

WEBSITE FÜR UNTERNEHMEN – DAS BRAUCHST DU



Veröffentlicht am 16. Dezember 2020 von Karishma

Ohne Webseite ist Dein Unternehmen online nicht sichtbar. Erfahre, was eine professionelle Webseite braucht, um neue Kunden zu gewinnen.

Im Internet **sichtbar** zu sein und eine **professionelle Webseite** zu haben, ist heute wichtiger denn je. Nutzer suchen meist erst bei Google & Co., bevor sie Cafés oder Stores besuchen, Produkte kaufen oder Dienstleistungen in Anspruch nehmen. Ist Deine Firmen-Webseite dann nicht auffällig in den Suchergebnissen platziert, verlierst Du den Kampf gegen stärkere **Wettbewerber**. Wie Du das vermeidest und eine Webseite erstellst, die es in sich hat, erfährst Du jetzt.

INHALT

- [Die Vorteile einer professionellen Firmen-Website](#)
- [Die wichtigsten Elemente für Deine Webseite](#)
 - [Webdesign: In wenigen Sekunden überzeugen](#)
 - [Benutzerfreundlichkeit: Intuitive Bedienung](#)
 - [Content: Informieren, begeistern und aktivieren](#)
 - [SEO: Gefunden und gesehen werden](#)

DIE VORTEILE EINER PROFESSIONELLEN FIRMEN-WEBSITE

UNTERNEHMEN PRÄSENTIEREN

Deine Webseite ist Deine **Online Visitenkarte**. Kunden werden im Internet auf Dich aufmerksam und erhalten über Deine Homepage einen ersten Eindruck von Deinem Unternehmen. Präsentiere Dich daher von Deiner besten Seite. Stelle Dein Team und/oder Dich vor - dies weckt **Sympathie und Vertrauen**. Nutze die Vorstellung von **Referenzprojekten**, um Deine Expertise zu veranschaulichen und potenzielle Kunden zu überzeugen.

BEKANNTHEIT STEIGERN UND KUNDEN GEWINNEN

Durch qualitativ **hochwertigen Content** und **Suchmaschinenoptimierung (SEO)** sicherst Du Dir bei guter Umsetzung einen bestmöglichen Platz in den Google Suchergebnissen und somit **hohe Online Reichweite**. In der Theorie geht es so: Suchen Nutzer nach bestimmten Begriffen bei Google und Du hast die Texte Deiner Webseite auf diese Suchanfragen optimiert, wird Deine Homepage im Idealfall zu diesen **Begriffen (Keywords)** möglichst weit oben auf der erste Seite der Suchergebnisse angezeigt. D.h. genau beim Interesse Deiner potentiellen Kunden bist Du präsent und kannst überzeugen.

Nutzer, die Dein Unternehmen, Deine Dienstleistungen oder Deine Produkte bisher noch nicht kannten, werden so auf Dich aufmerksam. Dadurch **steigerst Du Deine Bekanntheit im Internet** immens.

Eine weitere Möglichkeit, bei [Google nach oben zu kommen](#), ist das **Schalten von Anzeigen**, also [Suchmaschinenwerbung \(SEA\)](#). Googelt jemand das für Deine [Landingpage](#) festgelegte Keyword, kann Deine Anzeige ganz oben ausgespielt werden.

IMAGE STÄRKEN

Ist Deine Webseite **modern und zielgruppengerecht** gestaltet, technisch optimal funktionsfähig und leicht zu bedienen, stärkst Du das Image Deines Unternehmens. Kunden möchten schnell und einfach an ihr Ziel und die benötigten Informationen gelangen. Erleichterst Du ihnen den Weg, sammelst Du Pluspunkte.

ALS VERTRIEBSKANAL NUTZEN

Verlagere Dein Offline Geschäft ins Internet oder erweitere es mit einem Online Shop. Klassischer Vertrieb erhält mit professionellen Online Marketing Maßnahmen **gewinnbringende Unterstützung**. Statt Kaltakquise kommen Deine Interessenten von allein zu Dir ([Inbound/Outbound Marketing](#)). Und: Du erreichst **ortsunabhängig** neue Kunden. Ermögliche ihnen die Kontaktaufnahme oder den Kauf über Deine Webseite und steigere so Deinen Umsatz.

NEUIGKEITEN KUNDTUN

Halte Deine Kunden auf dem Laufenden und stärke die **Kundenbindung**, indem Du über Neuigkeiten und wichtige Informationen auf Deiner Webseite informierst. Dies kannst Du ideal in einem **Aktuelles- oder Blog-Bereich** auf Deiner Homepage machen. Vermittelst Du dort schon alles wichtige wie geänderte Öffnungszeiten, müssen sich Kunden nicht mehr die Mühe machen, um Kontakt mit Dir aufzunehmen und Neues zu erfahren.

