

15+ Tipps für Ihre erfolgreiche Website. Darauf kommt's an.



Vorab ein paar spannende Zahlen zum Internet...

Internetnutzung 2017

3,8 Mrd. Internet-Nutzer

2,80 Mrd. Social-Media-Nutzer

4,92 Mrd. Nutzer mobiler Geräte

1,61 Mrd. E-Commerce-Nutzer

Quelle: http://www.lead-digital.de/aktuell/mobile/digital_report_2017_alles_was_sie_ueber_internet_social_und_mobile_wissen_muessen

Einfluss des Internets?

75% + aller Website-Zugriffe erfolgen bereits heute über „mobile“ Geräte wie Smartphones, Tablets etc.

96,7% der User nutzen das Netz als Informationsquelle

79,7% haben in den letzten 12 Monaten im Internet gekauft
(Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung)

88% der Surfer suchen im Internet, bevor Sie bestimmte Produkte kaufen (Boston Consulting Group)

Und dennoch...

50%

der Firmen machen mit ihrer Website keinen Umsatz!

Bundesverband der Digitalen Wirtschaft

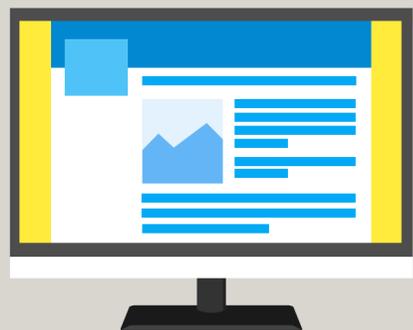
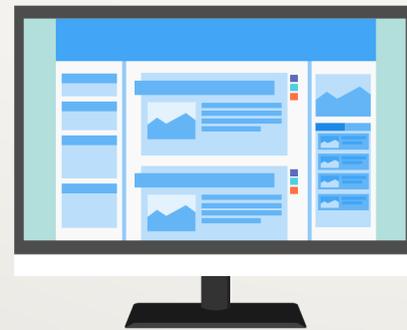
Responsives Webdesign

Aktuell liegt die Zahl der Seitenzugriffe von mobilen Geräten bei über 75%. Schon allein deshalb ist dem Thema responsives Webdesign (*sich automatisch an das Ausgabegerät anpassend*) mehr Aufmerksamkeit zu widmen. Immer noch sehr viele Webpräsenzen sind auf einem mehrere Jahre alten technischen Stand, der nicht nur von Google bestraft wird.

**Ihre Besucher entscheiden über Erfolg oder Mißerfolg Ihrer Online-Aktivitäten.
Machen Sie es ihnen einfach.**



Was sollte meine Homepage enthalten?



Die folgenden Empfehlungen und Tipps sollen Ihnen helfen, eine smarte und funktionierende Website für Ihr Unternehmen zu erstellen, die Ihren Anforderungen und denen Ihrer Zielgruppe entspricht. Eine Website, die Ihre Ziele und Absichten bestmöglich fördert und gleichzeitig den heutigen technischen und nutzerorientierten Anforderungen gerecht wird.

Alle Arten von Unternehmen, große wie kleine, haben Mühe mit Text, Design und Gestaltung Ihrer Website. Der richtige Content, benutzerfreundlich aufbereitet, ist aber der Schlüssel zum Erfolg Ihrer Seite.

Der erste Eindruck - Ihre Startseite



Ihr Hauptbild, Ihre Hauptseite oder Ihr Einführungs-video sollen die gewünschten Besucher inspirieren, zum interagieren auffordern und die unerwünschten Besucher zum Verlassen Ihrer Seite.

Halten Sie es einfach und überschaubar und achten Sie auf authentisches Bild-, Video- und Grafikmaterial, vermeiden Sie „Allerweltsmaterial“.

Zu viel Kreativität steht der Usability (Benutzerfreundlichkeit) meistens im Weg und kann trotz „hohem Anspruch“ schon deshalb zum Misserfolg führen.

