

Hilfestellung

21.10.2020

5 Punkte die eine gute Webseite beachten muss

Viele Webseiten sorgen für weniger statt mehr Geschäft, weil Besucher einen schlechten Eindruck bekommen, die Webseite nicht bedienbar ist oder schlicht und ergreifend nicht deutlich ist wie dem Kunden geholfen wird. Wir haben diese Checkliste zusammengestellt, um Ihnen die Möglichkeit zu geben Ihre Webseite zu verbessern und einen guten Eindruck bei Ihren Besuchern zu hinterlassen.

1. Klare Kommunikation

Stellen Sie sich vor Sie gehen in ein Geschäft, in dessen Schaufenster nichts zu sehen ist und drinnen sehen Sie auf den ersten Blick ein undefiniertes Durcheinander. Jetzt denken Sie sich wahrscheinlich: „Was soll ich denn hier?“ - genau das gleiche gilt bei Webseiten. Der erste Satz, der auf Ihrer Seite zu sehen ist sollte klar machen, welches Problem Ihre Dienstleistung oder Ihr Produkt löst. Dadurch wird dem Besucher direkt klar, ob er an der richtigen Anlaufstelle ist. Außerdem vermeiden Sie Verwirrung, denn die entsteht wenn nicht klar wird, weshalb oder warum Ihr Geschäft überhaupt existiert.

2. Einfache Bedienbarkeit

Angenommen Sie wollen Ihre Wäsche in einem neu eröffneten Waschsalon um die Ecke waschen und alles muss durch Touchscreens bedient werden. Bei jedem Versuch eine Waschmaschine zu bedienen erscheint die Meldung: „Bitte erst bezahlen.“ aber Sie sehen keinen Münzeinwurf oder ähnliches. Wahrscheinlich war es das erste und letzte Mal, dass Sie dort Ihre Wäsche waschen wollten. Also was bringt es Ihnen bei Ihrer Webseite das schönste und modernste Design zu haben, wenn Ihre Zielgruppe nicht mehr erkennen kann was ein Button ist und was nicht? Jeder sollte in der Lage sein auf Ihrer Webseite dorthin zu gelangen, wo er hin will. Angenommen jemand sucht neue Schuhe, dann möchte derjenige keine anderen Vorschläge erhalten. Bei Ihrer Webseite soll es darum gehen, dass wichtige Elemente klar und verständlich dargestellt werden. Das heißt Buttons müssen aussehen wie Buttons, Links müssen aussehen wie Links und ganz wichtig, es sollen Abstände zwischen einzelnen Elementen auf der Webseite eingehalten werden, sodass die Möglichkeit besteht, die Seite zu überfliegen.

3. Schnelle Ladezeiten

Ihre Webseite kann noch so klar und gut strukturiert sein, wenn Sie am Ende nicht lädt bringt Ihnen das alles nichts. Eine gute Ladezeit bedeutet innerhalb 2 Sekunden. Google PageSpeed (developers.google.com/pagespeed) hilft Ihnen herauszufinden wie schnell Ihre Seite lädt und was sich optimieren lässt.

4. Spannende Inhalte

Sobald ein Besucher auf Ihre Webseite kommt hat er meistens ein Ziel im Kopf. Sie verkaufen beispielsweise Bäder, dann wollen sich neue Personen auf Ihrer Webseite wahrscheinlich über Bäder informieren. Damit der Besucher auch weiterhin davon überzeugt ist, bei Ihnen richtig zu sein, müssen Sie ihm das geben wonach er momentan sucht. Also stellen Sie auf Ihrer Seite schöne Bäder dar, die Sie selber gebaut haben. Damit kann sich ein potentieller Kunde schon mal ein Bild Ihrer Arbeit machen und herausfinden ob eine Zusammenarbeit Sinn macht. Falls Sie keine physikalische Waren verkaufen, sondern zum Beispiel Unternehmen beraten, dann können Sie auf Ihrer Webseite zum Beispiel Erfolgsgeschichten darstellen. Für jede Branche und Tätigkeit lässt sich etwas finden worüber sich ein Besucher zu aller erst informieren will und genau das gilt es auf der Webseite darzustellen.

5. Call-to-Action

Okay, also angenommen Ihre Webseite erfüllt alle oben genannten Punkte und jemand benötigt Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung, was soll derjenige jetzt machen? Genau das müssen Sie ihm deutlich machen, sodass er nicht wieder von der Seite verschwindet und denkt: „Eine Zusammenarbeit wäre toll gewesen.“. Nutzen Sie einen farblich hervorgehobenen Button, der dem Besucher zeigt wohin er klicken muss um die Lösung für sein Problem zu bekommen. Im Falle einer Dienstleistung könnten er zum Beispiel heißen: „Jetzt zusammenarbeiten“, oder im Falle eines Produktes: „In den Warenkorb legen“. Diesen Button sollten Sie bei jeder Dienstleistung oder direkt in der Navigation platzieren, sodass der Besucher sich zu jeder Zeit über den nächsten Schritt im Klaren ist.

Bonuspunkt

Ohne Besucher haben Sie von Ihrer Internetseite nichts. Also verlinken Sie auf Ihre Internetadresse. Damit können potentielle Kunden sich noch genauer über Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung informieren und das hilft Ihnen wiederum beim Vertrauensaufbau.

Checkliste

- Erkennt jemand, der sich nicht mit Ihrem Geschäft auskennt auf den ersten Blick welche Dienstleistung Sie anbieten?
- Erkennt jeder direkt auf der Webseite warum Ihr Geschäft existiert?
- Sehen alle Buttons auf Ihrer Webseite auch aus wie Buttons?
- Sind alle Links auf Ihrer Webseite als solche erkennbar?
- Ist Ihr Google PageSpeed Score über 75?
- Findet ein Besucher auf Ihrer Webseite das wonach er sucht?
- Haben Sie auf Ihrer Webseite Beispiele zu Ihren Leistungen dargestellt?
- Gibt es auf Ihrer Webseite eine klare Aktion, die dem Besucher den nächsten Schritt zeigt für eine Zusammenarbeit?
- Ist der Call-to-Action Button nicht zu übersehen?

Sobald alle obigen Punkte erfüllt sind:

- Haben Sie so viele Besucher auf der Webseite, dass sich der Unterschied in Ihrem Geschäft bemerkbar macht?