DIE WICHTIGSTEN ELEMENTE FÜR DEINE WEBSEITE

Zu Beginn der Erstellung Deiner Webseite solltest Du Dir im Klaren sein, wen und was du erreichen möchtest. Analysiere Deine **Zielgruppe** bzw. [Zielperson](#) und deren Bedürfnisse sorgfältig. Lege das **Hauptziel** Deiner Webseite fest. Möchtest Du lediglich informieren oder beispielsweise Kontaktanfragen bzw. Käufe generieren?

Durchleuchte zudem die Internetpräsenz Deines **Wettbewerbs**: Wie ist dieser aufgestellt und welche Verbesserungen fallen Dir ein, die Du für Deine Seite nutzen kannst?

Du musst nicht nur Augen für Deinen direkten Wettbewerb haben: Lass' Dich auch von der Gestaltung, Struktur oder den Inhalten anderer Webseiten inspirieren.

Basierend auf Deinen Ergebnissen planst Du **Content, Design und benötigte Funktionen** Deiner Webseite (z.B. Kontaktformular, Online Shopsysteme, Terminbuchungstools, etc.).

DESIGN: IN WENIGEN SEKUNDEN ÜBERZEUGEN

Orientiere Dich bei der Gestaltung Deiner professionellen Homepage an Deinem **Corporate Design** (Firmenfarben, Hausschrift, Gestaltungsraster, -elemente usw.) - so stellst Du eine einheitliche Außenpräsentation und **Wiedererkennungswert** sicher. Dein Logo darf hierbei natürlich nicht fehlen.

Achte bei Deiner Internetpräsenz auf die **Balance zwischen Bild und Text**, um Deine Homepage-Besucher weder mit zu viel Text abzuschrecken noch mit zu wenig Informationen zu versorgen.

Besonders wichtig ist die optimale Darstellung auf **mobilen Endgeräten wie Smartphones** usw. - Ja, auch wenn Du meinst, dass Deine Zielgruppe hauptsächlich über den PC sucht. Google bewertet Webseiten anhand ihrer mobilen Darstellung – Dein Suchmaschinenranking hängt also davon ab. Mit einem **Responsiven Webdesign** bist Du auf der sicheren Seite. So gewährleistest Du die volle Funktionsfähigkeit Deiner Internetpräsenz auf allen gängigen mobilen Endgeräten. Genaueres dazu kannst Du in unserem Blogbeitrag „[Responsive Webdesign](#)“ nachlesen.

BENUTZERFREUNDLICHKEIT: INTUITIVE BEDIENUNG

Wo wir gerade bei der mobilen Darstellung und Funktionsfähigkeit sind: Ermögliche Deinen Kunden die **störungsfreie und intuitive Nutzung** Deiner Homepage. Dies erreichst Du mit einer nachvollziehbaren Navigation (Menü), sinnvollen Struktur, optimalen Lesbarkeit (Schriftart, Kontrast zwischen Text und Hintergrund), funktionierenden Buttons und verständlichen Designelementen.

Als Beispiel: Nutzt Du ein Bild-Karussell, um mehrere Bilder hintereinander zu präsentieren, sollte der „Weiter-Button“ immer rechts sein. Stifte keine Verwirrung, sondern gestalte Nutzern die Bedienung Deiner Homepage **so leicht wie möglich**. Andernfalls werden diese sehr wahrscheinlich zum Wettbewerb wandern.

Mehr zu Internetpräsenz und Benutzerfreundlichkeit erfährst Du in unserem Blogartikel „[7 Tipps für benutzerfreundliche Webseiten](#)“.

Tip: Denke wie ein Laie. Du kennst Dich mit Deinem Fach bestens aus, aber Deine Kunden nicht. Alternativ kannst Du auch Deinen Bekannten und Nicht-Branchenkenner Deine Webseite zeigen und mit ihrem Feedback arbeiten.

CONTENT: INFORMIEREN, BEGEISTERN UND AKTIVIEREN

Stimme den Inhalt Deiner Homepage auf Deine Zielgruppe ab. Denn genau diese möchtest Du

erreichen und zu einer bestimmten Handlung (z.B. Kontaktaufnahme, Kauf usw.) animieren.

Psychologie spielt hierbei eine wichtige Rolle: Greife die potenziellen Probleme Deiner Kunden auf und biete ihnen die passende Lösung. So fühlen sie sich verstanden und bauen Sympathie auf. Stelle in all Deinen Texten immer den **einzigartigen Mehrwert** für den Kunden heraus, wenn sich dieser für Deine Dienstleistungen oder Produkte entscheidet.

Ein Großteil der Menschen ist **sozialorientiert** und möchte die Personen hinter dem Unternehmen kennenlernen. Um genau diese Interessenten in Kunden zu wandeln, solltest Du neben Informationen zu Deinen Produkten und Dienstleistungen auch Dein Unternehmen und ggf. das Team vorstellen. Auch bei Online Shops hat sich dies bewährt.