Ihr Logo, Ihre Identität



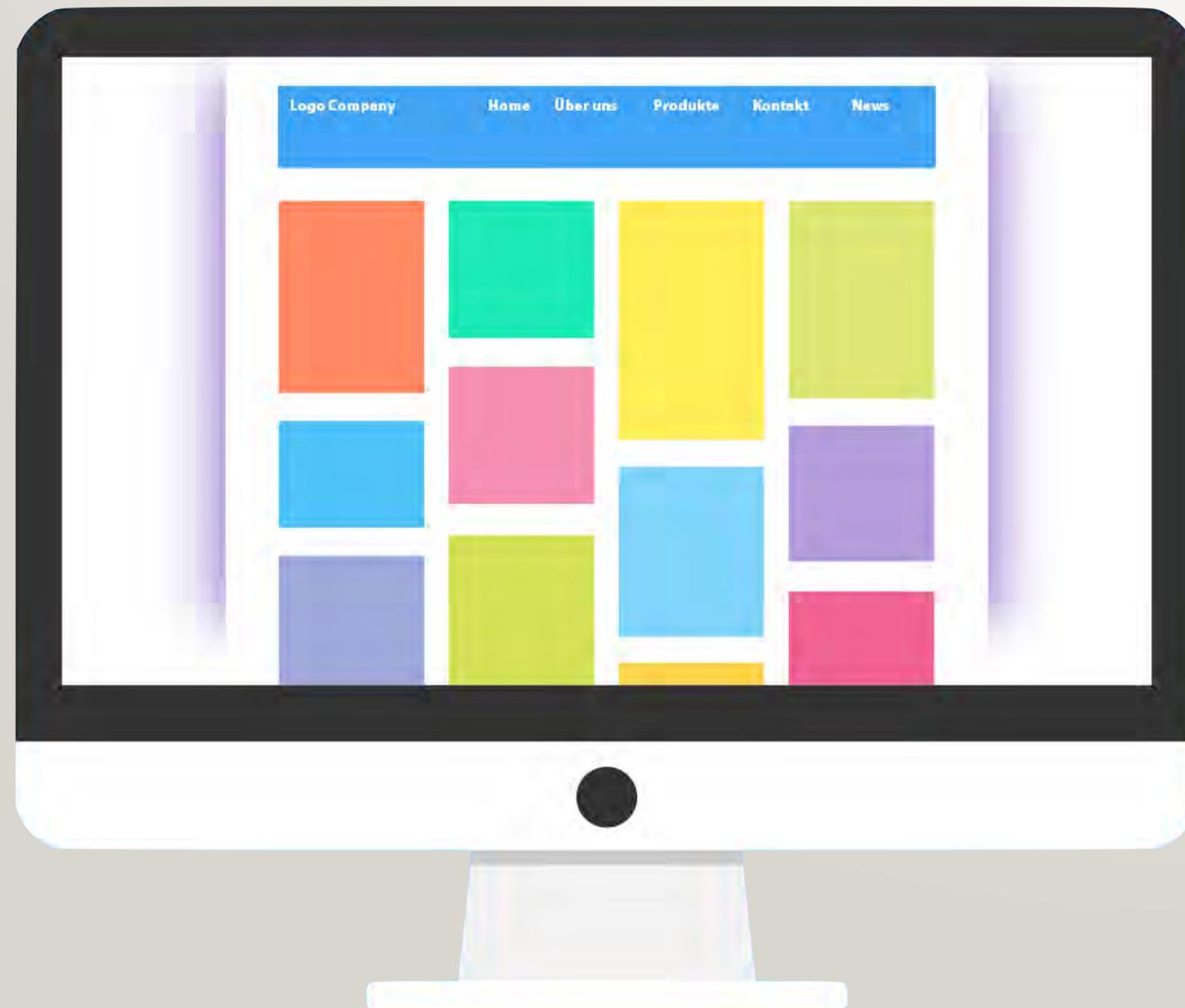
Das Erste, das Ihre Besucher sehen sollten ist Ihr LOGO!

Platzieren Sie es ganz oben links, denn das ist nach wie vor die Stelle, auf die das Auge zuerst geht.

Vielleicht nicht kreativ aber sinnvoll.

Lassen Sie um Ihr Logo genügend Freiraum, damit es im Sinne von „eye-catching“ wirken kann.

