

Die 5 dümmsten Fehler, warum Webseiten nicht verkaufen.

Wo steht Ihre Webseite heute?

Mein Name ist Klaus Rog und ich bin seit 1974 selbstständig. Heute helfe ich Unternehmen dabei, ihre Webseite zu virtuellen Verkäufern zu machen.

Wenn ich Unternehmer frage, warum sie eine Website haben, kommen meist immer die gleichen Antworten. „Das Unternehmen soll im Internet bekannt werden.“ „Die Kunden bekommen über die Website entsprechende Informationen.“ „Wir wollen unser Team präsentieren.“ Klingt alles ganz toll und entspricht auch sicherlich der Wahrheit. Aber eine Website dient in erster Regel dazu, etwas zu verkaufen. Dabei spielt es keine Rolle, ob es sich um Produkte oder Dienstleistungen handelt. Ein Modegeschäft möchte seine Kleidung verkaufen. Und ein Handwerker oder auch ein Anwalt wollen ihre Dienstleistung an die entsprechenden Kunden verkaufen. Sie haben also alle das gleiche Ziel. Leider wird dieses aber nur von den wenigsten Webseiten auch wirklich verfolgt.

Erster Fehler: Sie setzen keine Landing Page ein!

Nichts eignet sich im Internet besser, als eine Landing Page. Dabei handelt es sich um eine Inhaltsseite, die nur einen Zweck erfüllt. Landingpages sind bis zu 300% effektiver wie die "normalen" Webseiten Ihrer Konkurrenz. Der Besucher hat nur die Möglichkeit eine bestimmte Aktion auszuüben. Das kann der Kauf eines Produktes, die Eintragung in eine E-Mail-Liste oder die direkte Kontaktaufnahme sein. Der Aufbau einer Landing Page ist ebenso einfach, wie ihr Sinn. Es gibt nur ein Thema, eine Handlungsmöglichkeit und entsprechend auch nur eine Zielgruppe. Mit Hilfe der Landing Page können die Besucher und Kunden aber auch auf die Hauptseite gelenkt werden.

Auf eine Landing Page gehört die Option, Ihre Kunden oder Besucher mit einem Mehrwert-Geschenk zu locken. Schließlich bekommt jeder gerne in Geschenk und die meisten Internetnutzer können einem „Gratis“ oder „Geschenkt“ nicht widerstehen.

Fehler zwei: Der Anreiz ist zu gering.

Machen Sie dieses Geschenk für Ihren Interessenten so wertvoll wie möglich. Geben Sie ihm viel Wissen zu Ihrem Thema und lassen Sie ihn so merken, dass Sie Experte auf diesem Gebiet sind. Das Geschenk muss also sehr Wertvoll für ihn sein, damit er seine (echte) Emailadresse hinterlässt.

Das kommt nicht nur gut bei den Internetnutzern an, sondern kann auch dafür sorgen, dass diese Sie an Freunde und Bekannte weiterempfehlen.

Damit wird schon einmal ein positives Erlebnis mit Ihrer Website erzeugt und Sie haben E-Mail-Adresse des Besuchers erhalten. Es muss also ein großes Geschenk sein. Die kleinen Dinge im Leben

machen zwar Freude, veranlassen aber heute längst nicht mehr den Besucher seine Email-Adresse zu hinterlassen.

Fehler Nr. 3: Sie haben keine ansprechende Startseite!

