



Professionelle Bilder und eine klare Struktur, wie hier z. B. bei der Beer Küchenmanufaktur, sind Kernelemente einer guten Website

Zeit für den Website-Check

Zeigen Sie im Internet, was Sie und Ihren Betrieb besonders macht?«, fragt Handwerksexpertin Andrea Eigel. In diesem Beitrag fasst sie zusammen, worauf es bei der Unternehmenspräsenz im Netz ankommt.

Foto: iLee/stock.adobe.com



Analysetools wie z. B. Google Analytics helfen dabei, die Website zu optimieren

WIE IM REALEN LEBEN, so ist auch im Internet der erste Eindruck entscheidend. Wirkt eine Website sympathisch und vertrauenerweckend auf den Besucher, vertieft er sich gerne weiter in die Inhalte. Bilder, Design, Farbgebung: Das nehmen Nutzer als erstes wahr. Allgemeingültige Gestaltungsregeln gibt es dafür kaum. Wichtig ist, dass der Look zum Betrieb passt und genau die Zielgruppen anspricht, die das Unternehmen für sich gewinnen möchte.

Was darf auf keinen Fall fehlen?

LEISTUNGEN: DAS BIETEN WIR! Nutzer, die nach einem Produkt oder einer Dienstleistung suchen, möchten beim Besuch einer Website möglichst direkt erkennen können, ob das jeweilige Angebot für sie in Frage kommt. Das bedeutet: Die wesentlichen Leistungen sollten auf der Startseite sofort erkennbar sein. Das komplette Leistungsspektrum wird dann auf entsprechenden Unterseiten ausführlich beschrieben.

Professionelle Fotos oder ein interaktiver 360-Grad-Rundumblick durch die Ausstellung bringen hochwertige Produkte und ein ansprechendes Ambiente dabei besonders überzeugend zur Geltung.

Tipp: Ermitteln Sie, nach welchen Begriffen (»keywords«) Ihre Kunden suchen und verwenden Sie diese in Ihren Texten. Ihre Kunden fühlen sich dadurch eher angesprochen und Ihre Seite wird von den Suchmaschinen besser gefunden.

POSITIONIERUNG: DAFÜR STEHEN WIR! Nimmt ein Websitebesucher direkt wahr, was Ihren Betrieb besonders macht? In meinem Beitrag in dds 9/2020 »In sieben Schritten zum USP« hatte ich bereits darauf hingewiesen, dass eine Positionierung nur dann gelingt, wenn sie für (potenzielle) Kunden wahrnehmbar ist. Dafür sollten alle Kommunikationsinstrumente einheitlich zentrale Kernbotschaften transportieren.

Manches Unternehmen hebt sich zum Beispiel durch einen besonderen Service von Mitbewerbern ab. Ein anderes hat sich auf ein gewisses Leistungsspektrum spezialisiert. Wieder ein anderes punktet mit Nachhaltigkeit oder legt besonderen Wert auf individuelles Design. Solche zentralen Positionierungen zeigen sich idealerweise durchgängig auf der Website: in Design, Bildern und Texten – und gerne auch in einem Unternehmensfilm.

WERTE: SO ARBEITEN WIR! Überzeugend wirken Tischlereien, die ihre Stärken und ihre Positionierung kennen und sie gut zu transportieren wissen. Betriebe, die ihre Werte (zum Beispiel Zuverlässigkeit,

WEBSITE-CHECK

Machen sie den **Website-Check**: auf dds-online finden Sie zu diesem Beitrag eine Checkliste mit 22 Punkten, anhand derer Sie Ihre Website überprüfen können. QR-Code scannen oder kurzlink eingeben:

l.ead.me/bbmm89



Nachhaltigkeit, Regionalität) sowie ihre Arbeitsweise beschreiben und den Kundennutzen herausarbeiten, machen damit deutlich, dass sie Verantwortung übernehmen, dass sie von ihrer Arbeit überzeugt sind und die Bedürfnisse ihrer Kunden verstehen. Kundenstimmen, Bewertungen, Referenzen, Zertifikate und Mitgliedschaften in Verbänden belegen, dass hinter den Worten Taten stecken.