Navigations-Menü



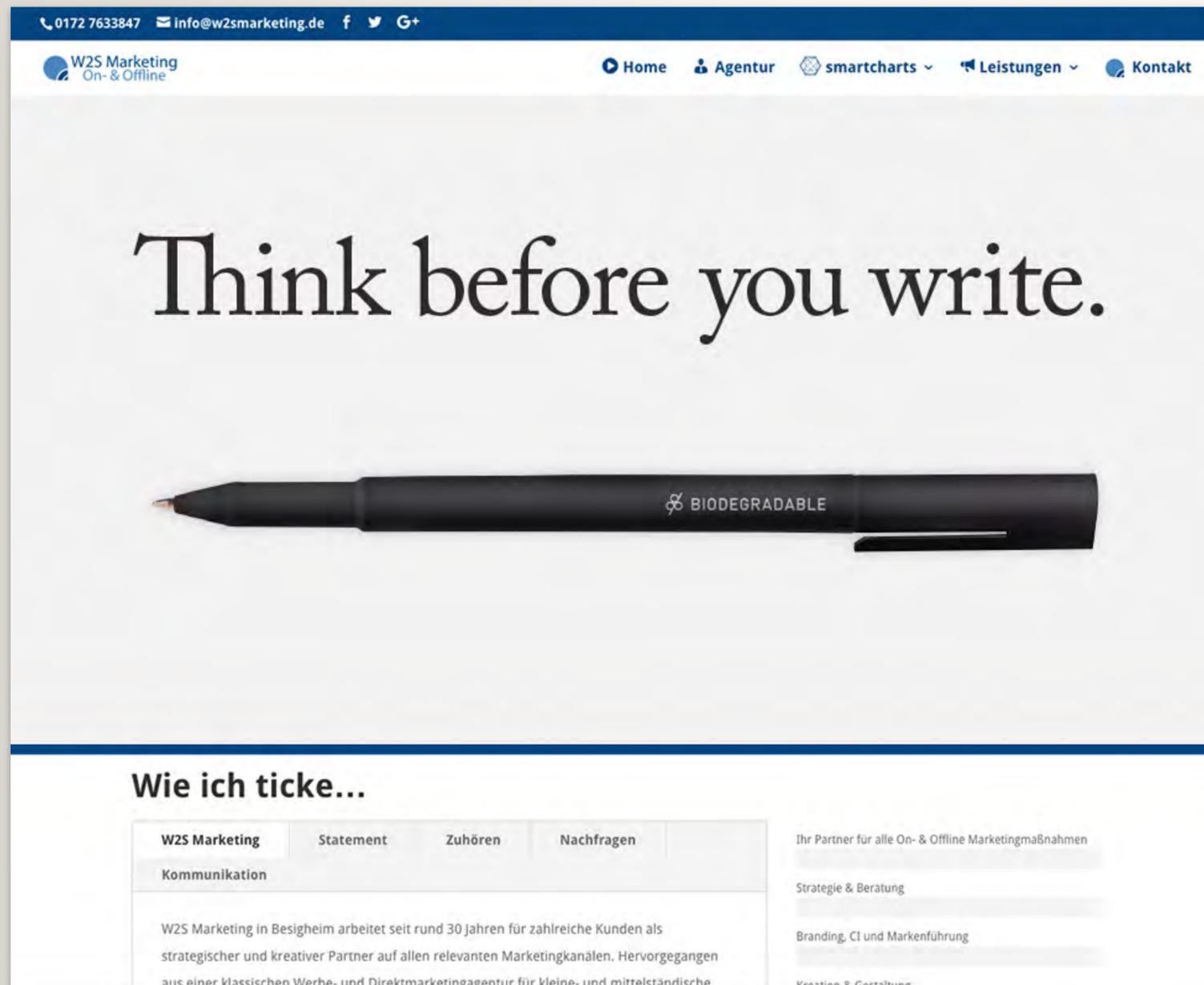
Nehmen Sie in Ihr Navigationsmenü nur die wichtigsten Seiten auf, damit Ihre Besucher schnell und einfach auf die Inhalte, die sie interessieren, navigieren können.

50%

50% aller Website-Besucher, die über einen Verweis oder eine Suche auf Ihre Seite kommen, orientieren sich anhand Ihres Navigations-Menüs.