Das erste, was die Internetnutzer von Ihrer Website sehen, ist die Startseite. Oftmals wird davon ausgegangen, dass mehr einfach gut ist. Aber eine überladene Startseite wirkt eher abschreckend auf die Besucher. Niemand möchte sich durch viel Text und eine Flut von Bildern quälen. Ist dann auch kein Mehrwert vorhanden, fragt sich der Besucher natürlich, was er hier verloren hat und verlässt die Website. Auch auf einer Startseite sollten entsprechende Handlungsaufforderungen zu finden sein. Die Besucher sollen animiert werden. Plumpe Sprüche sind zu vermeiden. Eine gekonnte und versteckte Botschaft kommt besser bei dem Besucher an und verfehlt nie ihre Wirkung. Ein anderer wichtiger Punkt für die Startseite ist die Headline. Wie auch in der Presse ist diese wichtig und gibt dem Besucher bereits die ersten Informationen. Eine gut formulierte Headline hat schon den einen oder anderen Internetuser auf eine Website gelockt und ihn zum Verweilen verführt. Denken Sie immer daran, Ihre Website muss auch zum Unternehmen passen. Verzichten Sie auf viele Extras oder Schnörkel, wenn es nicht zu Ihrer Branche passt. Klare und strukturierte Linien sind besser. Zeigen Sie Ihrem Kunden direkt auf der Startseite, wonach er gesucht hat. Vermeiden Sie Firmengeschichten oder Vorstellungen. Ihr Kunde muss wissen, dass er bei Ihnen an der richtigen Adresse ist. Gehen Sie auch auf die Probleme und Bedürfnisse der Kunden ein. Niemand interessiert sich in erster Linie, für die Geschichte Ihres Unternehmens oder was Sie alles erreicht haben. Der Besucher will wissen, ob Sie ihm helfen können, bei dem was er sucht. Und genau das müssen Sie bereits auf der Startseite vermitteln.

Der 4te Fehler: Keine Zielkundendefinition

Richten Sie Ihre Website inhaltlich auf diese Zielgruppe aus. Verzichten Sie dabei auf Introseiten und zu viel schmückendes Beiwerk. Die Onlinebesucher haben wenig Zeit und wollen schnell an die Fakten und keine Zitate von Goethe lesen.

Sorgen Sie für lesbare Texte und eine übersichtliche Navigation auf Ihrer Website.

Analysieren Sie den Inhalt und die Angebote der Mitbewerber-Websites und bieten Sie mehr auf Ihrer Homepage. Lassen Sie den Nutzer etwas auf Ihrer Website machen (call to action), wie einen Anfragebutton klicken etc. Er fühlt sich dann gleich besser aufgehoben und sieht Ihren Internetauftritt nicht mehr als eindimensionales Informationswerk. Was genau sucht Ihr Zielkunde? Erstellen Sie von Ihrem Kunden einen "Kundenavatar" Ihr Kundenavatar ist das Fundament Ihrer Marketingstrategie. Versuchen Sie nicht jeden mit Ihrem Angebot zu erreichen, sprechen Sie Ihren Interessenten ganz gezielt an. Ihr potentieller Kunde möchte persönlich angesprochen werden, er möchte nicht Teil einer großen Masse sein. Führen Sie ein vertrauensvolles Gespräch mit ihm, helfen Sie ihm mit Lösungen seines Problems. Ihr Kunde interessiert sich nicht für Sie, jedenfalls jetzt noch nicht. Egoistisch wie er ist sucht er nur nach Lösungen seines Problems. Bieten Sie ihm diese in einem persönlichen, vertrauensvollen Dialog an.

Fehler Nr. 5: Keine Videos einsetzen

Videos erhöhen den Attraktivitätsgrad Ihrer Webseite enorm. Sie steigern die Aufmerksamkeit des Besuchers um über 50% und somit auch gleichermassen den Umsatz. 74 Prozent der Online User schauen gern Videos. Für Unternehmen sind Videos eine gute Chance, sich und die eigenen Produkte zu platzieren.

So setzen Sie dieses Marketinginstrument effektiv ein: Verzichten Sie auf teure Imagevideos zu Werbezwecken. Produzieren sie statt dessen "Erklärvideos", also Videos die Ihre Produkte oder Dienstleistungen beschreiben. Machen Sie so viel Videos wie möglich. Lassen Sie einfach Ihre Kunden sprechen wie gut Sie, Ihre Produkte oder Dienstleistungen sind.

Dabei ist es recht einfach mit einem eigenen Youtube-Kanal die Videos wie über einen TV Kanal zu zeigen. Und das ohne finanziellen Aufwand. Richten Sie einen Youtubekanal ein und laden Sie jedes Video hoch.

Studien haben bewiesen: Die Integration von Videos erhöht die Verweildauer auf einer Internetseite und macht diese crossmedialer.

Klaus Rog