PERSÖNLICHKEIT: DAS SIND WIR! Die genannten Aspekte tragen dazu bei, dass Websitebesucher das Unternehmen als seriös und vertrauenswürdig wahrnehmen. Aus Verkaufsgesprächen wissen die meisten, dass es noch auf einen weiteren Faktor ankommt: Sympathie. Wo die Chemie stimmt, machen Menschen gerne Geschäfte miteinander. Auch dafür können Sie im Web die Grundlage legen, indem Sie die Personen hinter den Leistungen sichtbar machen, indem Sie Ihre potenziellen Kunden direkt ansprechen und sie freundlich einladen, sich bei Ihnen zu melden.

Was sonst noch wichtig ist

Potenzielle Kunden sind jedoch zumeist nicht die einzigen, die Ihre Website interessiert. Auch Job-suchende schauen sich vielleicht auf den Seiten um. Haben Sie diese Zielgruppe ebenfalls im Blick? Wer auf Mitarbeiter- und Karriereseiten seine Vorzüge als Arbeitgeber herausstellt, offene Stellen gut sichtbar annonciert und einfache Kontaktmöglichkeiten offeriert, zieht Fachkräfte und Tischler-Nachwuchs an.

Schöne Fotos und informative Texte sind jedoch nur ein Faktor, um Besucher bei der Stange zu halten. Wer im Internet Erfolg haben möchte, stellt außerdem sicher, dass sich die Seiten zügig aufbauen und die Inhalte gut strukturiert sowie schnell erreichbar sind. Besonders wichtig: Nutzer sollten die Kontaktdaten direkt sehen und ohne große Hürden Kontakt aufnehmen können.

Mit einer Website sind auch rechtlichen Fragen verbunden. Besonders wichtig sind ein vollständiges Impressum und eine aktuelle Datenschutzerklärung. Hinweis: Achten Sie darauf, bei datenrelevanten Änderungen an Ihrer Seite auch die Datenschutzerklärung anzupassen.

Wenn sich Interessierte aufgrund des Besuchs auf Ihrer Website bei Ihnen melden, wissen Sie: »Meine Website kommt an!« Darüber hinaus empfehle ich, ein Analysetool einzubinden – zum Beispiel Google Analytics. Darüber erfahren Sie, wie lange Nutzer auf Ihrer Website verweilen und welche Inhalte sie besonders interessieren. Das hilft Ihnen, Ihre Seiten weiter zu optimieren.



Andrea Eigel hat sich als Beraterin, Rednerin und Seminarleiterin auf die Schwerpunktt Themen Marktpositionierung, Kommunikation, Mitarbeiterführung und Verkauf im Handwerk spezialisiert. www.andreaeigel.de

osmo[®]
...in form und farbe

WOHNGESUND ZUHAUSE

Osmo Spritz-Wachs ist ideal für alle Hölzer im Innenbereich, wo eine dauerhafte, pflegeleichte und strapazierfähige Oberfläche benötigt wird.

Z.B. Treppen, Möbel, Tischplatten
oder Küchenarbeitsplatten.



ANZEIGE

Ausleervorrichtung „Kipp-Boy“ von IQ-Tools

*Der praktische Werkstatthelfer für
Verdünnungen und Lacke aller Art.*

Die Ausleervorrichtung von Schwaiger wurde aufgrund einer konkreten Problemstellung beim Ausleeren von schweren Gebinden von bis zu 30 kg entwickelt. Ein ergonomisches Produkt wurde seitens Handwerker benötigt, das war die Initialzündung für Schwaiger.

Verdünnungen, Lacke und Flüssigkeiten aller Art können mit dem praktischen Werkstatthelfer schnell und rückschonend ausgeleert werden. Obendrauf ist der „Kipp-Boy“ vielseitig einsetzbar – 2 in 1 – dieser kann sowohl an der Wand befestigt werden oder auch selbstständig am Boden stehen.



Der „Kipp-Boy“ erleichtert das Arbeiten aller Schreiner und Tischler, welche tagtäglich mit schweren Gebinden zu tun haben. Alle Informationen zum Produkt und vielen weiteren Innovationen von Schwaiger finden Sie auf www.iq-tools.at

Schwaiger GmbH
6134 Vomp, Tirol
www.iq-tools.at

