



CPS-IT MEHR WERT IM NETZ



Whitepaper

Aus Besuchern Kunden machen

ANALYTICS

.....
AUTHORIZED
CONSULTANT
.....





Aus Besuchern Kunden machen

Website Betreiber sind meist auf die Anzahl der Besucher bzw. die von diesen aufgerufenen Seiten (Page Impressions) fokussiert. Leider kann man sich von Page Impressions nichts kaufen. Dass das ein Problem ist, kann man anhand verschiedener Web2.0 Projekte wie Facebook, StudiVZ oder auch Skype nachvollziehen. Diese haben zwar unfassbare Nutzerzahlen, nur verdienen sie leider nichts daran. Es ist daher wichtig, dass Sie ihre Website dahingehend ausrichten, einen großen Teil Ihrer Besucher auch zu Kunden zu machen.

Diese Thematik allgemein gültig zu behandeln, ist kaum möglich, da verschiedenen Websites vollkommen unterschiedliche Business-Modelle zugrunde liegen. Es kann sein, dass Sie Ihre Produkte direkt online verkaufen (z.B. Shop oder Buchungsseite), über Werbung Geld verdienen (z.B. Zeitung) oder ihre eigene Leistung bewerben, da diese zu komplex ist, um direkt über das Internet verkauft werden zu können (z.B. Immobilien). Sie werden daher in keinem Falle alle hier aufgeführten Punkte für sich adaptieren können. Picken Sie sich schlicht die relevanten heraus und sehen Sie die folgende Darstellung als Anregung.



Nicht nur vorstellen, sondern verkaufen

Es gibt viele schlechte Verkäufer, die nie etwas verkaufen, weil Sie Angst davor haben, eine Absage zu erhalten. Stattdessen wird lieber noch mal erklärt und verklärt. Oftmals erscheint die Leistung auch als zu komplex, als dass diese direkt verkauft werden könnte.

Generell sollten Sie sich bemühen Ihre Website möglichst stark auf das Verkaufen auszuliegen. So werden beispielsweise auch Dienstleistungen nur selten über das Internet verkauft, wie sie uns aber gleich beweisen werden, ist es dennoch möglich.

Erleichtern Sie die Kontaktaufnahme

Ihr Kunde muss stets sehr einfach die Möglichkeit haben, mit Ihnen in Kontakt zu treten. Dies kann über die stets präsente Angabe von Kontaktdaten (am besten persönliche Ansprechpartner) oder Online-Formulare geschehen.

Bei solchen Kontaktformularen tun sie sich einen Gefallen, wenn sie die Anzahl der Pflichtfelder möglichst gering halten und somit niemanden abschrecken oder ausgrenzen (hat ggf. keine dt. Adresse und somit auch keine PLZ). Generell sollten Sie der [Gestaltung von Formularen](#) eine hohe Aufmerksamkeit widmen. Alternativ zu Onlineformularen sollten sie dem Benutzer weitergehend immer auch Telefon- und Faxnummer, Rückrufoption etc. anbieten.

Weitergehend sollten die dem Besucher der Seite auch einen guten Anlass zur Kontaktaufnahme bieten.

- Laden Sie ihn ein Fragen zu stellen
- Geben Sie ihm die Möglichkeit weiterführende Informationen anzufordern
- Lassen Sie ihn einen Termin vereinbaren
- Bieten Sie Mehrwert-Beratungsangebote online gegen Kontaktaufnahme (z.B. Online Rechner, deren Ergebnis per E-Mail geschickt wird)
- Etc.



Vertrauen schaffen

Stellen Sie sicher, dass auf Ihrer Webseite Vertrauen geschaffen wird. Im Folgenden einige Varianten, wie Sie dies sicherstellen können:

Stellen Sie Ihr Team vor.

Menschen sind gewohnt, bei Menschen zu kaufen. Es fällt daher leichter, zu Menschen Vertrauen aufzubauen als zu unbekanntem Marken. Überlegen Sie daher, ob und wie Sie Ihr Team umfangreich vorstellen.

Stellen Sie Ihr Unternehmen vor.

Über das Team hinaus gibt es mit Sicherheit einiges über Ihr Unternehmen zu erzählen. Auch wenige Informationen können beim Besucher schon entsprechendes Vertrauen schaffen. In keinem Falle sollten Sie sich auf die Pflichtangaben im Impressum beschränken.

Lassen Sie sich zertifizieren.

Insbesondere im Bereich Shops existieren verschiedene Zertifizierungsmöglichkeiten. Ist dem Kunden das Zertifikat bekannt, so wird er das damit assoziierte Vertrauen automatisch auf sie übertragen.

Profitieren Sie von der Reputation Ihrer Partner.

Agieren Sie mit Partnern, welche bei Ihnen potentiellen Kunden ein großes Vertrauen genießen. Beispielsweise könnten Sie auf Ihrer Website vornehmlich Markenprodukte verkaufen oder beim Zahlungsanbieter auf bekannte Unternehmen wie [PayPal](#) zurückgreifen.

Zeigen Sie Rezensionen.

