

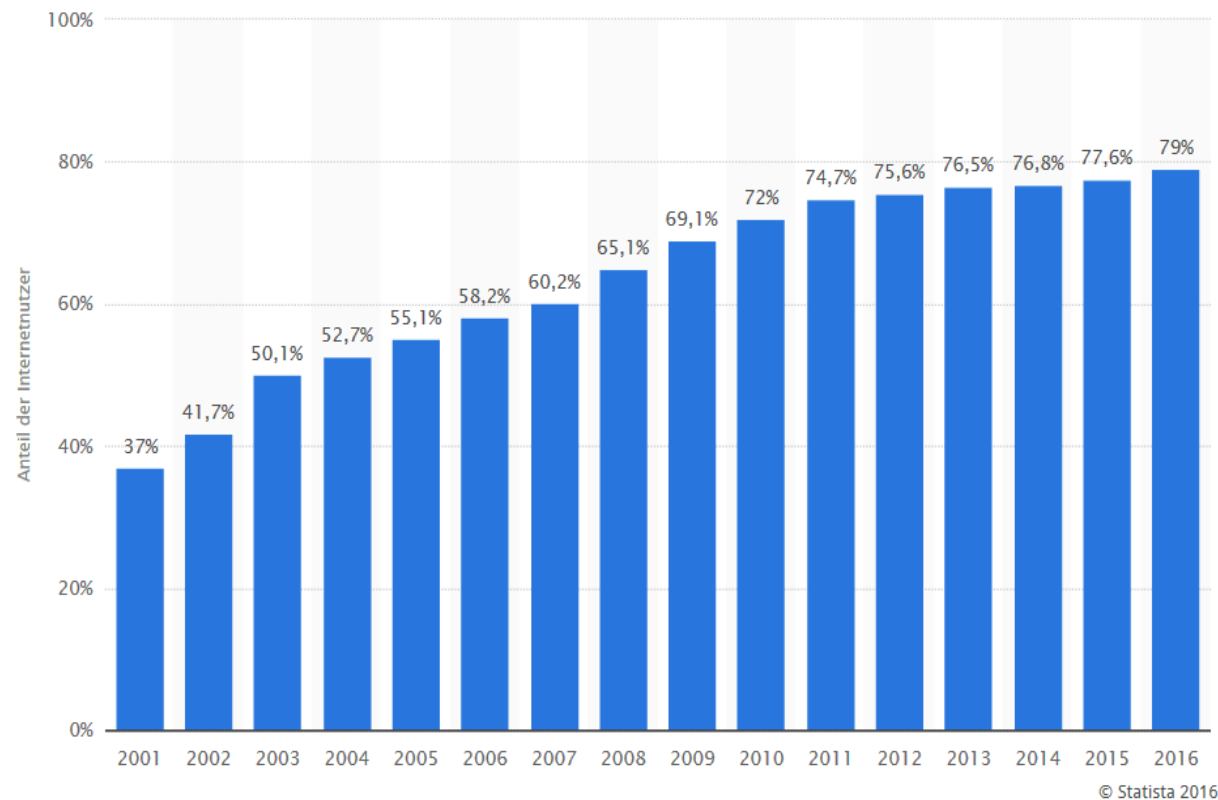
# Das erfolgreiche Webkonzept: 10 Tipps für KMU und das Handwerk

Elisabeth Langwieser  
Die Konzepter Marketing online.offline

# Inhaltsübersicht

- I. Erfolgsfaktor Internet erkennen
- II. Analyse des eigenen Unternehmens
- III. Strategie für Ihre Webseite
- IV. Strukturplanung
- V. Design der Webseite
- VI. Domainmarketing und Hosting
- VII. Internetrecht
- VIII. Umsetzung
- IX. Erfolgskontrolle
- X. Links

