KUNDEN GEWINNEN IM INTERNET – 4 SCHRITTE FÜR MEHR ERFOLG ONLINE



Veröffentlicht am 31. Januar 2019 von Jana

Es gibt viele Wege und Möglichkeiten, online neue Kunden zu erreichen bzw. Deine Interessenten in Kunden zu verwandeln. Mit diesen 4 Schritten verbesserst Du Deinen Online-Auftritt.

Um neue Kunden zu generieren, solltest Du heute in erster Linie auf das Internet setzen. Es gibt viele Wege und Möglichkeiten, **online neue Kunden zu erreichen** bzw. Deine Interessenten in Kunden zu verwandeln. Wie genau gewinnt man Kunden im Internet? Wir geben Dir nützliche Tipps: Mit diesen 4 Schritten gelingt Dir die **Neukundengewinnung online**.

SCHRITT 1 – EINE GUTE WEBSITE

Jedes Unternehmen, das **online Erfolg** haben will, benötigt heute eine **Website**. Mit ihr entscheidet der Interessent, ob er Kontakt zu Dir und Deinem Unternehmen aufnehmen möchte oder doch lieber zum Wettbewerb geht. Doch was macht eine **gute Webseite** aus und wie gewinnst Du so **im Internet mehr Kunden**?

KONZEPT UND ZIEL

Sei Dir im Klaren darüber, was Du mit Deiner Website erreichen und welche Informationen Du bereitstellen möchtest. Denke dabei immer an die **Wünsche und Bedürfnisse Deiner Zielgruppe** und richte Deine Inhalte an dieser aus. Grundsätzlich gilt: Stelle wichtige Informationen zu Dir, Deinem Unternehmen und Deinen Produkten oder Dienstleistungen bereit, aber überlade Deine

Seiten nicht – zu viel Text wirkt abschreckend und die Leute werden Deine Webseite schnell wieder verlassen. Das führt zu einer hohen Absprungrate, was auch Google berücksichtigt und Deine Website so im schlimmsten Fall im Ranking abstufen wird.

DESIGN UND NUTZERFREUNDLICHKEIT

Dein Website Design sollte in erster Linie zu Deinem Business und vor allem zu Deiner Zielgruppe passen. Ob schlicht oder verspielt: Achte darauf, dass sich Deine User sofort **intuitiv** auf Deiner Webseite zurecht finden. Deine Inhalte sollten so integriert sein, dass der Leser das Interesse behält. Unser Tipp: mit grafischen Elementen wie Bildern oder Listen lockerst Du Deine Website auf und fängst die Aufmerksamkeit Deine Website-Besucher ein.

GESCHWINDIGKEIT UND MOBILFREUNDLICHKEIT

Niemand surft gerne auf langsamen Webseiten. Behalte die **Ladegeschwindigkeit** Deiner Website im Blick und optimiere im Ernstfall nach: Verkleinere die Bilder, verzichte auf unnötige Elemente oder passe Deinen Code an. Ganz wichtig: Deine Website muss unbedingt auf mobilen Endgeräten wie Smartphones oder Tablets nutzerfreundlich dargestellt werden. Denn: Bei Google greift der Mobile-First-Index – das Ranking Deiner Website hängt also nicht von Deiner Desktop- sondern Deiner mobilen Version ab.

VERTRAUEN UND KONTAKTMÖGLICHKEIT

Stelle heraus, dass Du **Experte auf Deinem Gebiet** bist. Das erreichst Du zum Beispiel mit informativen Texten oder durch die Integration von **Qualitätssiegeln oder Zertifikaten**. Biete Deinen Usern zudem eine **einfache Kontaktaufnahme** an - beispielsweise mit einem Kontaktformular. So erreichst Du schneller neue Kunden im Internet.

Mit einer guten Website erreichst Du sowohl Deine bestehenden Kunden als auch potenzielle Neukunden. Gehst Du das Thema professionell an, werden Interessenten schnell zu Kunden – so steigerst Du die Bekanntheit Deines Unternehmens und erhöhst im besten Fall Deinen Gewinn. Ob Du Deine Website selbst erstellst oder eine Agentur beauftragst, hängt von vielen Faktoren ab. Lies dazu einfach unseren Blogartikel zum Thema Website selber erstellen oder machen lassen? - hier haben wir Dir alle Möglichkeiten sowie Vor- und Nachteile beider Möglichkeiten zusammengestellt.

