

Pressemeldung

Neulich beim Website Check ...

Folge 7: "Inhalte - Lockstoff für Leser und Suchmaschinen"

(Gießen, 31.08.2010) In der Beitragsreihe „Neulich beim Website Check...“ schildert das EC-M Beratungszentrum Elektronischer Geschäftsverkehr Mittelhessen alltägliche Probleme, die bei den Website Checks festgestellt wurden und zeigt Lösungen für die Praxis auf.

Die Website Checks im EC-M enthalten auch den Prüfungspunkt „Inhaltliche Darstellung der Dienstleistungen des Unternehmens“.

Bleibt beim ersten Lesen der Startseite einer Internetpräsenz unklar, was die Kerndienstleistung des Unternehmens ist, besteht dringender Handlungsbedarf.

Klartext! Wer macht was für wen und wie?

Texte auf Websites sind wichtig. Wichtig für die Leser und wichtig für Suchmaschinen.

In erster Linie, um zu darzustellen, welche Dienstleistungen das Unternehmen erbringt, welche Qualifikationen den Unternehmer und sein Team auszeichnen und Transparenz zu schaffen.

Der Leser schätzt es, wenn er klar erkennen kann, wer hinter einem Internetangebot steht und ob er Vertrauen hierzu aufbauen kann.

Je mehr Informationen, die für die Leser und Kunden interessant sind, die die Website-Betreiber über ihr Unternehmen und sich selbst preisgeben, umso besser wird der erste Eindruck, den die zukünftigen Kunden über das Unternehmen erhalten und umso mehr Vertrauen können sie damit aufbauen.

Aktuelle Inhalte liefern

Eine Website, die nicht aktuell gehalten wird, verleitet niemanden dazu, sie erneut zu besuchen.

Der Website-Betreiber sollte seinen Besuchern stets aktuelle und überarbeitete Informationen zur Verfügung stellen, z. B. über ein Newsboard.

Allerdings sollten so veröffentlichte Informationen auch wirklich aktuell sein – es wäre kontraproduktiv, wenn auf der Website Hinweise wie z. B. „Zuletzt aktualisiert: 27.3.2006“ stehen.

Wenn man mangels Masse nichts Aktuelles bieten kann, sollten solche Einrichtungen komplett weglassen werden. Eher zweitrangig ist die Aktualität anzusehen, wenn die Website lediglich eine Art Visitenkarte im Web darstellt.

Über einen Punkt „Aktuelles“ können Unternehmer jederzeit weitere textliche Inhalte auf ihre Website bringen und so die Seite laufend erweitern - ein Aspekt, der von Suchmaschinen gern gesehen und honoriert wird.

Wird nämlich eine Website einmal erstellt und danach nicht weiter mit Inhalten erweitert, so kann dies bei Suchmaschinen den Eindruck erwecken, dass die Seite nicht gepflegt wird, insgesamt uninteressant ist und auch keine relevanten Suchergebnisse liefern könnte.

Ähnlich dürften Leser Beiträge im Bereich „Aktuelles“ empfinden, die ihr Erstellungsdatum bereits weit hinter sich haben. Im Bereich Aktuelles sollten daher Beiträge mit Berichten über zukünftige Termine, z. B. Messeteilnahmen oder eigene Vorträge, stehen oder Artikel, die nicht älter als einen Monat sind.

Danach sollten die Texte - mangels Aktualität - keinesfalls von Ihrer Website gelöscht werden. Denn immerhin enthalten die Texte Begriffe, unter denen Sie von Ihren Kunden gesucht werden. Daher sollten diese Texte in einem Archivbereich weiterhin auf der Website verfügbar gehalten werden. Dann sind sie auch für Suchmaschinen weiterhin sichtbar.

Interaktion belebt

Eine Website, die nur passiv Informationen anbietet, ist langweilig. Interaktivität belebt die Seite und den Benutzer.

Dies kann z.B. durch Kommentarfunktionen, Benutzerforen oder Bewertungsfunktionen („Tweet this“ oder „Gefällt mir-Button“ von facebook) erreicht werden. Unternehmer können z.B. Preislisten oder Broschüren in gut gestalteten PDF-Dokumenten zum Download anbieten.

Zusatznutzen - Was hat der Leser davon?

Eng mit der Interaktivität verbunden ist die Frage nach dem Zusatznutzen, die die Website dem Besucher bietet. „Nur präsent“ zu sein reicht nicht aus, um Kunden langfristig zu binden und zum erneuten Besuch der Unternehmens-Website zu animieren.

Website-Betreiber sollten Anreize schaffen, wieder zu kommen!