# I. Erfolgsfaktor Internet erkennen

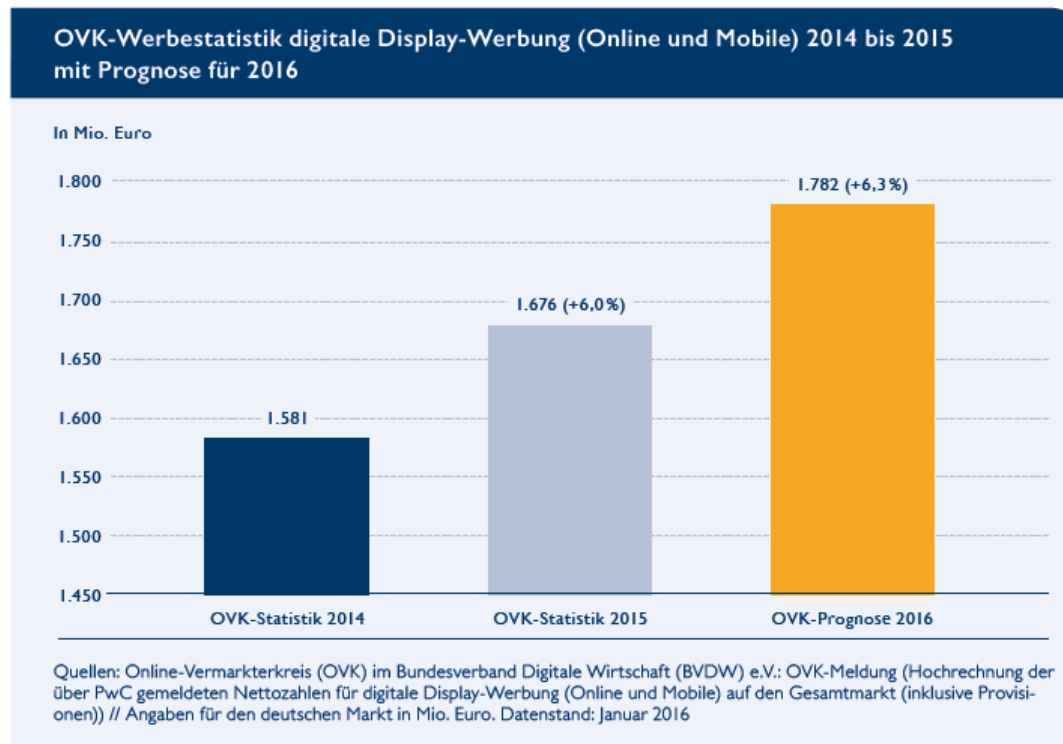


Anteil der Internetnutzer in Deutschland in den Jahren 2001 bis 2016

Diese Statistik zeigt den Anteil der Internetnutzer in Deutschland in den Jahren von 2001 bis 2016. Laut D21-Digital-Index belief sich der Anteil der Internetnutzer im Jahr 2014 auf 76,8 Prozent.

Laut ARD/ZDF-Onlinestudie gab es im Jahr 2016 in Deutschland rund 58 Millionen Internetnutzer. Die Anzahl der männlichen Internetnutzer in Deutschland liegt im Jahr 2016 bei rund 29,7 Millionen. 28,3 Millionen Internetnutzer sind nach der ARD/ZDF-Onlinestudie weiblich.

# I. Erfolgsfaktor Internet erkennen



- Internet ist das wachstumsstärkste Werbemedium
- Anstieg der Werbeinvestitionen in digitale Display-Werbung (Online und Mobile) von 6.3 Prozent
- Neuer Höchstwert und würde einem absoluten Zuwachs von 106 Millionen Euro für das laufende Jahr 2016 bedeuten

Quelle: Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. / OVK Online-Report 2016/1"

## I. Erfolgsfaktor Internet erkennen



### **Die eigene Webseite als Marketing-Instrument nutzen!**

- Ihre Webseite ist mehr als eine digitale Visitenkarte.
- Ihre Webseite prägt das Image des Unternehmens.
- Ihre Webseite kann als virtueller (zusätzlicher) Vertriebskanal zur Neukundengewinnung genutzt werden.
- Ihre Webseite kann zur Kundenbindung eingesetzt werden.

## II. Analyse des eigenen Unternehmens



### Machen Sie sich fit für das Web?

- Eignen Sie sich Fachwissen und die Grundbegriffen des Internets an.
- Definieren Sie die Anforderungen Ihrer Webseite.
- Analysieren Sie Ihre Branche und Wettbewerb im Web.
- Legen Sie fest, welche Produkte und Dienstleistungen Sie online anbieten.
- Stimmen Sie Umfang und Leistungsfähigkeit von Hardware, Software, CMS (Content Management System), Hosting und Webspace auf Ihr Unternehmen ab.
- Werden Sie aktiv, kommunikativ und interaktiv im Mitmach-Web
- Vernetzen Sie sich in den sozialen Medien und bauen Sie eine Online-Reputation auf.