AUF EINEN BLICK – SO ERREICHST DU NEUKUNDEN MIT EINER WEBSITE

- stelle ein Konzept auf und setze Dir Ziele
- richte Content und Design auf Deine Zielgruppe aus
- achte auf eine niedrige Ladezeit
- optimiere Deine Website für mobile Geräte
- schaffe Vertrauen und stelle eine einfache Kontaktmöglichkeit zur Verfügung

Eine professionelle Website ist der erste Schritt – jetzt folgt der nächste, um noch mehr Kunden online zu erreichen.

SCHRITT 2 – SUCHMASCHINENMARKETING

Du hast eine professionelle und zielgruppengerechte Website? Super, sorge jetzt dafür, dass Deine potenziellen Kunden diese auch in den **Suchmaschinen** finden. Google ist an dieser Stelle der Marktführer und bietet Dir viele Möglichkeiten, Deine Website online bekannt zu machen und passend zu platzieren. Grundsätzlich stehen Dir für ein gutes Ranking Deiner Website zwei Wege offen:

SEO

Mit **Search Engine Optimization** (Suchmaschinenoptimierung) sorgst Du dafür, dass Deine Website unter bestimmten und zu dir passenden Keywords (also Suchbegriffen) auf den oberen Plätzen bei Google rankt. Um dieses Ziel zu erreichen, müssen mehrere Faktoren berücksichtigt werden. Neben technischer Funktionalität und der sauberen Programmierung spielen die Texte eine große Rolle.

Nur wer das Problem der Zielgruppe erkennt und Informationen ansprechend und nutzerfreundlich bereitstellt, wird die User auf der eigenen Website halten – relevant ist hier also Dein Content Marketing. Wichtig dabei ist, Dein **Keyword passend in Deinen Webtexten** unterzubringen. Wie genau Du das Keyword für Dein Business und Deine Webseiten findest, kannst Du an dieser Stelle noch einmal nachlesen: Finde Deine Nische in der Google Suche und werde Platzhirsch.

SEA

Search Engine Advertising (Suchmaschinenwerbung) bezeichnet die **bezahlten Textanzeigen** innerhalb der Suchmaschine. Im Gegensatz zu SEO spielt es weniger eine Rolle, wie die Texte auf Deiner Website gestaltet sind oder wie gut Deine Website gesamt rankt.

Mit SEA schaltest Du Anzeigen für deine gewünschten Keywords – welche das sind, kannst Du selbst entscheiden und sollte sich natürlich an das **Suchverhalten Deiner Zielgruppe** ausrichten. Die Anzeigen bezahlst Du in den meisten Fällen per Klick: es fallen also erst dann Kosten für Deine SEA Anzeigen an, wenn ein User sie anklickt und so auf Deiner Website landet. Die Kosten pro Klick richten sich nach dem Keyword: Begriffe in Branchen mit hoher Konkurrenz (wie zum Beispiel „Kredit“) werden Dich mehr Kosten als **Nischen-Keywords.** Das Suchvolumen (also wie oft ein Keyword in der Suchmaschine gesucht wird) ist zwar niedriger, jedoch erreichst Du so genau die Nutzer, die sich wirklich für Dein Angebot interessieren und **zu Kunden werden** können.

Um auf Google SEA Anzeigen zu schalten, steht Dir Google Ads (ehemals Google AdWords) zur Verfügung. In diesem Tool legst Du Deine Keywords fest, mit denen Du ganz oben in den Suchergebnissen erscheinen möchtest. Deine Anzeigen werden dort mit „Anzeige“ gekennzeichnet.



SEA-Anzeige inkl. Anzeigenerweiterung am Beispiel der Media Company Düsseldorf

Hier gilt: testen
testen testen. Veröffentliche Anzeigen, analysiere Kennzahlen und optimiere nach. So kommst Du Deinem Ziel immer näher, Neukunden im Internet zu gewinnen.

Alle Details zu SEA, Keyword-Optionen und Abrechnungsmodellen haben wir Dir in unserem Blogartikel Was ist SEA? zusammengestellt. Du hast noch weitere Fragen zu Online Werbung in Suchmaschinen? Gerne unterstützen wir Dich bei Deiner Suchmaschinenwerbung – schreib uns einfach eine E-Mail oder ruf uns an.

Kontakt aufnehmen

ZUSAMMENFASSUNG – WARUM SUCHMASCHINENMARKETING?

