

**Nutzen Sie Ihre
Webseite, um Kunden
zu gewinnen?**



ONLINE
MARKETING
BERATER

OMB AG ONLINE.MARKETING.BERATER.

IHRE WEBSEITE – IHR VERTRIEBSMITARBEITER

WhitePaper



<https://www>



INHALT

→ Über uns	Seite 4
→ Die Bedeutung einer funktionalen Webseite	Seite 5
→ Häufige Fehler auf Webseiten	Seite 7
→ Mit SEO zum Ziel	Seite 8
→ Mit SEA zum Ziel	Seite 9
→ Mit SMM zum Ziel	Seite 10
→ Ihre Webseite – Ihr Vertriebsmitarbeiter	Seite 11
→ Der permanente Mitarbeiter	Seite 12
→ Fazit	Seite 16
→ Anhang	Seite 17

ÜBER UNS



Bei der OMB AG legen wir den Fokus auf nachhaltigen Erfolg im internetbasierten Marketing. Dabei liefern wir individuelle, auf die Bedürfnisse und die Geschäftskonzepte unserer Kunden zugeschnittene Lösungen. Unsere kompetenzstarken, deutschlandweit vernetzten Teams sind Spezialisten darin, eine Strategie für Online-Marketing zu entwickeln, die die Unternehmensidentität unserer Kunden in der digitalen Welt wahrt. Unsere Stärke ist eine bedarfsgerechte Dienstleistung, beginnend bei grundlegender Analyse, einer individuellen und zielführenden Beratung bis hin zur Implementierung des mit unseren Kunden erarbeiteten Marketingkonzepts.

10+

Jahre Erfahrung

4

Standorte in Deutschland

400+

Zufriedene Kunden

30+

Mitarbeiter



DIE BEDEUTUNG EINER FUNKTIONALEN WEBSEITE



Mobil optimiert

Die Verwendung von mobilen Geräten nimmt stetig zu. Daher sollte Ihre Webseite unbedingt für mobile Geräte optimiert sein.



Benutzerfreundlich

Der verständliche Aufbau ist essenziell für den Erfolg Ihrer Webseite. Jeder Nutzer sollte sich auf der Webseite einfach zurechtfinden.



Internetadresse

Der Domainname, der zu Ihrer Webseite führt, sollte einfach und einprägsam sein. Daher sollten Sie lange Zahlenfolgen und Fremdwörter vermeiden.



Design

Auch das Aussehen Ihrer Webseite ist wichtig. Wenngleich die Funktionalität nicht durch bestimmte Designs eingeschränkt werden sollte.



Keywords

Suchmaschinenoptimierung (SEO) sowie das Erkennen von umsatzrelevanten Keywords ist essenziell für die Sichtbarkeit Ihrer Webseite.



Expertenwissen

Expertenwissen auf Ihrer Webseite steigert nicht nur das Vertrauen des Nutzers, sondern beeinflusst auch Ihre Platzierung bei Google.

DIE BEDEUTUNG EINER FUNKTIONALEN WEBSEITE

Eine optimale Webseite bringt einem Unternehmen mehr, als die meisten denken. Denn diese ist einerseits Ihre Visitenkarte, die Sie jedem Nutzer in die Hand drücken, sobald dieser Ihre Webseite betritt – und andererseits können Sie mithilfe einer guten Webseite sowohl neue Mitarbeiter als auch neue Kunden für sich gewinnen. Daher ist es wichtig zu beachten, dass Faktoren wie Usability, Keywords und Mobiloptimierung geklärt sind, damit die Nutzung Ihrer Webseite einfach und unkompliziert ist.



Vorteile einer funktionalen Webseite

Wenn die vorher genannten Faktoren auf Ihrer Webseite erfüllt sind, dann kann diese offensichtliche, aber durchaus wichtige Vorteile mit sich bringen. Denn egal, wie gut Vertriebsmitarbeiter auch arbeiten. Folgendes hat ihnen die Webseite voraus:

Sie arbeitet 365 Tage im Jahr, 7 Tage die Woche, 24 Stunden am Tag. Und dabei wird sie nie krank.

Ihre Webseite ist der einzige Mitarbeiter eines jeden Unternehmens, der immer da ist und der immer mit potentiellen Kunden im Austausch ist. Daher sollte diese auch so konstruiert sein, dass Nutzer gerne durch die verschiedenen Kategorien navigieren und am Ende Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung erwerben möchten.

Kundenberatung und Kundengewinnung

Webseitenbesucher sollten schon auf der Startseite von Ihnen abgeholt und informiert werden. Dafür empfiehlt es sich, dass Ihre Produkte oder Ihre Dienstleistungen im Vordergrund stehen, sodass die Nutzer nicht viele Klicks auf Ihrer Seite benötigen, um Informationen über Sie zu erhalten oder um Käufe abzuschließen. Hiermit erfüllt Ihre Webseite den Punkt der Kundenberatung.