Übrigens: Sollten Sie noch nicht im Web aktiv sein – Ihre Kunden sind es bereits!

### III. Strategie für Ihre Webseite



#### So kann Ihre Webseite „live“ gehen

- Mit einem gut durchdachten technischen und inhaltlichen Konzept.
- Mit einer Detailplanung für die Kreation und Programmierung.
- Mit einer Agenturen, die Sie in allen Online-Fragen berät, die Umsetzung Ihres Webprojektes durchführt und sich in Suchmaschinenoptimierung und Suchmaschinenmarketing auskennt.
- Mit personellen Ressourcen – intern und extern.
- Mit einem festgelegten Online-Budget.
- Mit Spaß, Mut und Offenheit gegenüber den neuen Medien.

## IV. Strukturplanung für Ihre Webseite



### **Tipp**

#### **So legen Sie eine Struktur an:**

- Definieren Sie Seitenbreite und Bildschirmauflösung.
- Wählen Sie ein für Ihre Bedürfnisse passendes CMS oder Shop-System wie z.B. TYPO3, Wordpress, Drupal, xt-commerce.
- Klären Sie die Notwendigkeit einer responsiven Webseite bzw. mobile Version.
- Legen Sie die Haupt- und Unternavigation Ihrer Webseite fest.
- Positionieren Sie Kopf-, Content- und Fußbereich.
- Integrieren Sie die sozialen Netzwerke.

**Ganz wichtig: Ein gutes Webkonzept berücksichtigt die Parameter für eine gute Positionierung bei Google & Co. - Suchmaschinenoptimierung!**



## V. Das Design Ihrer Webseite



### **Der erste Eindruck ist auch im Web entscheidend:**

- Nehmen Sie das Corporate Design Ihres Unternehmens als Design-Grundlage.
- Übernehmen Sie Farben und Schriftarten Ihres Corporate Design in das Web.  
Aber Achtung: Sind diese webtauglich?
- Das Corporate Design Ihrer Webseite sollte auf die Zielgruppe zugeschnitten sein; nicht alles was „in“ ist, passt für Ihre Zielgruppe.
- Grafiken, Bilder, Logos: optimale Komprimierung und mit Alternativ-Texten versehen.

**Auch hier: Die Anforderungen der Suchmaschinenoptimierung berücksichtigen!**

## VI. Das Domainmarketing



### **Stellen Sie ein Domain-Portfolio zusammen:**

- Sichern Sie sich die Domains für Ihren eigenen Namen; Marke; Firmennamen.
- Sichern Sie sich auch freie generische Domains, so sind Sie der Inhaber und der Wettbewerb hat keinen Zugriff mehr.
- Bedenken Sie auch, ob es Sinn macht, sog. Negativ-Namen zu schützen.
- Ein gutes Portfolio umfasst die Registrierung all der Begriffe, die Ihre Zielgruppe beim Suchen eingibt. Sogenannte Keyword-Domains, die Sie später für Online Marketingmaßnahmen nutzen können.

## VI. Das Hosting für Ihrer Webseite



### Was bedeutet Webspaces, Hosting, Provider, Backup Service?

- Webspaces: Diesen benötigen Sie, um Ihre Webseite mit allen Dateien, Bildern, Dokumenten, Musik, Videos usw. im Internet zu hinterlegen.
- Hosting: Dies ist die Speicherverwaltung (Hosting) für Ihren Webspaces durch Ihren Provider. Mit Abschluss eines Laufzeitvertrages regeln Sie die Größe des Speicherplatzes auf dem angemieteten Server und den Backup-Service.
- Backup-Service: Hier werden täglich Sicherungskopien auf einem separaten Server erstellt. Sollte der Hauptserver, auf dem Ihre Webseite gehostet wird, ausfallen, dann wird automatisch der Backup-Server angesprochen.

Ihre Agentur unterstützt Sie bei der Auswahl eines passenden Provider.

