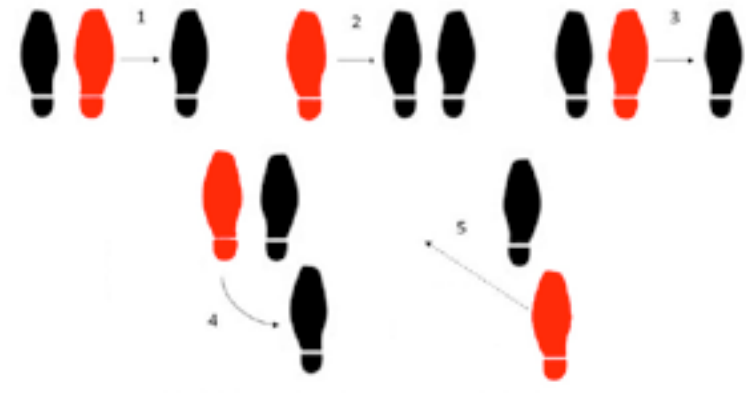


Die fünf Grundschrirte zur erfolgreichen Unternehmenswebsite

die kaum jemand macht*



*Wer sie macht, hat den Vorsprung



Herzliche Einladung



Das Internet bietet Ihnen viele - passende wie unpassende - Möglichkeiten, Ihre Angebote zu präsentieren. Das Web hat das Verhalten der Menschen bei der Suche nach Information verändert. Dies müssen Sie bei der Informationsarchitektur der Website Ihrer Organisation berücksichtigen. Nur so können Sie Ihre Website wirkungsvoll für die Kundengewinnung und Kundenbindung einsetzen.

Werden Sie sich also zuerst darüber klar, wer die Besucher sind und was sie wollen. Daraus ergibt sich die Frage, die sich jeder gute Gastgeber stellt:

Wen will ich wozu bringen und was muss ich dafür tun?

Im Vordergrund steht bestimmt das Ziel, dass die Besucher sich wohlfühlen und dass sie das Ziel des Hausherrn zu ihrem machen. Sie, der Gastgeber, führen. Die Gäste folgen voll Vertrauen und sehen sich als Akteur in einer aufregenden Geschichte. Darin gewinnen sie durch die Leistung Ihrer Organisation. Mit jedem Schritt nähren Sie diese Vorstellung. Wie beim Tanz. Sie müssen führen. Ich nenne das **BINDUNGSORIENTIERTE MEDIENKOMMUNIKATION**.

Die ersten vier dieser Schritte zeige ich Ihnen hier. Die, die darauf folgen müssen, sind sehr, sehr individuell. Wenn Sie das später einmal wünschen, werde ich auch die gerne für Sie entwickeln.

Viel Spaß und neuen Schwung für die ersten Schritte zur neuen Website.

a. H.

[Die Schritte]

1. WER?

Wer kommt auf Ihre Website?

Wer soll auf Ihre Website* kommen? Wen erwarten Sie?
Was hat ihn hergeführt? Was haben Sie zuvor getan, damit er ihre Website besucht?



Machen Sie sich bereit. Die Gäste kommen.

Sind die erwarteten Besucher tatsächlich bestehende und prospektive Kunden? Empfehler? Geschäftspartner oder Wettbewerber? Behörden? Sucht der Besucher nach Ihrem Unternehmen oder Ihrem Angebot? Meistens wird zuerst ein Angebot gesucht, s. a. Schritt 2.

*Fanseiten, Portale etc. sind nicht gemeint

[Die Schritte]

2. WAS?

Was wollen die Besucher Ihrer Website?

Mit welchen Interessen kommen die Besucher?
Was wollen, was können Sie ihnen bieten?
Was hat jemand davon? Was macht Ihr Versprechen besser als andere?



Alle Kunden stellen die eine Frage - Haben Sie eine Antwort

Wenn Sie Ihr Unternehmen, seine Leistungen anbieten, wird der Webbesucher als erstes fragen: „Was habe ich davon?“. Die Antwort darauf sind Sie ihm schuldig. Er wird sie vergleichen. Sie sollte also gut überlegt sein. Sie ist das Versprechen Ihrer Marke, der Existenzgrund für Ihr Unternehmen. Das, was Sie anders machen als andere. Der Unterschied, der den Unterschied macht.

[Die Schritte]

3. WIE?

Wie sind die Besucher zu behandeln?

Fassen Sie potentielle Besucher nach gemeinsamen Interessen in Gruppen zusammen. Finden Sie für jede Gruppe die gemeinsame Basis, die Sie mit ihr für die Kommunikation haben.