Ferner sollte Ihre Webseite so aufgebaut sein, dass Nutzer einerseits eine schnelle Kaufentscheidung treffen und andererseits unkompliziert mit Ihnen in Kontakt treten können – und im besten Fall dabei Ihre Kontaktdaten bei Ihnen hinterlegen. Somit können Sie schnell und einfach Kontaktdaten von potentiellen Kunden für sich gewinnen und mit diesen den Kontakt aufnehmen.

Vergessen Sie niemals: Mit Ihrer Webseite können Sie rund um die Uhr neue Kunden und neue Mitarbeiter für sich gewinnen!

HÄUFIGE FEHLER AUF WEBSEITEN



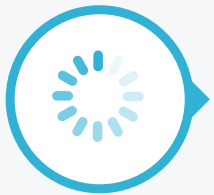
MANGELNDE KEYWORDS

Bestimmte Keywords nicht zu beachten ist einer der größten Fehler, den Sie auf Ihrer Webseite machen können. Keywords vergrößern die Chance, dass Sie im Web gefunden werden. Dafür müssen Sie wissen, nach was Nutzer in der Suchmaschine suchen, um auf Ihrer Seite landen.



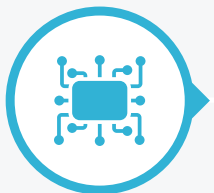
DUPLICATE CONTENT

Dabei geht es sowohl um technische als auch inhaltliche Aspekte. Sollte es zu Duplicate Content auf der Webseite kommen, hat dies negative Auswirkungen auf die Platzierung.



LANGE LADEZEITEN

Lange Ladezeiten von Dokumenten, Bildern oder Unterseiten haben einen negativen Einfluss auf die Benutzerfreundlichkeit und führen dazu, dass sich die Absprungrate erhöht. Eine hohe Absprungrate wiederum führt zu schlechteren Platzierungen in den Google-Suchergebnissen



KEINE STRUKTUR

Die Struktur Ihrer Webseite ist ebenfalls entscheidend für die Benutzerfreundlichkeit. Besucher Ihrer Webseite sollten nicht erst durch viele Weiterleitungen auf einer Zielseite landen. Vielmehr sollte, durch eine einfache Navigation und wenige Klicks, beinahe jede Zielseite zu erreichen sein.



BROKEN LINKS

Broken Links sind Weiterleitungen, die zu keiner Zielseite führen. Auch alte Inhalte auf der Webseite zeigen, dass die Seite nicht gepflegt wird und nicht auf dem neuesten Stand ist. Daher gilt es, die verschiedenen Seiten stets zu überprüfen und auf dem aktuellsten Stand zu halten.



KEINE AKTUALISIERUNG

Nach der Veröffentlichung der Webseite wird häufig der Fehler gemacht, dass die Webseite nicht weiter bearbeitet wird. Eine gute Webseite zeichnet sich jedoch unter anderem dadurch aus, dass einerseits regelmäßig neuer Content erscheint und andererseits Kontaktinformationen aktuell gehalten werden.

MIT SEO ZUM ZIEL



Bei über 1,9 Milliarden Webseiten ist Ihre nicht die einzige zu Ihrem Thema oder in Ihrer Branche. Ganz egal, ob Sie eine Arztpraxis führen, Immobilienmakler sind, Tierfutter verkaufen oder Beauty-Dienstleistungen anbieten: Sie müssen sich online, auch regional, mit einer großen Konkurrenz auseinandersetzen. Suchmaschinenoptimierung ist daher unverzichtbar, um bei relevanten Suchanfragen gefunden zu werden. Je weiter oben Sie in den SERPs (Search Engine Result Pages, also Suchergebnisseiten) erscheinen, desto größer ist die Chance, von Suchmaschinennutzern Klicks zu erhalten. Jeder Klick ist ein potenzieller Neukunde oder Neupatient, der sich für Sie und nicht für Ihren Mitbewerber entscheidet.

Folgende Faktoren haben Einfluss auf das Ranking Ihrer Webseite und sollten daher stets beachtet werden:

Content-Qualität

Der Content muss dem Nutzer Mehrwert bieten, nützlich sein, durch Formatierung gut lesbar sein und grammatikalisch wie sprachlich qualitativ überzeugen.

Keywords

Relevante Suchbegriffe sollten mit Bedacht und nicht im Übermaß platziert sein, die Seite muss jedoch klar dem jeweiligen Thema zugeordnet werden können.

Meta-Title

Der Title wird in den Suchergebnissen angezeigt und ist einer der wichtigsten bekannten Ranking-Faktoren.