- erhöht die
  Sichtbarkeit Deiner Website in Suchmaschinen
- mit SEO auf
  den oberen Plätzen bei Google landen
- mit Deinem
  Keyword wirst Du bei Deiner Zielgruppe gefunden
- bei hoher
  Konkurrenz: schalte bezahlte SEA-Anzeigen
- analysiere
  Deine Kennzahlen und optimiere stetig nach – so gewinnst Du neue Kunden

SCHRITT 3 – SOCIAL MEDIA UND GOOGLE MY BUSINESS

Jetzt ist online Socializing gefragt! Je nach Zielgruppe ist es wichtig, in den bekannten **Sozialen Netzwerken** mit einem Unternehmensprofil vertreten zu sein.

MIT FACEBOOK NEUKUNDEN GEWINNEN

Facebook eignet sich super für Dein **Online bzw Social Media Marketing**. Du hast die Chance, Deine Marke bzw. Dein Unternehmen kostenlos zu positionieren und die Bekanntheit zu steigern. Baue eine **Community** auf und liefere Inhalte, die Deine Zielgruppe ansprechen und sorge dafür, dass die User mit Deinen Postings interagiert: Durch Likes und Kommentare zu Deinen Beiträgen wird Deine Unternehmensseite immer bekannter. Gleichzeitig dient sie als Sprachrohr Deiner Fans: Welche Beiträge gefallen ihnen am besten und welche Fragen sind noch offen? Womit beschäftigen sich Deine User sonst noch? Über Facebook findest Du viel über Deine Zielgruppe heraus und kannst Dein Marketing so noch zielgerichteter einsetzen.

Facebook ist zwar kostenlos, dennoch ist es wichtig, **Zeit zu investieren**. Nur wenn Du **hochwertige und ansprechende Beiträge** veröffentlichst, werden Deine User interagieren. Noch Fragen zu Facebook und wie Du das Soziale Netzwerk am Besten für die Kundengewinnung einsetzt, haben wir Dir in unserem Blogartikel über Facebook Marketing zusammengefasst.

NOCH ZIELGERICHTETER: FACEBOOK ADS

Wir haben in diesem Artikel schon das
Thema SEA behandelt. Etwas ähnliches bietet Dir auch Facebook –
das Zauberwort: Facebook Ads.

Mit Facebook Ads schaltest Du **bezahlte Werbung auf Facebook**. Deine Beiträge werden speziell an Deine **gewünschte Zielgruppe** ausgespielt. Vorteil: Die User müssen Deine Seite nicht kennen, sondern sehen Deinen Beitrag mit dem Hinweis „Gesponsert“ zusätzlich in Ihrem Feed oder am rechten Bildschirmrand auf der Plattform. Dir steht eine große Auswahl an Targetingmöglichkeiten zur Verfügung: Geschlecht, Alter, Beruf, Interessen oder Hobbys sind nur ein paar Beispiele.

Facebook Ads sind für Dich Neuland? In unserem Facebook Ads Leitfaden für Einsteiger ist alles Wichtige für Dich zusammengefasst.

EIN BILD SAGT MEHR ALS 1000 WORTE – INSTAGRAM MARKETING

Instagram gehört zu Facebook und bietet Dir die Möglichkeit, Dich über **Bilder zu präsentieren**. Grundsätzlich gilt es wie bei Facebook: Passe Deine Postings an Deine Zielgruppe an, sorge für Interaktionen und gewinne so neue Kunden. Vorteil: Schaltest Du Facebook Ads, werden diese auf Wunsch auch bei Instagram ausgespielt.

Beachte bei Instagram, dass die Bilder **quadratisch** angezeigt werden und richte sie entsprechend danach aus. Ganz wichtig: **#Hashtags** verwenden – hier handelt es sich um eine Art Markierung (Tagging) Deiner Bilder. Hashtags setzt Du in Deine Bildbeschreibung – wähle hier mit Bedacht und nutze nur Begriffe, die auch wirklich auf Deinem Bild zu sehen sind. Setze Hashtags eher sparsam ein: Pro Bild sollten es nicht mehr als 15 sein. Vorteil: Auch User, die Dir nicht folgen, können über die Hashtags so auf Deinem Beitrag landen.

Viele weitere Instagram Tipps kannst Du Dir in unserem Blogartikel über Instagram Marketing holen. Noch Fragen? Sprich uns an!

