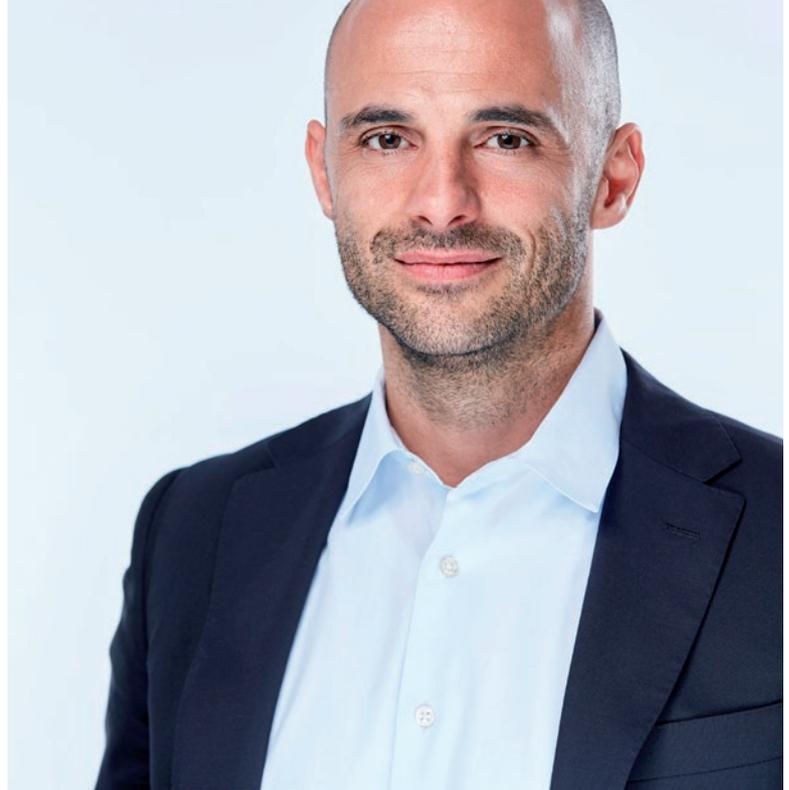


Mirjana Suvajac, MA



Ing. Alexander Graf, M.Sc.



ONLINE STATT OFFLINE

DIE CHANCEN DES INTERNETS

Mirjana Suvajac und Alexander Graf, Gründer der Agentur de.sight, wissen, wie wichtig ein guter Onlineauftritt für Unternehmen ist. Leider wird das Internet in der Strategie vieler Einzelunternehmer und KMU (kleine und mittlere Unternehmen) zu wenig berücksichtigt. Wieso gerade der Onlineauftritt für den Erfolg essentiell ist, haben uns die beiden erklärt.

CONTACT: „Online“ wird immer wichtiger, trotzdem sind Unternehmen größtenteils immer noch „offline“. Woran liegt das?

Mirjana Suvajac: Das Internet ist für viele eine große Hürde. Sie kennen sich zu wenig aus, haben Angst vor dem Unbekannten und wissen oft auch nicht, an wen sie sich wenden sollen. Dazu kommt noch der Faktor Zeit. Meistens ist alles andere vorerst einmal wichtiger.

Aber ist es ist nicht so, dass ein Internetauftritt ein wichtiger Faktor für den Erfolg ist?

Suvajac: Die Antwort lautet in jedem Fall: Ja! Das Internet ist heutzutage nicht mehr wegzudenken. Es ist die Informationsquelle Nummer eins. Wer etwas sucht, der findet es

im Internet. Oder eben nicht!

Alexander Graf: Wer seine Dienste und Produkte bestmöglich anbieten will, braucht eine Website. Und zwar nicht irgendeine Website, sondern einen professionellen und modernen Internetauftritt mit einem gewissen Designanspruch. Kunden sollen finden, wonach sie suchen, und im besten Fall auch noch Gefallen an der Website finden.

Das heißt, eine Website sollte im Idealfall für einen verkaufen?

Suvajac: Die Homepage, wie eine Website auch gerne genannt wird, ist, wie der Name schon sagt, das Home, also das Zuhause eines Unternehmens im Internet. Daher sollte sie ansprechend sein und das Unternehmen bestmöglich repräsentieren. Es wird ja auch darauf Wert gelegt, Schauräume schön

zu gestalten. Genauso ist es auch bei einer Website. Man soll sich als Kunde wohl fühlen.

Graf: Es ist vielen nicht bewusst, welche Chancen ein Internetauftritt bietet. Eine Website sollte nicht nur gut aussehen, sondern Anfragen generieren und Arbeit abnehmen. Zum Beispiel ist es aufwendig, Produktbeschreibungen auf Anfrage von Kunden immer wieder auszusenden oder immer wiederkehrende Fragen ständig aufs Neue zu beantworten. Die Homepage bietet sogenannte Download-Links für Dokumente oder FAQs mit Antworten auf die am häufigsten gestellten Fragen. Das zeugt auch von Professionalität. Man zeigt, dass man sich mit den Bedürfnissen der Kunden beschäftigt.

Suvajac: Die Website könnte also der günstigste Mitarbeiter sein. Wer arbeitet schon durchgehend sieben Tage die Woche? Und das funktioniert natürlich nur, wenn die Website richtig aufgesetzt ist.

Was verstehen Sie unter richtig aufgesetzt?

Suvajac: Eine Website muss SEO-freundlich, also suchmaschinenoptimiert sein. Das heißt, sie muss professionell befüllt werden. Warum ist das so wichtig? Wenn Sie bei der Google-Suche auf Seite eins gefunden werden wollen, dann ist es sehr wichtig.