Es gibt die Schnellen und die Zögerlichen

Bieten Sie den Schnellen einen kurzen, möglichst direkten Weg zum Ziel - ohne viele Worte zu machen. Leiten Sie die Zögerlichen behutsam - ebenfalls ohne viele Worte zu machen. Führen Sie sie zu einer Gelegenheit, sich in Ruhe mit Ihrem Angebot und allem, was dahinter steht, zu beschäftigen. Jetzt dürfen und sollen es ein paar Worte mehr sein.

[Die Schritte]

4. WO HIN?

Wohin sollen die einzelnen Besuchergruppen gelenkt werden?

Sie führen die Besucher zu deren Ziel. Es ist auch Ihres. Sie müssen führen. Sie sind der Herr im Haus. Lassen Sie die Besucher nicht verloren herumirren.



Ihre Website ist eine Bühne für spannende Geschichten

Wenn Sie das nicht für möglich halten, glauben Sie nicht an Ihr Angebot, an Ihre Organisation. Das ist kein Problem, das nicht zu lösen wäre.*

*Lassen Sie mich Ihnen eine spannende Geschichte zu Ihrem Angebot erzählen. Sie ist zudem verständlich, weiterführend und befriedigend.

[Die Schritte]

5. Jetzt geht's los

Das Konzept steht. Die Weichen sind gestellt.

Jetzt beginnt die eigentliche Vermittlung und Vertiefung Ihrer Botschaft. Sie wenden 1 - 4 an.

Der Rest ist Handwerk - Storytelling im Web. Text, Design, Programmierung.



Das ist nichts zum Selbermachen

Text, Design, Programmierung - für jeden Bereich gibt es Spezialisten. Lassen Sie die ran. In Ihrem Unternehmen haben Sie diese Spezialisten bestimmt nicht. Schon gar nicht alle drei. Sonst sieht es schnell aus wie selbstgemacht. Schlimmer noch: es funktioniert auch so. Auch Konzeption und Informationsarchitektur sind Sache eines Spezialisten, siehe WAS und WIE.

[Der Berater und Texter]

Spezialist für Text und Informationsarchitektur

Darf ich mich vorstellen

Ich, Ulrich Tekniepe, bin Texter und Kommunikationsberater. Ich war PR-Manager, Creative Director, selbständig und in Agenturen. Ich habe Werbekampagnen entwickelt, Anzeigen, Pressemitteilungen, Broschüren, Bücher und Webseiten konzipiert und getextet. Alles mit gutem Erfolg, in erster Linie für meine Kunden.

Mehr über mich finden Sie auf meiner Website, teknipe.com. In meinem Blog, auch auf der Website, finden Sie Überlegungen zu Themen, die in meiner Beratungspraxis aufkommen sowie weniger Bedeutsames.

Ein Wort zur „Usability“

Dieser Begriff meint die Einfachheit der Benutzerführung. Es gibt abstrakte Regeln hierfür. Webseiten-Entwickler wenden sie oft so an, wie sie „im Buche stehen“ oder vom konfektionierten Website-Template vorgegeben sind. Die wahre Kunst dabei ist, diese Regeln zu re-konkretisieren. D. h. sich klar zu machen, wer der User ist und was er will, und seine Intuition optimal anzusprechen.

[Das Angebot]

Was ich für Sie tun möchte

Problemlösung und Problemvermeidung

Oft hat ein Unternehmen schon einen Partner für die Gestaltung und die Programmierung der Website. Wie alle anderen Geschäftsbeziehungen sollte man auch diese hin und wieder überprüfen.

Dazu gehört die Frage: „Wer macht was und wie gut?“ Im Detail:

- Gibt es ein Markenversprechen, das einen Unterschied macht?
- Für wen muss es formuliert werden?
- Wie werden Interessenten überzeugt, diesem Versprechen zu folgen?

Diese Fragen betreffen das Kommunikationskonzept und die Informationsarchitektur der Website. Die Antworten, die Sie finden, sind maßgebend für das Webdesign, die Grafik und den Text. Die bilden den kommunikativen Stil Ihrer Marke.

Die meisten Agenturen arbeiten drauf los, ohne dass die Frage nach dem Kommunikationskonzept wirklich geklärt wäre. „Wir wollen neue Kunden gewinnen“, ist kein Kommunikationskonzept.

MEIN ANGEBOT Konzeption und Informationsarchitektur sowie Text sind meine Domäne. Hier habe ich Kenntnisse und Erfahrung. Ich will das gerne für Sie übernehmen. Sie kennen Grafiker und Programmierer, ich arbeite mit Grafikern und Programmierern. Wir finden die richtigen.



[Impressum]



TEKNIEPE.COMMUNICATION

Ulrich Tekniepe, Kommunikationsberater und Texter

Tel 040 30031734

Mob 0172 6946998

eMail mail@tekniepe.com

Web tekniepe.com

