

[pil] 7. März 2017 - In der digitalen Welt ist es wie im „echten“ Leben: Auch in Sachen Homepage zählt der erste Eindruck; und für den gibt es keine zweite Chance. Meist fällt der Leser die Entscheidung über „Bleiben oder Weiterklicken“ bereits in den ersten Sekunden. Neben einem zeitgemäßen Design mit klarer Seitenstruktur und einer übersichtlichen selbsterklärenden Menüführung sind deshalb aussagekräftige Inhalte und die richtigen Keywords ein Muss.

Mit Augenmaß informieren

So punkten Sie auf Ihrem digitalen Aushängeschild: Präsentieren Sie Ihre Produkte anschaulich und übersichtlich; bringen Sie ihre Leistungen verständlich auf den Punkt; heben Sie ihre Stärken (Spezialisierung) ansprechend hervor.

Aber Vorsicht ist geboten. Packen Sie nicht Ihre gesamte Angebotspalette auf eine Seite. Gliedern Sie die Inhalte sinnvoll und übersichtlich und lassen Sie jede Unterseite für sich sprechen – mit aussagekräftigen Bildern und prägnanten Überschriften. Das erleichtert das Lesen.

Machen Sie den Besuchern Ihrer Seite – Ihren potenziellen Kunden - die Kontaktaufnahme so einfach wie möglich: Platzieren Sie Telefonnummer, Email-Adresse und Postanschrift gleich auf der Startseite; und hinterlegen Sie auf jedem Kontaktformular Ihre Kontaktdaten.

Persönliche Nähe auch via Internet

Zeigen Sie Ihren Besuchern, mit wem sie es zu tun haben: Stellen Sie Ihr Unternehmen und Ihr Team kurz vor. Das weckt Vertrauen.

Überfrachten Sie Ihre Seite dabei aber nicht mit aufwändigen Intros oder blinkenden Laufschriften. Bedenken Sie: Weniger ist oft mehr.

Füttern Sie Ihre Seite regelmäßig mit neuen Informationen und attraktiven Inhalten. Übrigens: Google liebt orthografisch und grammatikalisch einwandfreie Texte. Und vergessen sie bei allem das Impressum nicht.

Lassen Sie sich finden

Es sind vor allem zwei Faktoren, die entscheidenden Einfluss darauf haben, ob Sie mit Ihrem Unternehmen bei Google gut positioniert sind, also möglichst weit vorne landen in den Suchergebnissen:

- Die Nutzung von **Google AdWords**: Sie zahlen für jeden Klick auf Ihre Werbeanzeige; keine Klicks bedeutet für Sie also keine Kosten. Bei Google AdWords legen Sie fest, welchen Betrag Sie investieren wollen und wo die Anzeige geschaltet werden soll. Auf diese Weise können Sie gezielt Werbung treiben.
- Die Umsetzung der **Suchmaschinenoptimierung (Search Engine Optimization, SEO)**: Gestalten Sie für jedes Produkt/ jede Dienstleistung ... eine eigene Unterseite mit spezifischen Schlüsselbegriffen (Keywords), die auch von der anvisierten Zielgruppe benutzt werden. Inhalte auf der Homepage, die sich nicht mit den Suchbegriffen Ihrer Zielgruppe decken, fallen durchs Raster.

Google zieht für die Bewertung jeder Webseite Dutzende von Parametern heran; es zählt sich also aus, bei diesem komplexen Thema auf professionelle Unterstützung zu bauen.

Um das Ranking zusätzlich zu verbessern, bitten Sie Ihre Kunden, Lieferanten, Partner etc. um Backlinks auf Ihre Seite.

Loten Sie außerdem aus, welche Kommunikationskanäle (Facebook, Google+, Instagram etc.) Ihre Kunden nutzen – und seien Sie auch dort präsent.

Unser Tipp - Ihr Vorsprung

Wollen Sie sich ans Thema Homepage wagen, oder planen Sie einen Relaunch Ihrer bestehenden Webseite? Wir von bauerundpartner unterstützen Sie gerne auf Ihrem Weg zum (neuen) Online-Auftritt. Auf Wunsch können wir

- gemeinsam mit Ihnen die Darstellung, das Design und die zentralen Aussagen erarbeiten
- Konzeptioner, Texter, Webdesigner und Programmierer vermitteln
- Werbemaßnahmen zur Einführung ihrer Webseite entwickeln und umsetzen
- Social-Media-Kampagnen konzipieren und realisieren

Kontakt:

Nicolas Weiß

Telefon: 08031 1879-11 **email:** weiss@bauerundpartner.net