Responsive Design

Mobile Webseiten, die auch am Desktop funktionieren – die punkten bei Google. Responsive Design sorgt dafür, dass das Layout auf allen Endgeräten und am Laptop bestens funktioniert.

Duplicate Content

Duplicate Content ist Inhalt, der auf der eigenen Webseite und auf einer anderen Webseite auffindbar ist. Dies beeinflusst das Ranking negativ und kann sogar zu einer Google Penalty führen.

Klickrate

Je mehr Internetnutzer auf Ihre Webseite klicken, wenn sie in den Suchergebnissen erscheint, desto höher die Klickrate – und desto besser das Ranking.

Verweildauer und Interaktion mit der Webseite

Ebenso bewertet Google, wie lange sich Nutzer auf Ihrer Seite aufgehalten haben und ob diese mit der Seite interagieren. Je länger die Verweildauer und je mehr Interaktionen es gibt, desto qualitativer und sinnvoller wird Ihre Webseite eingestuft und desto besser wird diese in den Suchergebnissen dargestellt.



MIT SEA ZUM ZIEL



Unter dem Begriff Suchmaschinenwerbung (SEA) versteht man im Gegensatz zur Suchmaschinenoptimierung (SEO), die auf die Platzierung der organischen Suchergebnisse abzielt, das Schalten von bezahlten Werbeanzeigen, die nach Eingabe entsprechender Suchbegriffe typischerweise neben oder über den regulären Suchresultaten erscheinen. Das in diesem Bereich derzeit marktführende Produkt sind die Google Ads. Ein Marketing-Tool, das weitreichende Möglichkeiten zur individuellen Konzeption von SEA-Kampagnen und einer transparenten Kostenkontrolle und Budgetverwendung bietet. Mit Suchmaschinenwerbung vergrößern Sie die Reichweite Ihrer Webseite.

Um Erfolge zu verbuchen, müssen bei der Suchmaschinenwerbung (SEA) folgende Faktoren beachtet werden:

☒ Ziele definieren

Bevor Sie mit Ihrer SEA-Kampagne an den Start gehen, sollten Sie sich ein klares Ziel setzen. Denn das Ziel der Kampagne bestimmt die Strategie, die Sie mit Ihrer Kampagne auswählen sollten.

☒ Keywords

Auch in einer SEA-Kampagne sind Keywords von großer Bedeutung. Denn diese bestimmen, für welche Suchbegriffe Ihre Kampagne auf dem Bildschirm der Nutzer angezeigt wird.

☒ Zielgruppe

Außerdem sollten Sie sich darüber bewusst werden, wie Ihre Zielgruppe aussieht und wie Sie diese bestmöglich erreichen. Eine Zielgruppenanalyse hilft Ihnen, diese besser kennenzulernen.

☒ Anzeigentexte

Wenn Sie herausgefunden haben, wie Ihre Zielgruppe aussieht, können Sie passende und zielgerichtete Anzeigentexte und Bild- und Videomaterial für Ihre SEA-Kampagne erstellen.

☒ Kampagnen-Struktur

Der Aufbau Ihrer Kampagne ist ausschlaggebend für den Erfolg. Dabei hängen der Aufbau und die Anzahl der Anzeigengruppen davon ab, welche Produkte oder Dienstleistungen Sie bewerben möchten.

☒ Analyse

Die Auswertung Ihrer Daten hilft Ihnen bei der regelmäßigen Optimierung Ihrer Kampagne und sollte daher nicht vernachlässigt werden. Mit der Analyse stellen Sie langfristigen Erfolg sicher.

☒ Optimierung

Nach dem Start Ihrer Kampagne ist es aber noch nicht vorbei. Sie sollten die wichtigsten Kennzahlen immer im Blick haben und Ihre Kampagne demnach Schritt für Schritt optimieren.

MIT SMM ZUM ZIEL



Und auch Social Media Management (SMM) kann Ihnen und Ihrem Unternehmen dabei helfen, die Performance Ihrer Webseite zu verbessern. Denn neben dem Veröffentlichen von organischen Beiträgen für Ihre Follower können Sie auch in den sozialen Medien mit Werbekampagnen Erfolge verbuchen. Dies ermöglicht es Ihnen, ein breiteres Publikum und potentielle, neue Zielgruppen anzusprechen oder Ihre bisherige weiter auszubauen. Außerdem können Sie durch informativen und relevanten Content sowie durch Verlinkungen in Ihrem Profil dazu beitragen, dass potentielle Kunden direkt auf Ihre Webseite weitergeleitet werden. Dadurch steigern Sie den Traffic auf Ihrer Webseite.