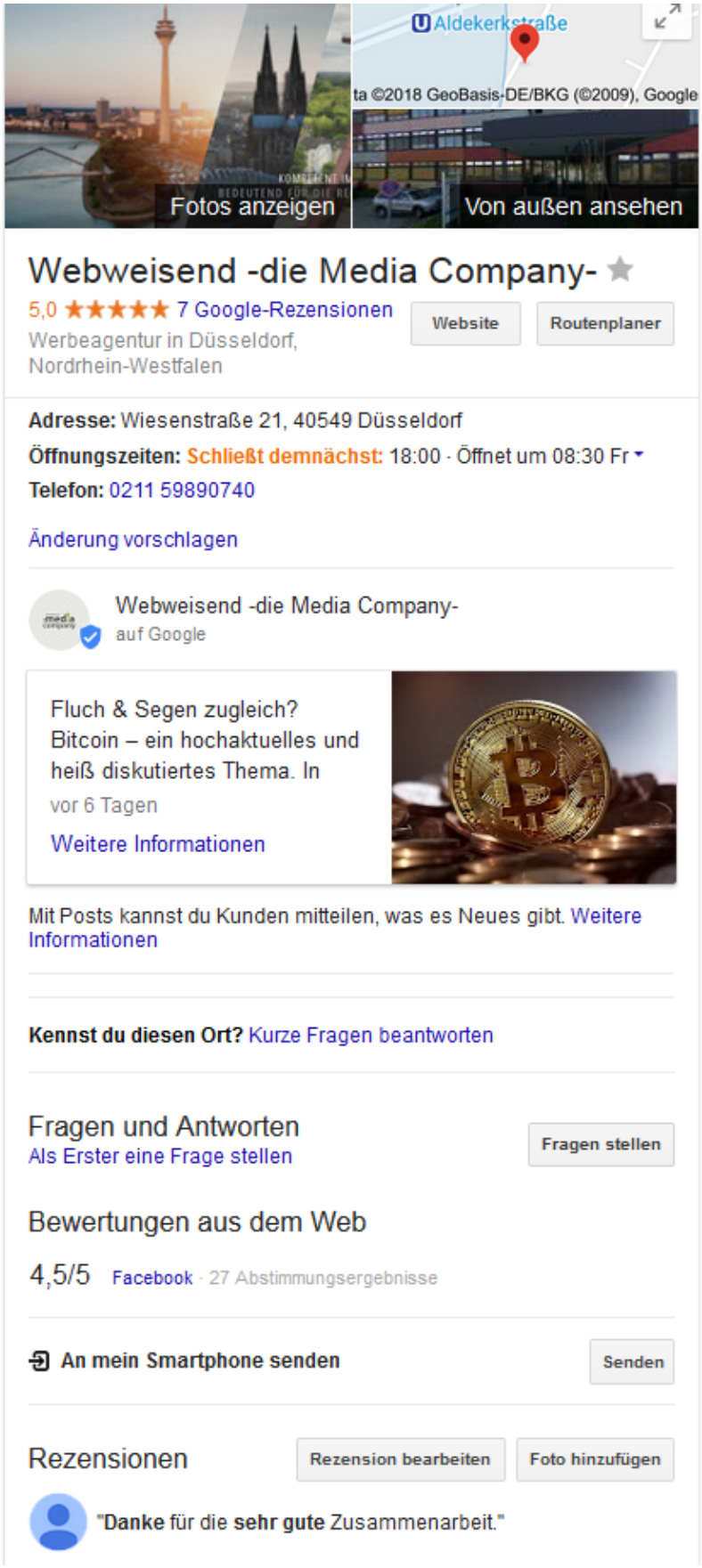
Kontakt aufnehmen

Sowohl Facebook als auch Instagram bieten Dir darüber hinaus die Möglichkeit, **Storys** zu erstellen. Dafür lädst Du Bilder hoch, kannst sie mit Stickern, Emojis, Filtern oder Ortsangaben versehen und für 24 Stunden online stellen – danach verschwinden sie automatisch.

GOOGLE MY BUSINESS – WIE ERREICHE ICH LOKAL NEUE INTERESSENTEN?

Du bist vor allem auf der Suche nach **regionalen Neukunden**? Ganz wichtig: ein vollständiger und aktueller Google My Business Eintrag. In diesem finden Deine bestehenden Kunden sowie potenziellen Neukunden viele Informationen zu Deinem Unternehmen: Öffnungszeiten, Angebote und Bilder – wenn Du sie richtig einpflegst.

Google My Business ist eine kostenlose Plattform und sollte immer **auf dem neuesten Stand** gehalten werden. Sobald ein Interessent nach Deinem Unternehmen sucht, findet er Deinen Eintrag am rechten Bildschirmrand oder bei Google Maps – das erregt Aufmerksamkeit, erhöht Deine online Sichtbarkeit und gibt Usern die Möglichkeit, sich direkt zu Dir navigieren zu lassen. Darüber hinaus kannst Du Beiträge einstellen, die zum Beispiel derzeitige Angebote, Veranstaltungen oder einfach Deine Leistungen zeigen.