Je einfacher Ihr Menü ist, umso länger bleiben, lesen und umso eher kaufen Ihre Besucher.

Ihre Überschrift



Einer der wichtigsten Inhalte (Content) Ihrer Website ist die **Website-Überschrift**, die ganz oben, in der Mitte oder auf Ihrem Startbild bzw. Ihrem Startvideo erscheinen kann.

Bringen Sie Ihre Überschrift fokussiert und für den Besucher gewinnbringend auf den Punkt, um den es geht.

Je kürzer und zielgerichteter Ihre Überschrift ist, umso besser...

Ihre Handlungsaufforderung (Call-to-Action)

Beratungstermin vereinbaren und 250 Visitenkarten gratis* erhalten!



Jetzt Termin vereinbaren

*(Gestaltung, Druck, Lieferung frei Haus) Texte, Bildmaterial, Grafiken u.a. für die Erstellung notwendige Materialien werden vom Auftraggeber gestellt, sofern kein Auftrag für die Erstellung erteilt wird, siehe auch Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB).

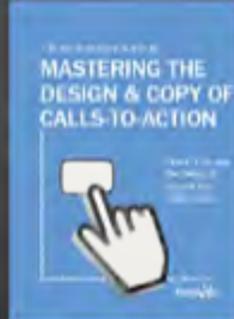
Danke für Ihren Besuch
Ihre 15+ Tipps für eine bessere Website...

w2smarketing.de

15+ Ideen für Ihre erfolgreiche Website. Darauf kommt's an.

Sichern Sie sich jetzt Ihr Gratisexemplar.

jetzt gratis holen!



FREE GUIDE: Mastering the Design & Copy of Calls-to-Action

Learn key techniques to improve and optimize your calls-to-action for maximum conversions.

Download Ebook Now



Sie möchten Standortbetreiber werden und einen eigenen POPPPY aufstellen? Schreiben Sie eine mail oder rufen Sie mich an unter 0172 7633847

Anfrage per mail

Stellen Sie Ihre Handlungsaufforderung optisch in den Vordergrund, mit gut sichtbarem Button am besten direkt auf Ihrem relevanten Content oder direkt darunter. Schreiben Sie aktiv und auffordernd und heben Sie die Belohnung, den Mehrwert optisch sichtbar hervor. **Nicht klicken muß für den Besucher „gefühl zu einem Verlust“ führen...**

Um was geht es bei Ihnen?



Handel, Produktion, Direktvertrieb oder Dienstleistung?

Zeigen Sie, wenn möglich z.B. in einer Galerie oder einem Portfolio was Sie machen, verkaufen oder produzieren.

Bilder, Beschreibungen und für die Entscheidung nützliche Informationen sind hier bestens aufgehoben und dienen der Zielerreichung, i.d.R. also der Kontaktaufnahme oder noch besser, dem (Online-) Verkauf.

Das richtige Maß ist hier entscheidend.

Bloggen Sie!



Erwägen Sie, Ihre Seitenbesucher auf Ihren Blog zu lenken bzw. diesen aktiv auf der Seite zu bewerben. Beispielsweise über das einspielen aktueller Posts und Artikel.

Blogs sind in vielen Fällen **ideal, um Informationen, Hilfestellungen, Kommentare und Diskussionen zu steuern.**

Außerdem dienen sie der Imagebildung und der Bindung an Ihre Seite.

Wer sind Sie?



Schaffen Sie mit Transparenz Vertrauen. Liefern Sie Ihren Besuchern einen Überblick über Ihr Team, Ihr Unternehmen und aktuelle News.

Kurz, informativ und mit Bildern und Grafiken unterlegt, so **geben Sie sich und Ihrem Tun ein Gesicht** und kommen aus der Anonymität...

Oft auch titulierte als

„Über uns“

„Das Team“

„Unternehmen“

Kompetenz und Image



Für das Image Ihres Unternehmens und Ihrer Produkte ist Ihr Ansehen und Ihre Glaubwürdigkeit von immenser Wichtigkeit. Eine Kundenliste (mit Logos), positive Kunden-Erfahrungsberichte (Testimonials), Auszeichnungen, Awards, Presseberichte und Vertrauensiegel tragen dazu bei Ansehen und Glaubwürdigkeit herzustellen. Ob Sie diese im Footer Ihrer Seite oder über die Menüleiste sichtbar machen kommt auf das Konzept an.