Der Erfolg im Social Media Management (SMM) hängt dabei von folgenden Merkmalen ab:

Ziele setzen

Zu Beginn sollten Sie sich darüber bewusst werden, welche Ziele Sie in den sozialen Netzwerken verfolgen möchten. Denn je nach Ziel ändert sich auch die Strategie für Social Media.

Qualitativ gute Inhalte

Mit Ihren Beiträgen sollten Sie die Aufmerksamkeit Ihrer Zielgruppe gewinnen. Daher sollten Sie informative und gleichzeitig relevante Themen ansprechen.

Interaktionen

Auch die Interaktionen spielen eine große Rolle. Denn einerseits haben sie Auswirkungen auf Ihre Reichweite in den sozialen Medien und andererseits bauen Antworten Vertrauen bei Followern auf.

Frequenz und Zeitpunkt

Sowohl die Häufigkeit der Postings als auch der Zeitpunkt der Veröffentlichung haben Einfluss darauf, wie viele Nutzer Ihre Beiträge zu sehen bekommen. Daher sollten diese Punkte stets beachtet werden.

Zielgruppenanalyse

Um herauszufinden, welche Inhalte am besten ankommen und wann Sie am besten posten, sollten Sie Ihre Zielgruppe analysieren. Diese kann sich von Plattform zu Plattform unterscheiden.

Krisenmanagement

Außerdem sollten Sie auch darauf vorbereitet sein, wie Sie bei negativen Kommentaren unter Ihren Beiträgen reagieren. Denn auch diese Reaktionen beeinflussen Ihren Auftritt in den sozialen Medien.

Werbekampagnen

Bezahlte Werbeanzeigen bieten jedem Unternehmen die Chance, seine Reichweite zu vergrößern. Denn mit diesen können Sie über die eigenen Follower hinaus Botschaften verbreiten. Dabei können Sie verschiedene Ziele verfolgen, welche Sie mit Ihrem Unternehmen erreichen möchten.

IHRE WEBSEITE - IHR VERTRIEBSMITARBEITER



Ihre Webseite bietet sich hervorragend als Vertriebsmitarbeiter Ihres Unternehmens an. Denn im Internet ist sie meistens das Erste, das potentielle Kunden von Ihrem Unternehmen zu sehen bekommen. Doch von alleine wird sie keine neuen Kunden anlocken und auch keine Produkte oder Dienstleistungen verkaufen. Daher sollten Sie auf Ihrer Webseite einige Dinge beachten, bevor es richtig losgehen kann.



Gehen Sie sicher, dass Ihre Webseite im Google-Ranking sichtbar ist und Nutzer die Chance haben, Ihre Webseite zu finden. Ist dies nicht der Fall liegt das womöglich daran, dass Sie die falschen oder gar keine Keywords nutzen oder andere SEO-Fehler auftreten.



Umsatzrelevante Inhalte sollten schnell und einfach für Nutzer auf Ihrer Webseite zu finden sein. Die wichtigsten Informationen zu Ihnen, Ihren Produkten oder Ihren Dienstleistungen sollten direkt und für jeden Nutzer sichtbar sein.



Achten Sie auch darauf, dass die Navigation auf Ihrer Webseite einfach und übersichtlich gestaltet ist. Denn durch eine benutzerfreundliche Menüführung erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass Nutzer auch weitere Seiten besuchen und sich über Sie informieren. Ein komplizierter Aufbau wirkt dem entgegen.

