

# Website: Die wichtigsten Gedanken

## Warum eine eigene Website?

- Leitsatz: Niemals auf fremdem Grund bauen
- Eigene Website, eigene Kundenliste, eigene E-Mail-Liste

## Welche Ziele verfolgen?

- Zunächst definieren, was mit der Website erreicht werden soll
- Mögliche Ziele:
  - Telefonanrufe
  - Terminvereinbarungen
  - Käufe direkt auf der Website
  - Kunden in den Laden bringen (Adresse und Öffnungszeiten)

## Worte verkaufen

- Konzentrieren Sie sich auf ein tolles Webdesign oder verwenden Sie die Website zur reinen Selbstdarstellung
- Es sind die Wörter, die auf der Seite verkaufen
- Amazon ist ein gutes Beispiel: sieht nicht schön aus, verkauft aber gut
- Ihr Anspruch als Designer sollte sein, dass Ihre Website gut aussieht, aber auch, dass Sie sich auf Ihr Ziel konzentrieren
- Definieren Sie dazu einen Einzeiler
  1. Problem
  2. Produkt
  3. Lösung
- Ihre Kunden speichern Sie unter dem Problem ab, das Sie lösen
- Diese Einzeiler sollten Sie auf Ihrer Website, Visitenkarte, Social Media kommunizieren

## **„Mobile first“**

- Ihre Website wird überwiegend mobil besucht – bis zu 80%. Deshalb muss die Website responsive sein, sich also automatisch an das Gerät anpassen
- Lassen Sie daher immer zuerst die mobile Version entwerfen

## **„Above the fold“**

- Die wichtige Informationen müssen direkt für Ihre Kunden sichtbar sein
- Weitergescrollt wird nur, wenn Ihren Kunden klar ist, dass Sie die Problemlösung anbieten, die gesucht wird

## **„Call-to-Action“**

- Was soll der Besucher auf Ihrer Seite machen?
  - Beispiel: Produkt kaufen
- Dafür ist auch die Farbgestaltung wichtig: Besucher muss sofort erkennen, wie er zum Ziel kommen soll.
- Beschränken Sie sich auf wenige Farben
  1. Eine Farbe für das Corporate Design
  2. Eine eigene Farbe für den Call-to-Action
- Den Call-to-Action immer grafisch klar hervorheben.

## **Newsletter**

- Niemand möchte einfach einen Newsletter abonnieren. Ihr Kunde sucht nach Lösungen für ein Problem. Bieten Sie ihm kostenfreie Informationen oder Hilfen (Leadmagnet) dafür an.
- Die Adressen können Sie für anschließende E-Mail Kampagnen benutzen.

## Referenzen nutzen

- Nutzen Sie Referenzen bzw. Zeugen damit Ihre Kunden Vertrauen zu Ihnen fassen
- Auch Kunden können Ihre Referenzen werden.
- Optimal sind Referenzen, die Ihrer Persona entsprechen, damit sich Ihre Wunschkunden mit diesen identifizieren können

## Einfache Kontaktmöglichkeiten

- Fragen gibt es immer – machen Sie es Ihren Besuchern einfach, indem Sie verschiedene Kontaktwege anbieten
  - Telefon
  - WhatsApp
  - Kontaktformular

## Google Business Eintrag

- Nutzen Sie den kostenlosen Eintrag bei google My Business
- Diese bietet zudem eine regional sehr gute Sichtbarkeit in der Googlesuche oder In Google Maps
- Bitten Sie Ihre Kunden um Bewertungen

## Search Engine Optimization (SEO)

- Gute, maschinenrelevante Texte konvertieren
- Recherchieren Sie Ihre Keywords mit dem Google Keyword Tool und konzentrieren Sie sich auf Nischen

## Links

- Öffnen Sie externe Links, also Links auf andere Websites in einem neuen Fenster
- Verlinken Sie auf Ihrer Website auch Seiten untereinander
- Integrieren Sie Links sinnvoll in Ihren Texten
  - „Wenn du Fragen hast kontaktiere uns per [Telefon](#) oder [Kontaktformular](#).“

## Ladezeit einer Seite

- Auf schnelle Ladezeit achten
- Sichtbarkeit unter 1 Sekunde – Laden maximal 3 Sekunden
- Besucher springen wieder ab, wenn es zu lange dauert
- Ladezeit ist SEO-Faktor für das Ranking in Suchmaschine
- Moderne Templates sind optimiert
- Testen mit Google PageSpeed Insights
- Häufiges Problem: Bilder sind zu groß
  - Keine PNGs verwenden.
  - JPEGs nutzen, die maximal 200 Kilobyte groß sind

## Webhosting

- Wählen Sie nicht den günstigsten Webhoster
- Darauf sollten Sie bei Ihrer Wahl achten:
  - Ist der Kundenservice gut erreichbar?
  - Kann die Domain leicht umgezogen werden?
  - Lässt sich Word Press oder ähnliches automatisch installieren?
  - Sind E-Mail Konten mit ausreichend Speicherplatz (> 10 GB) enthalten?

## Content Management System

- Die beiden bekanntesten CMS Systeme sind Typo3 und Wordpress.
- Meine Empfehlung: Wordpress
  - Einfach zu bedienen und sehr verbreitet
  - Viele Funktionserweiterungen und visuelle Editoren
  - Keine Agentur für Pflege nötig

## **Google Analytics**

- Mit Zahlen können Sie Ihr Marketing steuern und wissen ob Ihre Website erfolgreich ist
- Legen Sie die Grundlage möglichst früh
- Meine Empfehlung: Starten Sie mit Google Analytics in der Basis Konfiguration
- Nutzen Sie für die Messbarkeit von Partneraktionen UTM-Links

## **Cookie Consent**

- DSGVO schreibt die Zustimmung vor
- Halten Sie die Cookie Consent Mitteilung so klein wie möglich
- 95% der Besucher klicken sofort die Einwilligung weg, heben Sie daher die Zustimmung hervor

## **Der 5 Sekunden Test**

- Jeder Besucher stellt sich indirekt diese 3 Fragen:
  - Was wird hier angeboten oder verkauft?
  - Wie macht es mein Leben besser?
  - Wo/wie kann ich es bekommen?
- Wählen Sie für den 5 Sekunden Test Personen aus, die Ihre Website nicht kennen
- Zeigen Sie Ihnen die Startseite für exakt 5 Sekunden und stellen Sie ihnen die drei Fragen