ÖFTER MAL WAS NEUES AUF DER WEBPRÄSENZ

Veröffentlicht am 7. Juli 2014 von Rüdiger

Es gibt Webpräsenzen, die wirken wie eingefroren. Über Monate, wenn nicht sogar Jahre, ändert sich auf diesen Seiten nichts. Warum sollte man dorthin surfen, wenn es sowieso nichts Neues gibt? Das denken sich viele Internetnutzer und meiden solche Webpräsenzen. Vor einem Besucherschwund schützt die Media Company ihre Partnerunternehmen mit Aktualisierungen. Das geschieht allerdings nur auf Wunsch. Wir empfehlen Ihnen hier fünf wirkungsvolle Veränderungen.

Manchmal genügt schon eine geringfügige **Neuerung auf Ihrer Webpräsenz**, um deutlich mehr Kunden anzulocken. Vor allem Betreiber eines Onlineshops sollten ihren Seitenbesuchern **Abwechslung bieten**. Bei der Ermittlung der Kundenvorlieben haben sich die sogenannten A/B-Tests bewährt. Dabei wird beobachtet welche Webpräsenz-Variante zu **mehr Erfolg bei der Zielgruppe** führt. Im Folgenden finden Sie nun fünf **Vorschläge für Änderungen auf Ihrer Internetpräsenz**:

1. Das Layout
Beim Webdesign sollten Sie sich in die Wahrnehmung Ihrer **Kunden** hineindenken. Diese richten zuerst Ihren Blick auf die **Fotos** und **Grafiken** Ihrer Webpräsenz. Das ermöglicht Ihnen, die Aufmerksamkeit Ihrer Besucher **auf bestimmte Inhalte Ihrer Seite zu lenken**. Auch mit **Pfeilen** können Sie den Blickverlauf Ihrer Nutzer beeinflussen.

2. Die Überschriften
Auch wenn eine **Überschrift** oft nur aus wenigen Worten besteht, kann sie sich merklich auf die Besucherzahlen Ihrer Webpräsenz auswirken. Mit einem **A/B-Test** finden Sie heraus, **welcher Überschriftentyp** Ihrer Kundschaft am liebsten ist: die **funktionale Überschrift** (So funktioniert unser Produkt), die **lösungsorientierte Überschrift** (Mit unserem Produkt Problem XY lösen) oder die **Überschrift mit Handlungsaufforderung** (Testen Sie unser Produkt).

3. Die Navigation
Die **Navigation** Ihrer Webpräsenz entscheidet über den Weg, den ein Nutzer einschlägt. Wenn Sie eine **neue Größe, Farbe oder Anordnung** wählen, hat das unmittelbare Folgen für das Nutzerverhalten. Mit **Farbkontrasten** können Sie Ihre Seitenbesucher beispielsweise auf eine neue Produktkategorie Ihres Onlineshops hinweisen. Für besondere Aktionen eigenen sich **Störer**, also Elemente, die sich vom Seitenumfeld abheben.

4. Die Texte
Neben den Bildern spielen Ihre **Webtexte** eine zentrale Rolle auf Ihrer Webpräsenz. Auch hier können **formale** (Schriftart, Textumfang) oder **inhaltliche Veränderungen** zu einem Besucherzuwachs führen.

5. Die Medienarten
Heutzutage stehen den Webdesignern viele **Medien für die Kundenansprache** zur Verfügung. Zu fesselnden **Webtexten** und erstaunlichen **Fotos** gesellen sich immer häufiger Unternehmensvideos. Mit einem kurzweiligen Imagefilm stellen Sie sich professionell und zeitgemäß Ihrer Zielgruppe vor. Auch die **Darstellung von Bildergalerien** und **Produktbewertungen** sollte nicht immer die gleiche sein.

Unsere **Media Company aus Düsseldorf** sorgt mit Aktualisierungen dafür, dass sich ein Besuch auf Ihrer Webpräsenz weiterhin lohnt. Wir bieten unseren Partnerunternehmen **alle empfohlenen Änderungen**, egal ob es dabei um die **Seitennavigation** oder ein **Unternehmensvideo** geht. Sprechen Sie uns an, wenn Ihre Webpräsenz auch langfristig für Ihre Kunden attraktiv sein soll.