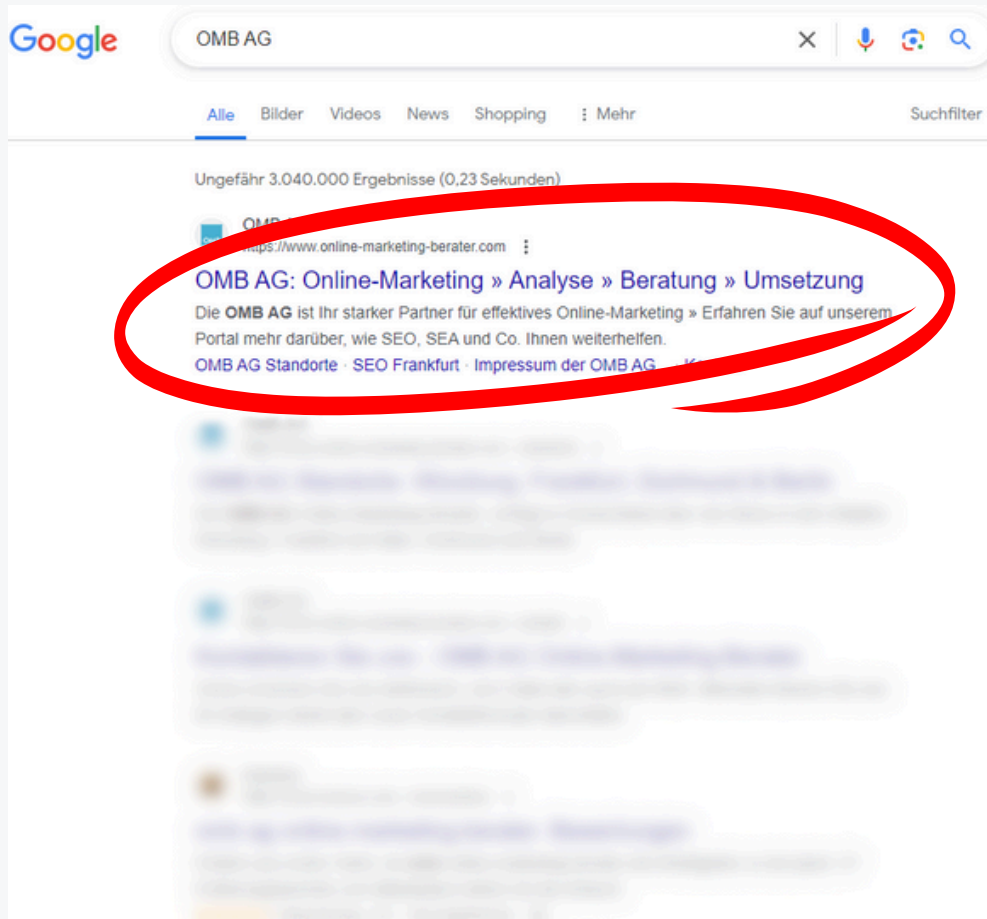


Ebenso wichtig wie die vorher genannten Punkte ist die Tatsache, dass Nutzer schnell und einfach mit Ihnen in Kontakt treten können. Ein entsprechender Call-to-Action-Button sollte gut ersichtlich auf Ihrer Seite eingebaut sein. Vorteil ist der Opt-in und die vom Interessenten gewünschte Kontaktaufnahme.



Suchmaschinenoptimierung (SEO) ist der erste wichtige Schritt, den Sie mit Ihrer Webseite ausführen sollten. Auch Suchmaschinenwerbung (SEA) und Social Media Management (SMM) können Ihnen dabei helfen, mehr Leads über Ihre Webseite zu generieren als bisher.