Hier gilt die alte Regel „**Tue gutes und sprich darüber**“ mehr denn je.

Soziale Medien



Glaubwürdigkeit ist das Schlüsselwort, wenn Sie sich in den Sozialen Medien bewegen. Facebook, Twitter, Instagram, SnapChat, XING und viele mehr eignen sich nicht für durchsichtige Werbemaßnahmen und plattes Auftreten. Und vor allem lassen sich dort gemachte Fehler kaum aus der Welt schaffen.

Authentizität, Transparenz und Ehrlichkeit sind die Mittel der Wahl, wenn Sie Glaubwürdigkeit demonstrieren und belegen wollen. Dann allerdings lohnt es sich meistens auf der eigenen Seite direkten Bezug zu den jeweiligen Medien herzustellen.

Eigenschaften und Vorteile präsentieren

0172 7633847 info@w2smarketing.de f t G+

W2S Marketing Home Über mich Leistungen Poppy Kontakt

Packages für **kleine und mittlere Unternehmen**

Der erste Eindruck ist häufig die einzige Chance... Ihr professioneller Auftritt von Anfang an.

StartUp BASIS-Package	StartUp PLUS-Package	StartUp PROFI-Package	Individuelles Package
Das StartUp BASIS-Package für Ihre Geschäftsausstattung beinhaltet die wichtigsten Tools, damit Sie ab Gründung sofort Präsenz zeigen und aktiv agieren können.	Das StartUp PLUS-Package beinhaltet die wichtigsten Bestandteile einer modernen Geschäftsausstattung, inklusive einer professionellen marketingorientierten Website.	Das StartUp PROFI-Package liefert Ihnen zu Ihrer Geschäftsidee das passende Erscheinungsbild samt Logo und einer Richtlinie für Ihre Corporate Identity.	Keines der 3 Modelle ist für Sie passend? Dann unterhalten wir uns und ich schnüre Ihnen das für Ihr Unternehmen oder Projekt passende Paket. Versprochen.
ideal für Kleingewerbe	ideal für Freiberufler	ideal für KMU	ideal für alle Projekte
<ul style="list-style-type: none"> • Visitenkarten-Website • 500 Visitenkarten* • 1.000 Briefbögen / Geschäftspapier* 	<ul style="list-style-type: none"> • Website (Internetpräsenz mit bis zu 10 Seiten) • Template und / oder Designvorlage für Email • 1.000 Visitenkarten* • 2.000 Briefbögen / Geschäftspapier* • 1.000 Flyer* 	<ul style="list-style-type: none"> • Logogestaltung • Kleiner CI-Guide (Corporate Identity Richtlinie) • Website (Internetpräsenz mit bis zu 20 Seiten) • Template und / oder Designvorlage für Email • 1.000 Visitenkarten* • 2.000 Briefbögen / Geschäftspapier* • 1.000 Flyer* • Präsentationsvorlage (Master für Keynote od. PowerPoint) 	<ul style="list-style-type: none"> • Alle Leistungen, die Sie für Ihr Unternehmen, Ihr Produkt bzw. Ihre Kommunikation benötigen, können selbstverständlich individuell, projektbezogen oder nach Marketingbedarf zusammengestellt und angeboten werden.

Kommunizieren Sie positive Eigenschaften und eindeutige Vorteile Ihrer Leistungen und Produkte übersichtlich über eine(n)

- Portfolio-Darstellung,
- Flip-Box-Darstellung,
- Vorher-Nachher-Vergleich
- oder ähnliche Stilmittel

Die Art der Darstellung hängt von der Seitenkonzeption ab, sollte aber bei der Planung der Seite definitiv auf Ihrer Agenda stehen.

Machen Sie ein Angebot das man nicht ablehnen kann...

DOWNLOAD
FREE

Nutzen Sie Ihre Seite zur Generierung von Interessenten (Leads) indem Sie z.B. über ein Pop-up-Fenster oder ein CTA (Handlungsaufruf) zur Anmeldung zu Ihrem Newsletter auffordern.

