

Submissions ANZEIGER



29.03.2019

Nr. 63

Tageszeitung für öffentliche und private Ausschreibungen sowie Informationen für Baugewerbe, Handwerk, Industrie und Handel

Webseiten renovieren und modernisieren

Hausbesitzer, deren Immobilie nicht mehr ihren Anforderungen entspricht, reißen diese meist nicht ab und bauen eine neue. Sie renovieren diese vielmehr. Ähnlich verhält es sich mit in die Tage gekommenen Webseiten. Auch bei ihnen genügt oft eine Renovierung.

VON BERNHARD KUNTZ

Ich brauche eine neue Webseite.“ Solche Anrufe erhalten Marketingberater oft von Selbstständigen. Und fragen sie dann nach „Warum?“, erhalten sie meist Antworten wie:

- „Meine (bzw. unsere) bestehende Webseite
- ... spiegelt nicht mehr meine (bzw. unsere) Leistungen wider,
- ... ist nicht für die mobilen Endgeräte wie Smartphones und Tablets geeignet,
- ... lockt zu wenig Besucher an,

Fortsetzung auf Seite 40

ANKAUF / VERKAUF

gebr. Schredder und Siebanlagen

für Altholz, Gewerbemüll, Wurzelstöcke, Grünabfälle usw.

HAWAMEX Recycling & Umwelttechnik

Telefon 0 44 41 / 92 19 21 · Telefax 0 44 41 / 92 19 22
E-Mail: info@hawamex.de



www.hawamex.de

Webseiten renovieren und ...

Fortsetzung von Seite 1

- ... veranlasst zu wenige Personen, mich (bzw. uns) zu kontaktieren,
-“

Webseite renovieren statt wegwerfen?

Das mag ja sein. Doch müssen (Einzel- oder Klein-)Unternehmer deshalb, bildhaft gesprochen, gleich die ganze Webseite in die Mülltonne werfen und eine neue entwickeln? Bei einem Wohnhaus, das ihren Wohnansprüchen und -bedürfnissen nicht mehr entspricht oder dessen Wohnzimmer ihnen nicht mehr gefällt, würden sie dies in der Regel doch auch nicht tun. Sie würden das Haus vielmehr zum Beispiel umbauen. Oder renovieren. Oder modernisieren. Nicht nur, weil dies meist preiswerter ist, sondern auch weil dies ihnen einen lästigen Aus- und Umzug erspart. Ähnlich verhält es sich bei einer Webseite.

Deshalb schauen sich gute Marketingberater, wenn sie ein Kunde mit dem Anliegen „Ich brauche eine neue Webseite“ kontaktiert, dessen bestehende Webseite zunächst an, und nicht selten geben sie ihm anschließend den Rat: „Beschränken Sie sich auf eine Renovierung oder Modernisierung Ihrer Webseite, und geben Sie das gesparte Geld lieber für andere, mindestens ebenso wichtige Dinge aus.“

Webseite ist oft nicht die zentrale Schwachstelle

Denn oft zeigt sich im weiteren Gespräch

pflügen, und/oder

- keine entwickelten Produkte, die er seinen Zielkunden – sei es auf seiner Webseite oder in seinen Mailings und Telefonaten – offerieren kann, und/oder
- hat seine bestehende Webseite schlicht nicht für die Websuche optimiert, weshalb diese auch kein potenzieller Kunde findet.

Oder: Er war jahrelang im Marketing-Tiefschlaf und hegt nun die Illusion, dass ihm mit einer neu gestalteten Webseite die Aufträge gleich gebratenen Täubchen in den Mund fliegen.

Ein „Facelifting“ genügt bei Webseiten oft

In solchen Fällen raten gute Marketingunterstützer den Selbstständigen bzw. Firmeninhabern:

- „Überarbeiten Sie die Texte auf Ihrer Webseite.“ Und/oder:
- „Integrieren Sie in diese folgende weiteren Unterseiten ‚...‘.“ Und/oder:
- „Nehmen Sie am Layout folgendes Facelifting ‚...‘ vor.“ Und/oder:
- „Optimieren Sie den Quelltext der Webseite für die Websuche.“
- „....“

Oder kurz: „Renovieren und/oder modernisieren Sie Ihre bestehende Webseite.“

Webseite muss ihre Grundfunktionen erfüllen



Sie darf also nicht einer unaufgeräumten Schublade mit allem möglichen Krimskrams gleichen.

Unabdingbar ist jedoch, dass die Webseite den Besuchern das Gefühl vermittelt: „Dieser Berater kann mir vermutlich beim Lösen meines Problems helfen, weil...“ Denn nur dann kontaktiert er den Berater. Entsprechend fokussiert und kundenorientiert sollten die Aussagen auf der Webseite sein.

Zudem sollte die Webseite im Netz gut gefunden werden. Denn was nutzt Ihnen eine 1A-Webseite, die niemand findet? Sie ist ebenso nutzlos wie die Leuchtreklame einer Imbiss-Bude, die nicht auf dem Dach oder an der Fassade montiert ist,



mit dem Unternehmer: Seine Webseite hat zwar einige Schwächen, die behoben werden sollten, doch sein eigentliches Problem ist, ein anderes. Er hat zum Beispiel

- kein Marketingsystem, um seine Zielkunden Schritt für Schritt zur Kaufentscheidung zu führen, und/oder
- keinen Adresspool, um den Kontakt mit potenziellen Interessenten zu

Dabei sollten Selbstständige bzw. Unternehmer – sofern sie keine Werbegrafiker oder Industriedesigner sind – jedoch stets beachten: Ihr Ziel ist es nicht, mit ihrer Webseite Design-Preise zu gewinnen. Sie wollen vielmehr potenzielle Kunden veranlassen, sie zu kontaktieren. Hierfür muss ihre Webseite kein layouterisches Glanzstück sein: Sie muss jedoch professionell wirken und gut strukturiert sein.

sondern in einem dunklen Kämmerchen verstaubt.

Konzentrieren Sie sich beim Renovieren oder Modernisieren Ihrer Webseite also darauf, dass diese die genannten Grundfunktionen erfüllt. Denn nur dann kann sie ihre Funktion in Ihrem Marketingsystem erfüllen.

Quelle + Foto: www.die-profilberater.de