Bieten Sie die Möglichkeiten für Rezensionen oder verweisen Sie auf die Rezensionen durch andere (z.B. Stiftung Warentest).

Halten Sie eine einsehbare Feedback-Möglichkeit vor.

In einem Gästebuch / Feedback-Bereich können Ihre Besucher Ihre Meinung über Ihre Leistungen kundtun. Schaffen Sie diese Möglichkeit, so dass andere Besucher sich darüber informieren können, was andere über sie denken.



Warum ist der Besucher zu Ihnen gekommen?

Die Herkunft des Besuchers sagt viel über seine Interessenlage aus, z.B. das Keyword, über das er Sie gefunden hat. Behalten Sie beim Aufbau Ihrer Seite dies stets im Hinterkopf. Wenn der Kunde einen konkreten Rat dazu sucht, wie er bei seinem Auto XYZ repariert, so sollten sie ihn nicht von den Verzügen ihres Unternehmens oder eines neuen Autos überzeugen, sondern ihm vielmehr das entsprechende Ersatzteil versüßt mit einer Anleitung verkaufen.

Wenn nicht das, dann vielleicht das?

Wenn sich der Benutzer nicht für ein Produkt bzw. einen Inhalt entscheidet, so kann nichts desto trotz ein anderes Produkt für ihn von Interesse sein. Sie sollten daher zu jedem inhaltlichen Angebot bzw. Produkt dem Benutzer auch entsprechende Alternativen vorstellen.

Kunden, die diesen Artikel gekauft haben, kauften auch: Seite 1 von 19

Warum Männer nicht zuhören und Frauen schlecht einparken DVD ~ Benno Fürmann ★★★★☆ (15) EUR 15,95	8 Blickwinkel DVD ~ Dennis Quaid ★★★★☆ (30) EUR 17,95	Ein Schatz zum Verlieben DVD ~ Matthew McConaughey ★★★★☆ (7) EUR 17,95	Doctor's Diary - Staffel 1 DVD ~ Diana Amft ★★★★☆ (27) EUR 17,95	27 Dresses DVD ~ Katherine Heigl ★★★★☆ (7) EUR 12,95

[Amazon](#) am 08.09.2009

Ebenso können Sie dem Kunden neben alternativen auch additive Produkte anbieten:

Kunden, die diesen Artikel gekauft haben, kauften auch:

Targus Value Notebooktasche für 15,4 Zoll, schwarz EUR 14,67	Hama Notebooktasche Sportsline Easy schwarz (Polytex) geeignet für 15,4 Zoll... ★★★★☆ (5) EUR 15,95	Hama Notebook Mouse RM100 Optische USB-Maus ★★★★☆ (14) EUR 11,95	Kensington Notebooktasche Simply Portable 1 (bis 15,4" Notebooks) ★★★★☆ (20) EUR 11,95

[Amazon](#) am 08.09.2009



Übersichtlich und Auffindbar

Der Besucher Ihrer Website muss sich auf Ihrer Website gut zurechtfinden und finden, was er sucht. Im Folgenden stehen drei entsprechende Aspekte der Website im Fokus:

Suche

Oft bedient sich der Kunde der Suchmöglichkeit auf einer Seite. Hier müssen entsprechende Features sichergestellt sein, dass der Kunde hier nicht nur sucht sondern auch findet.

(Produkt-)Übersichten

Oftmals muss eine Vielzahl an Produkten dargestellt werden (eBay hat allein über 12.000 Kategorien, ganz zu schweigen von den Produkten). Sie werden daher nicht umhin kommen, mit entsprechenden Übersichten / Tabellen / Listen zu arbeiten. Das [Smashing Magazine](#) hat eine sehr gute [Übersicht über gut gemachte Tabellen](#). Diese sollten dem Kunden auf den ersten Blick eine gute Übersicht und im zweiten Schritt sowohl eine Sortierung als auch eine Selektion des Angebotes ermöglichen.

Produkteinzelsicht

Es müssen hier für den Besucher eine entsprechende Übersichtlichkeit und der Zugang zu den wesentlichen Informationen sichergestellt sein (Preis, Buchungsmöglichkeit, Versandkonditionen etc.). Neben einer aufgeräumten Darstellung sind hier hochwertige Inhalte enorm wichtig.



CPS-IT MEHR WERT IM NETZ



Fazit

Konzentrieren Sie sich nicht nur darauf, möglichst viele Besucher auf Ihre Website zu locken, sondern stellen Sie auch sicher, dass diese eine Aktion (z.B. ein Kauf oder eine Kontaktaufnahme) durchführen. Die Effektivität und Effizienz solcher Aktionselemente ist mess- und optimierbar.

Ihre Ansprechpartner für weitergehende Fragen



CPS-IT MEHR WERT IM NETZ



Consulting Piezunka und Schamoni

Information Technologies GmbH

Rosenthaler Straße 33

10178 Berlin

www.cps-it.de

Sascha Böttcher

Tel. 030-27595371

boettcher@cps-it.de

CODES /

webalytics e.K.

Saarstrasse 20

68623 Lampertheim

www.webalytics.de

Holger Tempel

Tel. 0700- 9322598427

info@webalytics.de