

Heute schon gemessen worden?



www.bauko.be



www.bischoff.be



www.eday.be



www.leufgen.com



www.rittersprung.be



www.schauff.be



www.treuhand.be



www.zawm.be

Einige Auszüge aus unseren Referenzen (Liste wird fortgesetzt...)

HARALD MATHIE SPRICHT ZU DIESEM THEMA:

am 17., 24., 31. Januar 2005 im ZAWM Eupen
Anmeldung via www.zawm.be

am 25. Januar 2005: im Green House St.Vith
Anmeldung via E-Mail: vortrag-talk2us@st.vith.com

Das Internet hat inzwischen die Zeiten hinter sich gelassen, in denen ein Unternehmen es sich erlauben konnte, eine "selbst gebastelte" oder amateurhafte Website online zu stellen.

Heute ist das Internet knallhartes Business und die Website für jedes Unternehmen ein Maßstab, an dem es sich messen lassen muss.

Deshalb bedarf ein Web-Auftritt einer professionellen Beratung und Gestaltung. Konzept, Design und Marketing - das sind die drei Säulen, auf denen der Erfolg in der virtuellen Welt ruht. Vor allem der professionelle Surfer ist heutzutage knallhart. Für ein Unternehmen bedeutet das ganz einfach "schlechte Website = schlechtes Unternehmen". So ist das heute im Internet. Bitte bedenken Sie: es gibt immer einen Konkurrenten, der es besser kann.

Der Weg ins Web

Im Grunde genommen ist eine Website nur eine von mehreren möglichen Plattformen, über die das Unternehmen passiv oder interaktiv mit einer vorher definierten Zielgruppe in Kontakt treten kann. Aus dieser Sicht betrachtet verliert die Website einen Teil ihres grafischen Gewichts, was allerdings nicht bedeutet, dass man dem Layout nun weniger Beachtung schenken kann. Ganz im Gegenteil.

Gemeint ist vielmehr, dass ein Internetauftritt als Ganzes zu sehen ist, in einem globalen Konzept, welches über die reine grafische Präsentation hinausgeht. Griffigkeit und Nachhaltigkeit sind die wesentlichen Faktoren für den späteren Erfolg des Projekts. Das ist die Aufgabe eines Konzepters, der einen Gesamtüberblick über die Möglichkeiten des Internets hat, der aber genauso in betriebswirtschaftlichen Aspekten wie im Marketing und in der Kommunikation zu Hause ist. Erfahrung ist hier unverzichtbar. In den Konzeptgesprächen entsteht der eigentliche Hintergrund der Website, der Business-Plan für den Weg ins Web.

Was wollen Sie eigentlich im Internet?

Die beiden ersten Fragen zur Definition eines griffigen Konzeptes sind:
1) Was ist Ihr Kerngeschäft?
2) Was erwarten Sie von Ihrem Weg ins Web?

Bitte antworten Sie auf die zweite Frage nicht nur mit "mehr Umsatz" oder "mehr Kunden" - das wäre zu einfach. Machen Sie sich mehr Gedanken! Erst wenn eindeutig feststeht, wer und was Sie sind und was Sie im Web wollen, kann daraus ein griffiges Konzept entstehen. Und bitte bedenken Sie: der Surfer erwartet von Ihrem Internetauftritt einen Mehrwert, der ihn dazu veranlasst, Ihre Site immer wieder zu besuchen. Eine Business-Website lebt von den so genannten "repeat visitors", also den Mehrfachbesuchern. Auf dieser Ebene entsteht dann auf Dauer Kontakt und aus diesen Kontakten können Sie Business generieren.

Bei dieser komplexen Thematik kann ein externer Berater häufig gute Dienste leisten. Er sieht Sie und Ihr Unternehmen von außen und kann aus dieser Position heraus Dinge

Wer sind Sie eigentlich und was wollen Sie?

deutlich machen, die für Sie selbstverständlich geworden sind und kann Ihnen auf diese Weise helfen, Ihr Unternehmen mit anderen Augen zu sehen.

Er wird versuchen, die Website aus der Sicht des Surfers aufzubauen - ein wichtiger Aspekt für den späteren Erfolg. Er berät Sie auch zu allgemeinen Themen rund um das Internet, zB zu den europäischen E-Commerce-Richtlinien, die auch für nicht-kommerzielle Websites gelten und die es zu berücksichtigen gilt.

Was die rechte Hand nicht schafft, lässt die linke liegen...