Oder stellen Sie ein Whitepaper (Spezialreport zu einem definierten Thema), ein Ebook, einen Gutschein oder ein Testprodukt als Belohnung für die email-Adresse in Aussicht. **Machen Sie ein Angebot das Ihr Besucher nicht ablehnen kann.**

Gleich wie - die Adressen Ihrer Interessenten sind Kapital, das es zu sichern gilt. Kapital deshalb, weil es sich hier um potentielle Kunden und Umsätze handelt. Die Frage ist also nicht ob man es tun sollte, sondern warum es noch nicht passiert...

Ihr Wettbewerb tut es bereits.

Materialien und Download-Bereich



Haben Sie relevante Medien, die Ihre Besucher interessieren könnten? Denkbar sind hier insbesondere **Kataloge, Flyer, Datenblätter, Presseartikel, Logos, technische Zeichnungen, Vorlagen, Videos, Präsentationen, Podcasts** und vieles mehr.

Alles was aus Interessenten Kunden und aus Kunden Stammkunden machen kann kommt in Frage. Und je relevanter dieses Thema ist, desto mehr gehört es in die Navigation auf Ihrer Seite.

Lassen Sie Interessenten auf keinen Fall umständlich danach suchen.

Stichwörter und Suchfunktion



Je mehr Content Sie auf Ihrer Seite verwalten und je mehr Seiten Ihre Homepage umfasst, desto wichtiger wird eine gut funktionierende Suchfunktion mit Lupen-Icon und Textfeld.

Außerdem helfen für die Suche die sogenannte Sitemap und Schlagwörter sowie die korrekte Auszeichnung von Bildern und Grafiken mit Alt-Text, Beschreibung etc.

Idealerweise oben rechts auf der Seite platziert, denn das ist für Ihren Besucher der „gelernte Ort“ dafür. Auch hier gilt, verstecken ist keine gute Idee.

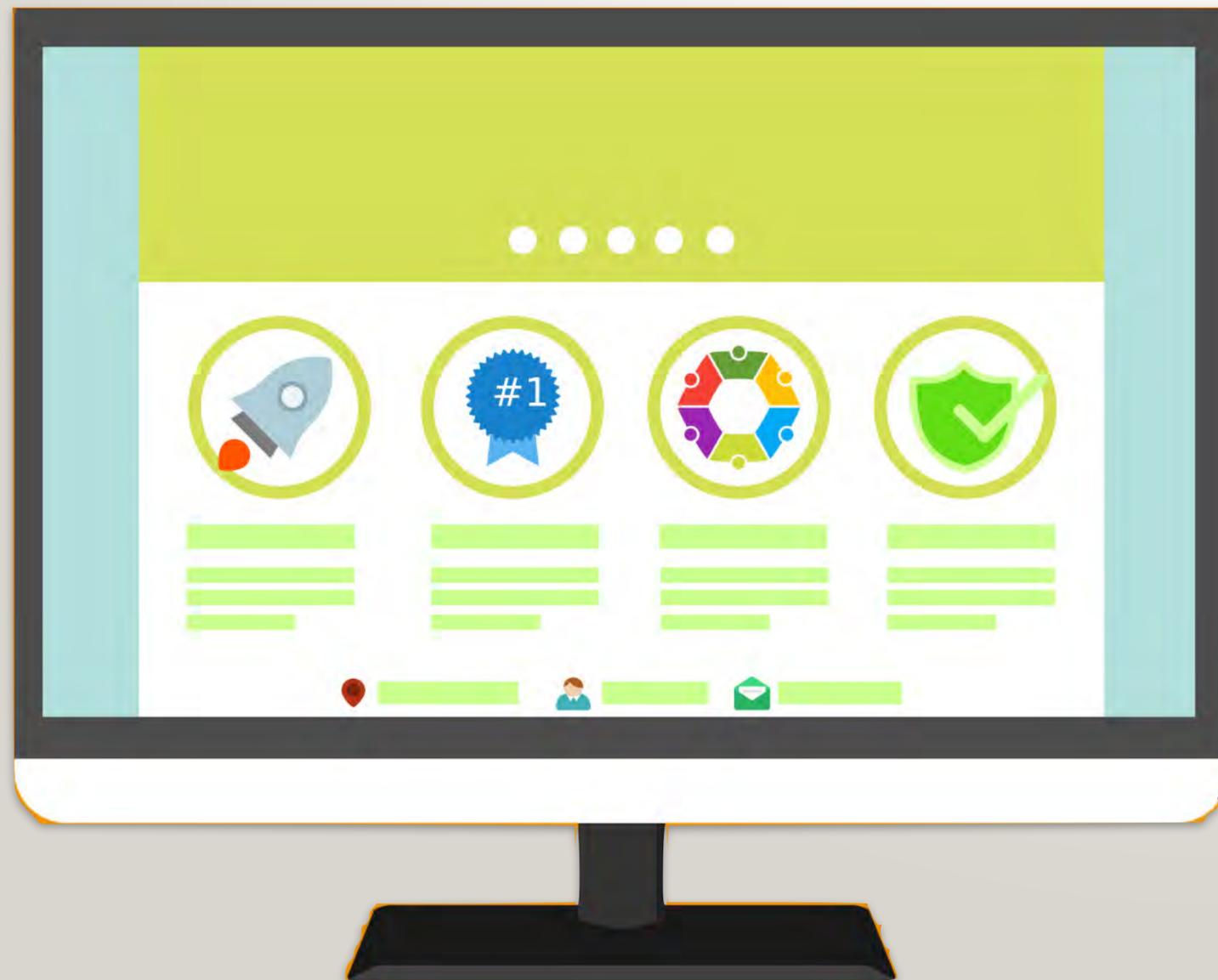
Suchmaschinen-Optimierung (SEO)