Graf: Wer schaut auch schon auf die Seite zwei? Es ist wichtig, dass die modernen, technischen Anforderungen an eine Website erfüllt werden. Denn wenn eine Website sich nicht schnell öffnet, geht man weiter zur nächsten. Diese Kriterien nicht zu erfüllen, ist einfach eine vergebene Chance.

Jetzt wissen wir, was eine Website können muss. Aber so eine Website muss man sich auch leisten können.

Graf: Man muss kein großer Konzern sein, um sich eine professionelle Website leisten zu können. Diese gibt es auch zu leistbaren Preisen. Wichtig ist es, dass man sich dafür einen Partner sucht, der nicht nur technisches oder grafisches Know-how mitbringt, sondern beides.

Suvajac: Und im besten Fall verfügt dieser Partner auch über das nötige Marketing- und SEO-Know-how. Diese Kombination verspricht einen langfristigen Erfolg, da beides Hand in Hand gehen sollte. Am Ende des Tages geht es immer um Inhalte, die man seinen Kunden gegenüber transportieren möchte. Die Website ist dabei das Transportmittel und nur die SEO-Optimierung macht dieses schnell und effizient.

DAS GEHEIMNIS EINER ERFOLGREICHEN WEBSITE

Eine gute Website muss ...

- ... das Unternehmensziel klar kommunizieren.
- ... optisch ansprechend sein.
- ... zur Zielgruppe, dem Markt und natürlich dem Unternehmen selbst passen.
- ... technisch am neuesten Stand sein.
- ... den SEO-Kriterien entsprechen.
- ... responsiv, also für alle Endgeräte darstellbar sein, damit sie auch auf Smartphones und Tablets funktioniert.
- ... zu guter Letzt auch rechtlich sauber sein (Impressum, Datenschutz, Bildrechte).

Was würden Sie unseren Handelsagenten für ihre Website empfehlen?

Graf: Ich würde ihnen eine Website empfehlen, die auf ihre Zielgruppe abgestimmt ist. Ein guter Onlineauftritt ist heutzutage unbezahlbar. Die Website kann bei Bedarf mehrsprachig sein und über einen geschützten Bereich verfügen, in dem Bestellungen der Kunden angenommen werden können. Dies hat viele Vorteile: Es gibt unbegrenzte Öffnungszeiten und das auch grenzüberschreitend.

Suvajac: Außerdem kann man eine große Produktpalette auf kleinstem Raum anbieten. Dadurch ergeben sich Kostenvorteile, da die Kunden nicht laufend vor Ort besucht werden müssen. Auch neue Zielgruppen, die zum Beispiel ausschließlich online zu erreichen sind, können durch den neuen Vertriebskanal erschlossen werden.

Was sind die aktuellen Trends im Onlinebereich?

Suvajac: Die digitalen Welten bieten neue Werbe- und Kontaktmöglichkeiten. So können Unternehmer ihre Werbebotschaft direkt an ihre Zielgruppe adressieren und holen auch umgehend Feedback zum Angebot ein. Dafür eignen sich zum Beispiel Blogs. Unternehmer bieten ihrer Zielgruppe nutzenorientierte Informationen und themenverwandte Inhalte, um das Vertrauen des Kunden zu stärken und ihn an sich zu binden. Die Kundenerwartungen verändern sich laufend und eröffnen zugleich neue Chancen. Der aktuelle Trend geht in Richtung Content Marketing, bei dem eine Website kontinuierlich betreut und mit neuen Inhalten angereichert wird.

Graf: Unter Content Marketing fällt zum Beispiel ein Unternehmensblog, Onlinemagazin und Social Media, wie Facebook, Google+ und Instagram. Auch hier ist es wichtig, aktuell zu bleiben und mit Inhalten zu arbeiten, die den Kunden interessieren.

Sind Social-Media-Kanäle nicht eher für den Privatkundenbereich interessant?

Suvajac: Nein, gar nicht. Stellen Sie sich vor, Sie suchen nach einem neuen Lieferanten, etwa nach einem Hotel für die nächste Tagung. Werden Sie die Suche wirklich anders beginnen als für Ihren Urlaub? Ich denke, dass es im beruflichen Umfeld sogar weit schneller funktionieren muss, damit man besser abschätzen kann, ob sich eine persönliche Anfrage überhaupt auszahlt. Auch große B2B-Unternehmen nutzen diese Möglichkeiten, um ihre Botschaften besser kommunizieren zu können.

Graf: Mit Social Media kann sich das Unternehmen von einer persönlichen Seite zeigen und einen direkten Einblick geben. Der Onlineuser gibt zudem viel mehr Informationen von sich preis und dadurch können Kundenbedürfnisse besser erkannt und erfüllt werden. Auch das Einholen von Feedback erfolgt schneller.

Suvajac: Negatives Feedback ist das, wovor viele Unternehmen Angst haben, weil die Kritik für jeden sichtbar ist. Dabei vergessen aber viele, dass ein guter Umgang mit Kritik viel mehr ein Zeichen von Professionalität ist. Deswegen sollte man keine Angst davor haben, sondern das Feedback annehmen und darauf reagieren.

Graf: Social Media sind wichtig. Es geht dabei nicht um die Frage, ob man Social Media nutzt, sondern darum wie man sie nutzt, um erfolgreich zu sein. ■

DE.SIGHT

de.sight ist eine Agentur, die professionelle Websites und Content-Marketing-Strategien zu leistbaren Preisen anbietet. de.sight verbindet anspruchsvolles Design und umfangreiches Technik-Know-how.

de.sight GmbH

office@desight.at
www.desight.at