Wenn das Konzept einmal steht, muss es professionell umgesetzt werden. Dazu bedarf es einen guten Designers und der notwendigen Technik. Auch hier gilt: "basteln" war gestern, heute muss Professionalität her! Das Design muss griffig und auf das Unternehmen abgestimmt sein. Die Technik muss nicht nur funktionieren, sondern auch eine spätere Ausdehnung der Website beispielsweise zu einem Online-Shop oder zu anderen Anwendungen zulassen. Auch müssen die Voraussetzungen geschaffen werden, damit der Inhalt später im Unternehmen selbst gepflegt werden kann. Auf diese Weise können in Zukunft externe Kosten vermieden werden.

Eine Website zu haben ist nicht genug.

Wenn dann der Rohbau der Website steht, muss sie mit interessantem Inhalt gefüllt werden. Bedenken Sie dabei, dass es um mehr geht als um eine bloße Produktpräsentation. Finden Sie Mehrwerte! Stellen Sie sich die Frage: "Wenn ich der Surfer wäre, aus welchem Grund sollte ich diese Website noch mal besuchen?". Wenn Sie die Antwort darauf gefunden haben, kennen Sie auch den Mehrwert Ihres Unternehmens. Jetzt ist Ihre neue Website vollständig und kann online gehen. So, das war's! Oder fehlt da noch was?

Endlich online! Aber fehlt da nicht noch was?

Stellen Sie sich vor, Sie haben eine Website und keiner geht hin

Wenn Ihre neue Website einmal online ist, fängt die Arbeit erst an. Sie muss professionell vermarktet werden, denn wenn keiner sie findet, war die (finanzielle) Mühe umsonst. Online-Marketing ist ein Business für Profis. Auch hier sind die Zeiten vorbei, in denen es reichte, seine Website einmal bei den Suchmaschinen anzumelden und das war's.

Da gilt es Dinge zu beachten wie link popularity, keyword placement, search engine optimization, success monitoring, Suchmaschinenalgorithmen und vieles mehr. Kein Wunder, bei mehr als 10 Milliarden Seiten im Web muss man sich schon bemühen, um unter den Erstplatzierten in den Suchmaschinen zu sein.

Spurensuche im Internet

Wenn Ihre Site dann online ist und professionell promotet wurde, ist nach einigen Monaten die Zeit gekommen, eine erste Bilanz zu ziehen und den Erfolg der neuen Präsentation zu messen und zu analysieren. Das ist nicht nur legitim, sondern absolut notwendig, denn schliesslich haben Sie in Ihre neue Website Geld, Zeit und Energie investiert. Und Sie wollen wissen, was sie Ihnen gebracht hat. Diese Analyse ermöglicht Ihnen, die Site noch besser auf den Besucher auszurichten und so ihre Effizienz zu steigern. Denn letztendlich geht es doch nur um eines - Umsatz. Entweder direkt, indem Sie über die Website verkaufen oder indirekt, indem die Website Ihnen die Kontakte verschafft, aus denen Sie dann Business generieren können.

Und bei dieser Spurensuche reden wir nicht nur von der Anzahl Besucher oder von abgerufenen Seiten. Spannende Reisen ins Innere der Datenmengen und aufschlussreiche Analysen erwarten Sie. Doch davon mehr in der nächsten Ausgabe - schauen Sie wieder rein!

Ihr Team von talk2us - the net cooperation, der Arbeitsgemeinschaft zur Förderung der Dienstleistungsqualität im Internet

10 Milliarden sind nicht genug

So viele Seiten sind schon online und jeden Tag kommen mehr als 12 Millionen hinzu. Ach ja, und übrigens, einige davon gehören sicher Ihren Konkurrenten...



Für jedes Budget ein professionelles Konzept

Ein erfolgreiches neues Jahr unseren Kunden, Bekannten und Freunden.



www.talk2us.be

euregio.net
internet service in ostbelgien seit 1995

MATHIE CONSULTING

ERWIN KIRSCH DESIGN

4700 Eupen im BRF Funkhaus, Kehrweg 11
4761 Büllingen Wirtzfeld 140
1000 Brüssel rue Tenbosch 9 (datacenter)
www.euregio.net

4837 Membach Stendrich 43
www.mathie.net

4780 St.Vith An der Höhe 34
www.erwin-kirsch.be

Sprechen oder mailen Sie mit uns:
Tel. 087 740 432 oder info@talk2us.be