Um in relevanten Suchmaschinen gefunden zu werden - relevant heißt im DACH-Raum „Google“ - ist es unabdingbar, Zeit in die richtigen Suchwörter (Keywords) zu investieren. Lange oder kurze Suchbegriffe, groß und/oder kleingeschrieben, umschreibende Begriffe und Sätze uvm.

Je knackiger Sie Ihre Suchwörter eingrenzen und definieren, umso leichter machen Sie es Google und damit Ihren Besuchern Sie zu finden. Über die organische Suche gefunden zu werden und hier eine gute Position zu erreichen, heißt werblich ganz vorne zu sein ohne Geld in die Hand nehmen zu müssen.

Der Footer (Fußzeilen-Bereich)



Der Footer oder Fußzeilen-Bereich Ihrer Seite gehört zu den Standardelementen einer Website. Impressum, Datenschutzerklärung und Kontakt sollten dort von jeder einzelnen Unterseite erreichbar sein.

Je nach Konzeption können im Footer auch Adresse, Anfahrtsbeschreibung und ein Eingabefenster für Email-Kontakt enthalten sein. Oder aber Elemente wie Social Media-Icons.

Speziell die Kontakt-Informationen sind ein Muß, da Ihre Besucher dies einfach erwarten.

Brauche ich alle diese Elemente?



Ihre Website / Homepage kann alle Elemente, die Sie hier kennengelernt haben, enthalten, muß aber nicht. Wichtig ist, was für Ihre Zielgruppe, Ihre Interessenten, Ihr Unternehmen und Ihr Produkt wichtig ist. Ihre Besucher sind der Maßstab für den Content auf Ihrer Seite. Deshalb sind Analyse, Planung und Konzeption sowie die eine oder andere Frage im Vorfeld das A&O.

Alles ist möglich, nichts muß...



Bringen Sie Ihre Besucher dazu mehr zu wollen, nicht weniger...

8 Schritte zu Ihrem Online-Auftritt



1. Erstberatung und IST-Analyse
2. Bedarfs-Analyse
3. Angebot
4. Arbeitstermin für Website-Planung
5. Konzeption und Abstimmung
6. Off- oder Online-Erstellung der Website
7. SEO-Maßnahmen (on-/offpage)
8. Kontinuierliche Optimierung

Rufen Sie jetzt an!



W2S Marketing

Stefan Sobeck

Ilfelder Str. 43/1

74354 Besigheim

Tel. 07143 811010

Tel. 0172 7633847

info@w2smarketing.de

w2smarketing.de

oder scannen Sie den QR-Code