Generell sollten Deine Inhalte **immer aktuell** sein (z.B. Blogs). Aktualisiere diese also regelmäßig, um sowohl bei Suchmaschinen wie Google als auch Deinen Webseiten-Besuchern als authentische Informationsquelle zu gelten.

Vermeide lange und verschachtelte Sätze und halte Dich kurz und prägnant. Aufzählungen sind gerngesehene **Contentelemente** für leichten Lesefluss und Aufnahme von Informationen. Arbeite zwischen den Textabschnitten immer wieder mit **Call-To-Action Buttons** (kurz CTA), die den Nutzer zu einer Handlung auffordern (z.B. „In den Warenkorb legen“, „Kontakt aufnehmen“ usw.).

Male mit Deinen Worten Bilder in den Köpfen Deiner Leser: Wenn Du Informationen mit **Emotionen** vereinst, werden diese leichter verdaut und bleiben länger in Erinnerung. Bringe komplexe Themen verständlich näher und vermeide dabei Fachchinesisch. Dies stärkt Deinen Expertenstatus und erhöht die Chance auf wiederkehrende Besucher.

Und zu guter Letzt: Vergiss nicht Deine **Impressums- und Datenschutzangaben!** Diese sind für eine professionelle und vertrauenerweckende Internetpräsenz unabdinglich und auch rechtlich zwingend erforderlich.

SEO: GEFUNDEN UND GESEHEN WERDEN

Die Suchmaschinenoptimierung ist wichtig, um Dein Ranking zu verbessern und so sichtbarer für Interessenten zu werden. SEO wird in zwei Bereiche unterteilt: Onpage und Offpage.

ONPAGE SEO

Onpage SEO beinhaltet die Abstimmung Deiner Texte auf bestimmte **Keywords** (Suchanfragen) und die Optimierung technischer Faktoren Deiner Webseite wie die Ladezeit.

Ein Beispiel: Du leitest eine Anwaltskanzlei in Düsseldorf. Nun sucht jemand bei Google nach „Anwalt Familienrecht Düsseldorf“ und genau diese Person soll aufmerksam auf Dich werden. Dazu musst Du Deinen Text auf das Keyword „Anwalt Familienrecht Düsseldorf“ optimieren, um Deinen Internetauftritt auffälliger in den Google Suchergebnissen platzieren.

Es gibt viele [kostenlose Keyword Recherche Tools](#), mit denen Du die relevantesten Keywords für Dein Unternehmen und Deine Branche finden kannst.

Neben der Keyword-Optimierung sollte auch der Code Deiner Webseite suchmaschinengerecht geschrieben sein: Mit [strukturierten Daten](#) ordnest Du Deine Inhalte und erleichterst Suchmaschinen wie Google die Bewertung Deiner Website.

Damit Nutzer auf Deiner Homepage verweilen und nicht abspringen, solltest Du – natürlich neben kundenorientierten Inhalten – die **Ladezeit (Pagespeed)** möglichst gering halten. Dauert es zu lange, bis sich Deine Seite komplett aufgebaut hat oder hängt es zwischendurch (z.B. wegen zu hoher Bild- und Videogrößen), ist der Klick auf das X schneller getan als gesagt. Dies kann negative Auswirkungen auf Dein Ranking haben, da Google dann davon ausgeht, dass Deine Webseite nicht relevant für diese Nutzer ist.

OFFPAGE SEO

Kommen wir zu **Offpage SEO**: Dazu gehören Social Media, Backlinks und Google My Business. Signale von **sozialen Netzwerken** haben keinen direkten Einfluss auf Deine Google Positionierung, tragen aber einen Teil dazu bei. Unter Signale werden Kommentare, Teilen und Likes – also Interaktionen mit Deinen Inhalten und Social Media Kanälen – verstanden.

Backlinks sind Verlinkungen zu Deiner Webseite von thematisch passenden Seiten. Verweisen andere auf Dich, unterstützt dies Deinen Status als wichtige Informationsquelle.

Ein professioneller **Google My Business (GMB)** Branchenbucheintrag ist besonders für regionale klein- und mittelständische Unternehmen relevant. Dieser wird in der regulären Google Suche und auch bei Google Maps angezeigt. User können dort Deine Adresse, Öffnungszeiten und Kontaktdaten einsehen, Bewertungen abgeben und sich zu Dir navigieren lassen - sowohl physisch zu Deinem Standort als auch online zu Deiner Homepage. Mehr zu GMB findest Du [hier](#).

War das hilfreich für Dich? Solltest Du noch Fragen haben, dann melde Dich gerne bei uns.
Ansonsten wünschen wir Dir viel Erfolg und gutes Gelingen beim Erstellen Deiner Webseite und Steigerung Deiner Online Sichtbarkeit.

[Kontakt aufnehmen](#)