Fotos anzeigen
Aldekerkstraße
ta ©2018 GeoBasis-DE/BKG (©2009), Google
Von außen ansehen
Webweisend -die Media Company-
5,0 ★★★★★ 7 Google-Rezensionen
Website
Routenplaner
Werbeagentur in Düsseldorf, Nordrhein-Westfalen
Adresse: Wiesenstraße 21, 40549 Düsseldorf
Öffnungszeiten: Schließt demnächst: 18:00 · Öffnet um 08:30 Fr
Telefon: 0211 59890740
Änderung vorschlagen
Webweisend -die Media Company-
auf Google
Fluch & Segen zugleich? Bitcoin – ein hochaktuelles und heiß diskutiertes Thema. In
vor 6 Tagen
Weitere Informationen
Mit Posts kannst du Kunden mitteilen, was es Neues gibt. Weitere Informationen
Kennst du diesen Ort? Kurze Fragen beantworten
Fragen und Antworten
Als Erster eine Frage stellen
Fragen stellen
Bewertungen aus dem Web
4,5/5 Facebook · 27 Abstimmungsergebnisse
An mein Smartphone senden
Senden
Rezensionen
Rezension bearbeiten
Foto hinzufügen
"Danke für die sehr gute Zusammenarbeit."

Das ist unser Google My Business Eintrag - super praktisch: hier kannst Du schon in Deinen Suchergebnissen sehen, was unser aktuelles Blogthema ist!

EINE GUTE REPUTATION

Sowohl bei Facebook als auch bei Google My Business gehören **Rezensionen**, die Nutzer für Dein Unternehmen veröffentlichen können. Behalte Deine Bewertungen im Blick: bedanke Dich für positives Feedback und antworte auf negative Rezensionen. So sehen Deine User, dass Du Kritik ernst nimmst und Dich mit Feedback auseinandersetzt. Auch interessant: Was tun bei negativen Google Bewertungen?

ÜBERSICHT – MIT SOCIAL MEDIA NEUE KUNDEN GEWINNEN

- mit Deiner
  Facebook Unternehmensseite Vertrauen herstellen und Reichweite steigern
- Beiträge an
  Zielgruppe ausrichten und Interaktion schaffen
- neue User
  gewinnen: Facebook Ads schalten und Zielgruppe eingrenzen
- Instagram:
  sprich Deine Nutzer mit Bildern an
- Hashtags
  nutzen und mit Bedacht einsetzen
- Storyfunktion
  verwenden und noch mehr Interessenten online erreichen

- Rezensionen im Blick behalten und reagieren

SCHRITT 4 – E-MAIL MARKETING

Hier geht es vor allem darum, **Deine bestehenden Kunden an Dich und Dein Unternehmen zu binden**. In Form von Newslettern hältst Du Deine Community auf dem Laufenden, schickst Angebote, Einladungen oder Gewinnspiele raus und machst so **laufend auf Dich aufmerksam**.

Um erfolgreich E-Mail Marketing und Kundenbindung zu betreiben, solltest Du ein paar Tipps beherzigen. Ich weiß, wir wiederholen uns, aber: **richte Content und Design an Deiner Zielgruppe aus**. Halte Dich für Dein Design an Deine CI (Corporate Identity) und gestalte Newsletter im Stil Deiner Website – das sorgt für **Wiedererkennungswert und schafft Vertrauen**.

Stelle die wichtigen Infos nach oben und wecke mit der Headline und vor allem der Betreffzeile die Aufmerksamkeit Deiner Leser – sonst wird Deine E-Mail nicht einmal geöffnet. Stelle Kontaktdaten zur Verfügung und sorge für eine gute Lesbarkeit: viele Deiner Kunden werden Deinen Newsletter auf dem Handy öffnen, also stelle auch eine **responsive Version** zur Verfügung.

Integriere Deine Social Media Accounts und baue sonstige interessante Links ein. Ganz wichtig: Sprich den Leser direkt an – also am Besten sofort in der Anrede. Beispiele können hier (je nach Branche) „Hallo Lisa“ oder „Guten Tag Herr Meier“ sein.

Online neue Kunden gewinnen – wir haben Dir ein paar Möglichkeiten aufgezeigt und wirksame Tipps gegeben. Hast Du noch Fragen? Gerne helfen wir Dir bei Deinem Online Marketing und unterstützen Dich dabei, Deine Interessenten in Kunden zu verwandeln.

Kontakt aufnehmen