

6 grundlegende Fragen vor einem Website (Re)Launch

1. Spreche ich damit die richtige Zielgruppe an?

Einer der größten Diskussionspunkte in meinen Beratungen: Für wen konkret ist die Website? Und nein, sie soll nicht alle ansprechen. Das ginge nämlich gar nicht.

Frauen kommunizieren anders als Männer. Studenten brauchen eine andere Ansprache als Senioren. Sozial besser gestellte Menschen haben andere Erwartungen als sozial benachteiligte. Es gibt kulturelle, bildungsmäßige und politische Unterschiede.

Sind deine Kunden Ästheten? Sind sie gesund oder krank? Legen sie Wert auf hochwertige Qualität, oder suchen sie Schnäppchen? Sind sie technikaffin? Haben sie Familie oder sind sie Single? Und so weiter...

Dazu kommen noch deine eigenen Präferenzen, mit wem du am liebsten zu tun hast.

Je genauer du mit deiner Website auf die spezifischen Bedürfnisse deiner Zielgruppe eingehen kannst, umso wahrscheinlicher kannst du sie für dich gewinnen.

2. Bieten meine Inhalte die richtige Information für potentielle Kunden?

Wenn neue Besucher auf deiner Homepage (= die Startseite deiner Website) oder irgendeiner Unterseite landen, haben sie entweder nach einer Lösung für ihr Problem geforscht, oder gezielt nach dir gesucht, weil du ihnen vielleicht empfohlen wurdest.

Du hast jetzt in der Regel genau eine Chance von der Nützlichkeit deines Angebots zu überzeugen bzw. zu beweisen, dass du exakt die richtige Person für genau diesen Kunden bist, oder genau das passende Produkt für ihn hast.

Das heißt, der Besucher will ohne Umschweife erfahren inwiefern dein Angebot sein Leben schöner, gesünder, leichter, billiger, professioneller usw. machen kann. Er will wissen, ob du sympathisch und vertrauenswürdig bist. Ob dein Produkt seine Wünsche erfüllt.

Und das nach Möglichkeit innerhalb weniger Sekunden...

Leistet das jede einzelne Seite deiner Website? Holst du die Leser an diesem Punkt ab?

3. Entspricht die Präsentation wirklich meinem Unternehmensleitbild?

Hast du überhaupt ein Leitbild für dein Unternehmen entwickelt? Frage dich was deine übergeordnete Mission ist mit dem was du tust, welche Vision du für dein Unternehmen verfolgst, welche Ethik und Werte du für dich anlegst, worin du deine Verantwortung siehst.

Spiegelt sich das in deiner Onlinepräsenz wieder? Und hier ist nicht nur das allgemeine Websitedesign gemeint. Kommunizierst du das ausreichend? Drückt sich das in Wort und Bild, Video oder Audio aus?

4. Entlastet meine Website mich, oder ist sie nur eine statische virtuelle Werbebroschüre?

Deine Website sollte wie eine gute Assistentin sein. Die potentiell interessierte Kunden mit offenen Armen empfängt. Die erste wichtige Infos liefert. Die auch die Spreu vom Weizen trennt, d.h. jene abschreckt, die du gar nicht als Kunden willst. Die also den ersten Kontakt herstellt - im besten Fall überzeugend und glaubwürdig, professionell und authentisch.

Du kannst Detail-Infos zum Download anbieten, Termine online buchen lassen, Seminaranmeldungen automatisiert abwickeln, Fragen sammeln und direkt beantworten, uvm. Alles, ohne dafür weiterhin ständig erreichbar sein zu müssen.

Deine Website kann 365 Tage rund um die Uhr für dich arbeiten. Wenn du sie entsprechend einsetzt.

5. Gewinne ich neue Kunden durch meine Website?

Weiß nicht... Nicht dass ich wüsste... Eher nein. Nur durch Mundpropaganda.

Okay - es besteht Handlungsbedarf ;) Bisher arbeitet deine Website offenbar noch nicht für dich. Nicht so wie sie könnte.

Hol dir Rat bei Experten, wie sich das ändern lässt. Oder achte von Anfang an darauf, dass diese Mission bei der Erstellung im Fokus steht, indem du die vorhergehenden Fragen ausreichend ausarbeitest.

Schon mal ein Hinweis: Interagiere aktiv durch deine Website mit deiner Zielgruppe.



6. Habe ich eigentlich eine Ahnung davon, ob und wie meine Website für Suchmaschinen optimiert ist (SEO)?

Sagen dir „Metabeschreibung“, „Linktitel“ und „Alternativtext“ nichts? Du hast noch nie etwas von „Titeltag“ oder „h1-Formatierung“ gehört. Dann bist du noch nicht wirklich in die SEO-Materie eingestiegen.

Was ist wichtiger: Die Relevanz deines Contents, die richtigen Keywords, eine korrekte Formatierung und vollständige Metadaten, die Ladegeschwindigkeit oder womöglich die Eignung für mobile Geräte? Keine Ahnung?

Alles ist wichtig ;) Nichtsagender Text ist tödlich. Fehlender Fokus ist fatal. Unübersichtliche Navigation und unstrukturierte Seiten sind unbedingt zu vermeiden. Versäumnisse bei den Metadaten verhindern korrekte Indexierung. Zu lange Ladezeiten sind ein Sargnagel. Und wenn deine Inhalte auf dem Smartphone schlecht lesbar sind hast du 50% der Besucher schon verloren - und damit auch dein Suchmaschinen-Ranking.

Aber ist deine Website relevant, d.h. sie zieht Besucher mit interessanten Inhalten an, wird von anderen verlinkt und Besucher springen nicht nach wenigen Sekunden wieder ab, dann bist du auch für Google wert in Suchergebnissen angezeigt zu werden. Dann verkümmert deine Website nicht auf hinteren Plätzen, sondern bringt Kunden.

Sei relevant für deine Zielgruppe! Dann wirst du auch von Google gefunden ☺

Solltest du Unterstützung bei der Konzeption oder Optimierung deiner Website benötigen, dann freue ich mich auf dich. Ob erstmaliger Launch oder Relaunch - ich helfe dir deine Onlinepräsenz so zu planen, dass deine Website in Zukunft für dich arbeitet.

Kontaktiere mich einfach für ein unverbindliches Informationsgespräch unter 0699.194 20 294 oder beratung@locker-von-salloker.at



FB-Gruppe: „Plane deinen Website (Re)Launch“

Wenn du auf der Suche nach interessanten Fakten zur Websitekonzeption bist, oder Fragen zu deinem eigenen Website-Launch hast (oder auch für eine Neugestaltung) bzw. gerne Feedback dazu bekommen möchtest, dann komm in meine Facebook-Gruppe „Plane deinen Website (Re)Launch“ www.facebook.com/groups/websiteplanung

Ich freue mich, wenn du auch andere interessierte Gründer und Solo-Unternehmen dazu einlädst!