## VII. Internetrecht für Ihre Webseite



**Das sollten Sie von einem IT-Anwalt prüfen lassen:**

- Gesamte Webseite – auch alle Sozialen Netzwerke
- Anbieterkennzeichnung (Impressum)
- Datenschutzerklärung- und Hinweis ( Datenschutz), Datensicherheit (SSL-Verschlüsselung)
- Produktbeschreibungen und Abbildungen
- Preisangaben, Versand- Zusatzkosten, Lieferzeiten, Bestellvorgang, Widerrufs- oder Rückgabebelehrung, E-Mail Bestätigung
- AGB, etc.

## VIII. Umsetzung Ihrer Webseite



**In einen Investitionsplan für Ihr Webprojekt gehören folgende Kosten:**

- Investitionskosten für Konzepterstellung durch Agentur
- Design durch Webdesigner; Bildhonorare
- Texterstellung durch Profi-Texter
- Programmierung durch Internetagentur
- Schulung des CMS durch Agentur
- Prüfung durch IT-Anwalt
- Pflege- und Nachbetreuung durch Agentur
- Monatliche Internetkosten, jährliche Domainkosten, Kosten für Webspaces und Hosting

## VIII. Umsetzung Ihrer Webseite



### Checkliste für das Briefing einer Agentur

- Nennen Sie eine klare Budget-Vorstellung. So kann Ihnen die Agentur Vorschläge ausarbeiten. Planen Sie zusätzliches Budget ein für Bildhonorare und Rechtsberatung!
- Wann soll Ihre Webseite online gehen? So kann Ihre Agentur ein realistisches Projektiming erstellen.
- Definieren Sie Ihre Ziele – was muss die Webseite unbedingt an Technik haben; was wäre zusätzlich „nice-to-have“.
- Lassen Sie sich auch für die Nachbetreuung ein Angebot erstellen.

## IX. Erfolgskontrolle Ihrer Webseite



### Abnahme, Testing vor dem go live

- Test aller Links, Download, Formulare
- Test Login Bereich
- Test CMS (Content Management System wie z.B. TYPO3, Wordpress, Drupal)
- Test responsive Webseite auf allen Devices wie Tablet, Smartphone etc.
- Test aller Bestellprozesse eines Online-Shop

### Browsertest

Ihre Webseite sollte auf allen gängigen Browsern funktionsfähig sein, daher testen

Sie diese unter:

- Internet Explorer, Fire Fox, Safari, Chrome

## IX. Erfolgskontrolle Ihrer Webseite



### Online-Besucher und -Käufer messen

Wie viele Besucher hat Ihre Webseite? Welche Seiten werden häufig besucht?

Woher kommen die Besucher? Welche E-Commerce Umsätze haben Sie?

Wer spricht in den sozialen Netzwerken über Sie?

Mit Monitoring-Systemen beobachten und analysieren Sie den Besucherstrom.

Sowohl für die Webseiten-Analyse als auch für das Social Media Monitoring gibt

es sehr viele Anbieter und Hersteller von geeigneten Software-Lösungen.

=> Wählen Sie mit Ihrer Agentur das passende Monitoring.

=> Ihr IT-Anwalt berät Sie zum Datenschutz.



## X. Anhang - Linkliste



Netzwerk für Digitale Wirtschaft  
<http://www.initiaved21.de/>

Bundesverband Digitale Wirtschaft  
<http://www.bvdw.org/>

Arbeitsgemeinschaft Online Forschung  
<http://www.agof.de/>

IHK München – Die richtige Internet Domain  
<http://goo.gl/7u9Wj>

Patentamt München – Registerauskunft Marke  
<https://register.dpma.de/DPMAREGISTER/marke/einsteiger>

Die Konzepter Marketing online.offline  
<http://www.konzepter-agentur.de/>

## Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



### Über die Autorin

Elisabeth Langwieser ist Inhaberin der Münchner Werbeagentur und Marketingberatung: Die Konzepter Marketing online.offline.

Die Konzepter bieten kreative Online-Konzepte und deren zielgerichtete Umsetzung u.a. für KMU und das Handwerk.

Zu den Leistungen gehören u.a.:

Webdesign und Webkonzepte (TYPO3, Wordpress)

Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Suchmaschinenmarketing (SEM)

Social Media

**Mehr Leistungen und Infos unter: [www.konzepter-agentur.de](http://www.konzepter-agentur.de)**