Sie die japanische Philosophie des stetigen Verbesserns, statt sporadischer Hauruck-Aktionen.

Wohin soll die Reise gehen?

Bevor Sie mit dem Erstellen ihres Webauftrittes befassen, brauchen Sie Klarheit hinsichtlich des Zwecks Ihrer angestrebten Website und Ihrer damit verbundenen Ziele. Das Ganze müssen Sie dann auch mit den möglichen Zielen Ihrer Website-Besucher im Einklang bringen. Finden Sie den „Sweet Spot“ zwischen Ihren Zielen und denen Ihrer Wunschkunden.

Was ist der Zweck Ihrer Website?

Wozu brauchen Sie die Website? Was kann sie für Sie tun? Was sollen Ihre Besucher auf der Website tun?

Es macht einen Riesenunterschied, ob Ihre Website Ihnen z.B. auch direkt beim Verkaufen helfen soll, auch wenn es nur um einen kostenpflichtigen Ratgeber geht.

Was sind Ihre Ziele?

Benennen Sie keine Allerwelts-Ziele. Ihre Ziele müssen für Sie passen. Berücksichtigen Sie neben vertrieblichen und marketingseitigen Zielen auch serviceseitige. Hierzu ein paar Beispiele:

- Wollen Sie, dass Besucher Sie direkt telefonisch kontaktieren?
- Wollen Sie Besucher animieren, ein Beratungsgespräch zu reservieren?
- Wollen Sie Ihr Angebot und Ihre besondere Expertise zeigen?
- Wollen Sie die Anzahl an unnötigen Serviceanfragen reduzieren?
- Wollen Sie E-Mail-Abonnenten gewinnen?
- Wollen Sie, dass Kunden direkte Kaufabschlüsse über Ihre Website machen?

Welche Ziele haben Ihre Website-Besucher?

Nicht jeder Website-Besucher ist Ihr idealer Wunschkunde. Deshalb brauchen Sie auch nicht Ihre Website so zu

konzipieren, dass sie allen gefällt (was ohnehin nicht funktioniert).

Was sind die wichtigsten Infos oder Dinge, nach denen Ihre Wunschkunden auf Ihrer Website suchen? Beispiele:

- Expertenrat (Blog)
- Herausfinden, ob Ihr Angebot das Problem löst (Services)
- Herausfinden, was es kostet (Preis)
- Herausfinden, was für Öffnungszeiten und welche Lokation Sie haben (Kontakt)
- Erfahren, wie der Ablauf funktioniert (Prozess)
- Herausfinden, wer Sie sind (Story)
- Finden von Antworten auf bestimmte Fragen (FAQ)

Was sollen Ihre Besucher tun?

Nehmen Sie Ihre Website Besucher an die Hand. Bereits beim Betreten Ihrer Website sollten Sie Ihre Website Besucher mit Inhalten lenken und dazu motivieren, den nächsten Schritt im Verkaufsprozess zu gehen. Was sollen Ihre Website-Besucher tun? Welchen Weg gehen sie? Skizzieren Sie dies.

Beispiele:

- Sie hinterlassen ihre E-Mail-Adresse
- Sie kontaktieren Sie per Telefon, E-Mail, Kontaktformular, Buchungsformular
- Sie laden etwas herunter
- Sie kaufen etwas
- Sie empfehlen Sie weiter