DER PERMANENTE MITARBEITER

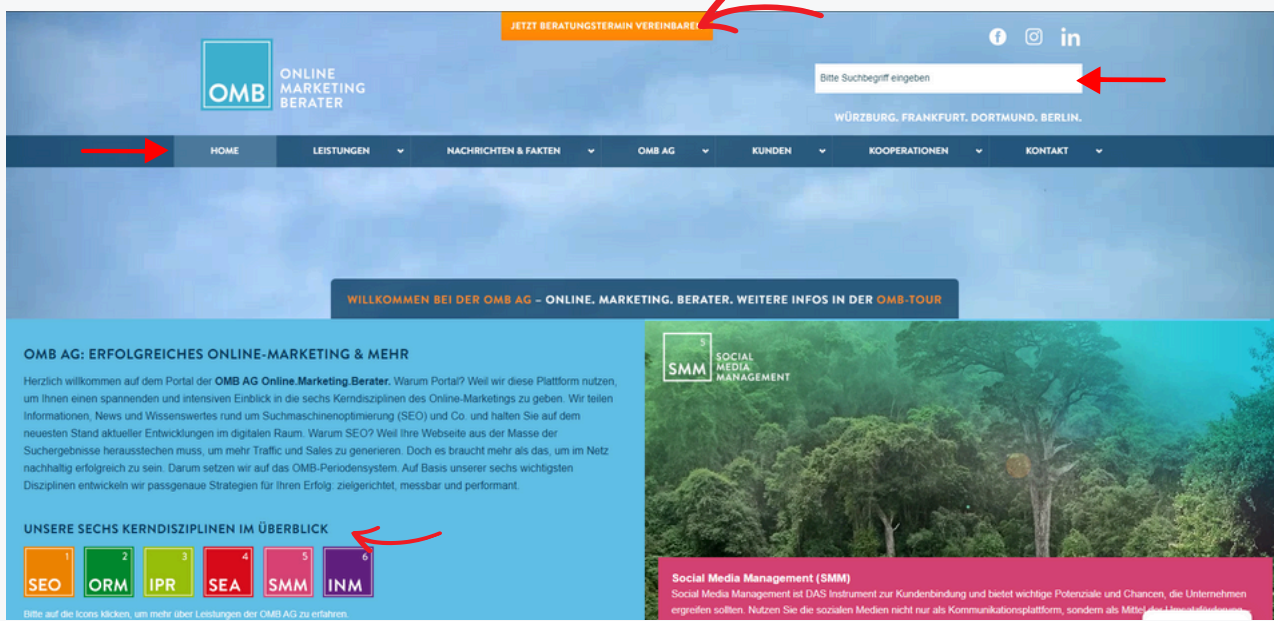


Das Google-Ranking ist der entscheidende Faktor, wenn es darum geht, dass Ihre Webseite im Internet sichtbar ist und von Nutzern gefunden wird. Denn eine gutes Design und gute Navigierbarkeit nutzen Ihnen nichts, wenn Sie in den Suchergebnissen immer weit unten zu finden sind und beinahe unsichtbar für Nutzer sind. Empfehlenswert ist daher immer, dass Ihre Webseite mit verschiedenen Suchbegriffen weit oben steht, damit Nutzer bei der Suche auch auf Ihre Webseite aufmerksam gemacht werden.

Doch eine gute Platzierung kommt nicht von alleine. Sie hängt von einigen Faktoren ab. Wichtig hierfür ist zu verstehen, wie das Google-Ranking funktioniert und wie die Reihenfolge der Suchergebnisse zustande kommt. Seiten, die Google im Zusammenhang mit dem gesuchten Begriff als am relevantesten und für den Nutzer am sinnvollsten einstuft, erscheinen in den Suchergebnissen weiter oben.

Die bestmögliche Platzierung ist aus wirtschaftlicher Sicht stets anzustreben, denn je weiter oben Ihre Seite zu finden ist, desto mehr Klicks wird sie generieren. Seiten, die weiter unten erscheinen, haben in der Regel bedeutend weniger Klicks als diejenigen Webseiten weiter oben.

DER PERMANENTE MITARBEITER



Webseitenbesucher bekommen schon beim ersten Blick auf die Startseite einen guten Überblick und haben direkt die Möglichkeit, verschiedene Aktionen durchzuführen. Mit nur einem Klick können sie interessante Informationen erreichen und sich entweder über das Unternehmen und seine Dienstleistungen einlesen oder einen Termin vereinbaren, um im persönlichen Gespräch mehr über das Unternehmen zu erfahren.

“Unsere sechs Kerndisziplinen im Überblick”

Wenn Sie als Nutzer auf der Webseite landen, bekommen Sie schnell einen Überblick über das, was Ihnen geboten wird. Durch einen Klick auf ein Icon erhalten Sie viele Informationen über die angebotenen Dienstleistungen.

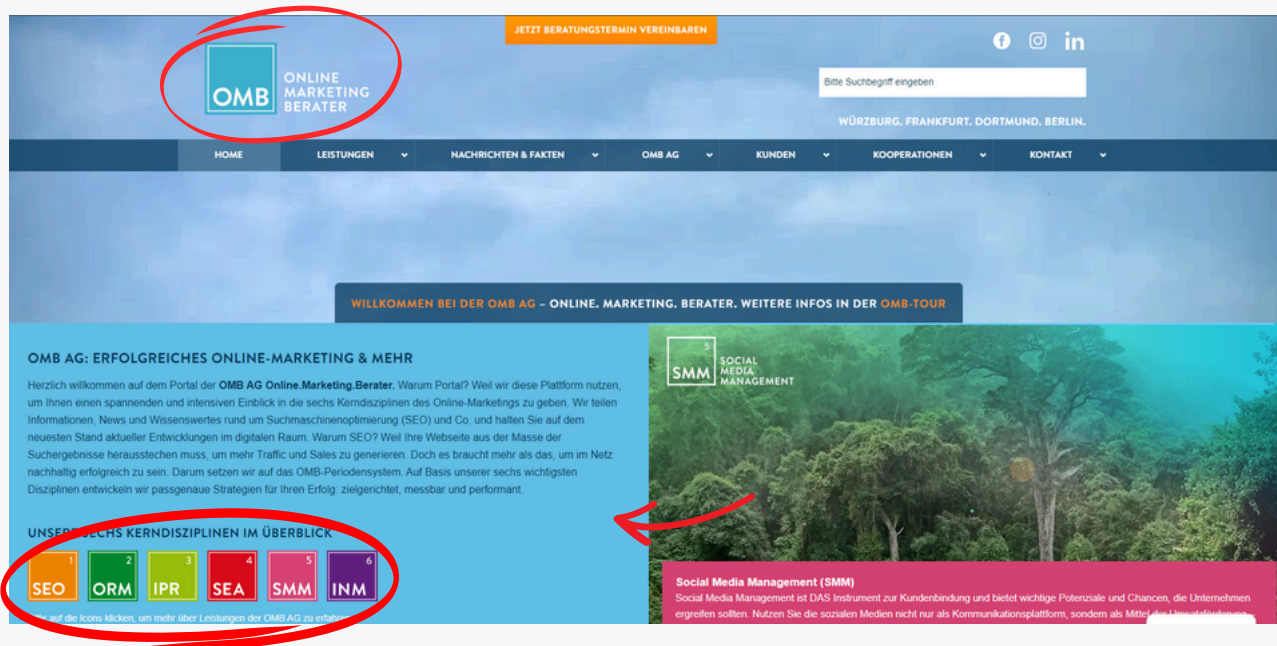
“Jetzt Beratungstermin vereinbaren”

Schnell und einfach können Sie die Kontaktdaten eines möglichen Kunden erhalten und sich in der Folge mit diesem in Verbindung setzen.