Gedächtnisanker - Beispiel Bußgeldrechner

Ein Fachanwalt für Verkehrsrecht stellt auf seiner Website einen Bußgeldrechner online zur Verfügung. Der Besucher kann dort, nachdem er geblitzt worden ist, seine „gefühlte Geschwindigkeit“ z.B. „mit PKW, 28 km/h, innerorts zu schnell“ eingeben und erfährt nach einem Mausklick das Ergebnis: 100,- EUR Bußgeld plus Gebühren und 3 Punkte - und weiß, dass es ein teurer Ausflug war.

Diese Funktion auf der Website des Anwalts kann eine Art Gedächtnisanker für den Raser darstellen und er wird diese Website vielleicht als Favorit speichern. Hat er später mal einen Autounfall, fällt ihm dann die Website des Anwalts wieder ein und stellt er fest, dass der Anwalt auch Unfallregulierungen übernimmt, hat der Anwalt möglicherweise über das Vehikel des interaktiven Bußgeldrechner ein Mandat erlangt.

Praktisch und nützlich zugleich - Beispiel Messekalender

Präsent sein in der Nähe des Kunden. Ein Wunsch vieler Unternehmer. Eine solche Möglichkeit bietet ein öffentlicher Kalender auf der Website, der z.B. die nächsten Vorträge oder Messetermine des Unternehmens anzeigt.

Lässt sich dieser Kalender mit wenigen Mausklicks in den elektronischen Kalender des Kunden importieren, hat der interessierte Kunde die Termine des Unternehmens bei Bedarf ständig im Blick und muss nicht erst umständlich die Website zu Rate ziehen.

Zwei Beispiele, die zeigen, wie man mit einfachen Mitteln interaktive und interessante Inhalte für den Leser der Website bieten und ihn damit binden kann.

Fazit

Eine Unternehmens-Website sollte neben der übersichtlich gestalteten Inhaltsvermittlung auch für die Zielgruppe relevante, interaktive Elemente beinhalten, um nicht nur Kunden zu finden, sondern diese auch längerfristig an das Unternehmen zu binden.

Bisher erschienen:

Folge 1: "Das Impressum - Stiefkind vieler Websites"

Folge 2: "Spamfrei ohne Barriere - Captchas in Formularen"

Folge 3: „AGB selbst gemacht - der richtige Weg?“

Folge 4: Texte mit Bildern beleben - professionell gemacht

Folge 5: Haftungsausschlüsse - Unsinn auf vielen Websites

Folge 6: Zielgruppenorientierung - Wer sind die Leser?

Kostenlose Website Checks führt das EC-M Beratungszentrum Elektronischer Geschäftsverkehr für kleine und mittlere Unternehmen aus Hessen durch. Das Ergebnis besprechen wir ausführlich mit den Unternehmern und übergeben ein zehenseitiges Checkprotokoll.

Interesse? Dann senden Sie einfach eine E-Mail an info@ec-m.de oder rufen Sie an unter 0641 / 309 1347 (Andreas Heines).

Kostenloser Website Check - ein kleiner Schritt für Sie, ein großer Schritt für Ihr Unternehmen. (Direktlink: www.ec-m.de/website-check)

Das EC-M

Das Beratungszentrum Elektronischer Geschäftsverkehr Mittelhessen arbeitet seit 1998 erfolgreich daran, die Entwicklung des Elektronischen Geschäftsverkehrs von Unternehmen in Mittelhessen zu fördern. Dabei unterstützt das EC-M gezielt kleine und mittelständische Unternehmen in der Region bei der Einführung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien. Kleinen Unternehmen in Handel, Handwerk und Industrie fehlen häufig die nötigen Informationen und das Wissen, um den Nutzen der neuen Medien für sich einschätzen zu können.

Das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr

Seit 1998 berät und begleitet das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr, in 28 über das Bundesgebiet verteilten regionalen Kompetenzzentren und einem Branchenkompetenzzentrum für den Handel, Mittelstand und Handwerk bei der Einführung von E-Business Lösungen. In dieser Zeit hat sich das Netzwerk unabhängiger und unparteilicher Lotse für das Themengebiet „E-Business in Mittelstand und Handwerk“ etabliert. Das Netzwerk ist das einzige bundesweite Angebot seiner Art und verzeichnet jährlich rund 30.000 Besucher in Beratungen und Veranstaltungen. Es stellt

Informationen in Form von Handlungsanleitungen, Studien und Leitfäden zur Verfügung, die auf dem zentralen Auftritt www.ec-net.de heruntergeladen werden können. Die Arbeit des Netzwerks wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie gefördert.

Presseanfragen

EC-M Beratungszentrum Elektronischer Geschäftsverkehr Mittelhessen

Andreas Heines

Gutfleischstr. 3 - 5

35390 Gießen

Tel.: 0641 / 3091347

Fax: 0641 / 3092959

andreas.heines@ec-m.de

www.ec-m.de

Anzahl Zeichen (mit Leerzeichen): 7.210