Und auch in der **Navigationsleiste** sind weitere Kategorien aufgeführt, die den Nutzer schnell und einfach auf seine gewünschte Zielseite weiterleiten.

Zudem hilft die **Suchleiste** Nutzern, die nicht auf Anhieb fündig geworden sind, nach Suchbegriffen zu suchen, wodurch sie zur Suchanfrage passende und informative Unterseiten angezeigt bekommen.

DER PERMANENTE MITARBEITER



Ihre Webseite ist womöglich das Erste, was potentielle Kunden oder Bewerber von Ihnen sehen. Daher hat das Design Ihrer Webseite Einfluss darauf, wie Sie als Unternehmen von Nutzern im Internet wahrgenommen werden. Sie sollten darauf achten, dass Ihre Webseite Sie als Unternehmen widerspiegelt und ein Wiedererkennungseffekt da ist. Doch auch wenn ein schönes Design Ihrer Webseite wichtig ist und durchaus beachtet werden sollte, darf die Funktionalität Ihrer Webseite niemals durch Designs eingeschränkt werden. Demnach gibt es einige Merkmale, die Sie beim Design Ihrer Webseite beachten sollten.

Logo

Das Logo Ihres Unternehmens sollte sichtbar auf Ihrer Webseite hinterlegt sein, denn es ist das visuelle Wiedererkennungszeichen Ihres Unternehmens. Wenn Sie Logos für bestimmte Dienstleistungen oder Produkte haben, sollten auch diese auf Ihrer Webseite dargestellt werden. Auch sie helfen bei der Wiedererkennung Ihres Unternehmens.

Corporate Identity

Auch Ihre Unternehmensfarben sollten auf Ihrer Webseite zu sehen sein. Denn auch sie sind visuelle Elemente, die im Kopf des Nutzers bleiben.

Schriftart(en)

Wie die Corporate Identity und das Logo sind auch die Schriftarten Ihres Unternehmens visuelle Elemente, die wichtig für die Wiedererkennung sind. Jedoch sollten diese Schriftarten passend gewählt und genutzt werden.

DER PERMANENTE MITARBEITER

Jedem Nutzer sollte der Umgang mit Ihrer Webseite leicht fallen. Dabei sollten Sie darauf achten, dass es nicht zu viele Klicks braucht, um auf einer Zielseite zu landen. Denn ein unübersichtlicher Aufbau Ihrer Webseite führt dazu, dass Nutzer sich nicht zurechtfinden und daher auch keine Kaufentscheidungen treffen. Die Folge davon ist, dass Nutzer möglicherweise Ihre Webseite verlassen und sich für eine übersichtlichere und einfachere Webseite eines Konkurrenten entscheiden, um sich den Prozess bis zum Kauf oder bis zur Buchung zu erleichtern.

Im Vordergrund sollten demnach die wichtigsten Informationen gleich auf der Startseite Ihrer Webseite zu finden sein. Produkte, Dienstleistungen, Angebote und Kontaktformulare sind beispielsweise Bezeichnungen, die gleich zu Beginn in das Auge der Nutzer springen sollten. Es bringt Ihnen nichts, wenn diese erst versteckt auf einer Unterseite angezeigt werden, wo sie kein Nutzer findet.

The screenshot shows the top navigation bar of the OMB AG website with a red arrow pointing to the 'LEISTUNGEN' (Services) dropdown menu. Below the navigation bar is a grid of six service tiles, each with a numbered icon and a brief description:

1 SEO	2 ORM	3 IPR	4 SEA	5 SMM	6 INM
SUCHMASCHINEN-OPTIMIERUNG SEO	ONLINE REPUTATION MANAGEMENT ORM	INTERNET PUBLIC RELATIONS IPR	SUCHMASCHINEN WERBUNG SEA	SOCIAL MEDIA MANAGEMENT SMM	INFLUENCER MARKETING INM
Definition SEO	Definition ORM	Definition IPR	Definition SEA	Definition SMM	Definition INM
Die OMB-Strategie	Die OMB-Strategie	Die OMB-Strategie	Die OMB Strategie	Die OMB Strategie	Die OMB Strategie
Erfolg durch SEO	Erfolg mit ORM	Erfolg mit IPR	Erfolg mit SEA	Erfolg mit SMM	Erfolg mit INM
Infos & FAQ	Infos & FAQ	Infos & FAQ	Infos & FAQ	Infos & FAQ	Infos & FAQ

Below this grid is a section titled 'UNSERE SECHS KERNDISZIPLINEN IM ÜBERBLICK' (Our six core disciplines at a glance) featuring six colored icons labeled 1 SEO, 2 ORM, 3 IPR, 4 SEA, 5 SMM, and 6 INM. A red arrow points to this section with the text: 'Bitte auf die Icons klicken, um mehr über Leistungen der OMB AG zu erfahren.' (Please click on the icons to learn more about the services of OMB AG.)

Angebote Dienstleistungen können gleich mehrfach auf der Startseite der Webseite angeklickt werden. Dies erhöht die Chance, dass sich Nutzer dazu entscheiden, diese Inhalte anzuschauen.

Außerdem sollte es potentiellen Kunden oder Bewerbern auf Ihrer Webseite leicht fallen, mit Ihnen in Kontakt zu treten. Daher empfiehlt sich schon auf der Startseite ein Feld, auf dem eine solche Funktion ausgeführt werden kann. So profitieren Nutzer von Ihrer übersichtlichen und benutzerfreundlichen Webseite und zugleich sammeln Sie Kontaktdaten von potentiellen Kunden, die womöglich Interesse an Ihren Produkten oder Dienstleistungen haben.

JETZT BERATUNGSTERMIN VEREINBAREN

Spätestens in der Navigationsleiste sollten Möglichkeiten aufgeführt sein, wie Sie schnell und einfach kontaktiert werden können bzw. wie Nutzer einen Termin mit Ihnen vereinbaren können.

A vertical navigation menu with a dark blue header labeled 'KONTAKT' and a dropdown arrow. Below the header are three white buttons with blue text: 'Kontaktieren Sie uns', 'Anfrage', and 'OMB AG Standorte'.

FAZIT



Ihre Webseite kann ein sehr nützlicher Teil Ihres Teams sein, wenn gewisse Bedingungen erfüllt sind. Wenn die Kundengewinnung auf Ihrer Webseite im Vordergrund stehen soll, dann stellen Sie sich folgende Frage:

Werden Nutzer schnell und einfach über meine Produkte bzw. meine Dienstleistungen informiert?

Wenn dies der Fall ist und Nutzer durch einfache Navigation schnell auf der richtigen Zielseite landen, dann sind Sie mit Ihrer Webseite auf dem richtigen Weg. Doch es gibt noch weitere Punkte, die Sie unbedingt beachten sollten. Daher sollten Sie sich auch folgende Frage stellen:

Ist die Terminvereinbarung bzw. die Kontaktaufnahme über die Webseite einfach und unkompliziert?

Das Interesse eines Nutzers an Ihrem Produkt oder an Ihrer Dienstleistung ist vorhanden. Doch viele Nutzer treffen erst viel später eine Kaufentscheidung. Daher ist es aus Ihrer Sicht wichtig, die Kontaktdaten von potentiellen Kunden zu erhalten, um beispielsweise Beratungsgespräche führen zu können. Auf vielen Webseiten ist es jedoch zu kompliziert und umständlich, mit dem Webseitenbetreiber Kontakt aufzunehmen. Die Kontaktaufnahme sollte sich unbedingt einfach gestalten, um auch folgende Frage beantworten zu können:

Generiere ich mithilfe meiner Webseite Leads?

Leads, also qualifizierte Kontakte, sind das Ziel, das Sie mit Ihrer Webseite verfolgen, wenn Sie diese als Vertriebsmitarbeiter nutzen möchten. Diese bekommen Sie erst dann, wenn Ihre Webseite optimal aufgebaut ist. Haben Sie keinen Erfolg mit Ihrer Webseite, stellen Sie sich zum Schluss folgende Frage:

Wie kann ich meine Webseite verbessern?

Melden Sie sich gerne bei uns, und wir beraten Sie zu den Themen Suchmaschinenoptimierung (SEO), Suchmaschinenwerbung (SEA), Social Media Management (SMM) und vielem mehr!

WIR BERATEN SIE GERNE UND FREUEN UNS ÜBER IHRE KONTAKTAUFNAHME.



 **Website**
www.online-marketing-berater.com

 **Telefon**
+49 931 260 275 000

 **E-Mail**
info@online-marketing-berater.com

 **Social Media**
[@omb.ag](https://www.instagram.com/omb.ag)

 **Adresse**
97080 Würzburg, Berliner Platz 12