

WIE ZUKUNFTSFÄHIG IST DEINE WEBSITE?

Mach den Check, ob deine Business-Website fit für die Zukunft ist, was du beachten und welche Trends du im Auge behalten solltest, um dein Unternehmen erfolgreich auszubauen.



Wie zukunftsfähig ist deine Business-Website?

Eine Website besteht aus (meist) mehreren Webseiten und ist die digitale Visitenkarte eines Unternehmens.

Gut aufgesetzt kann sie aber auch dein fleißigster Vertriebsmitarbeiter sein.

Dein Unternehmensauftritt bietet dir die Möglichkeit, deine Message, dein Angebot nach außen zu tragen und dich als Experte zu positionieren.

Noch wichtiger ist es jedoch, deinem Interessenten zu zeigen, wer du bist und was er von dir erwarten kann. Er sollte über deine Website erfahren, welche seiner Bedürfnisse du stillst, welche Probleme und Hürden du ihm abnimmst.

Der Kunde möchte wissen, warum er genau bei dir kaufen sollte.

Durch deine Corporate- oder Brand-Website kannst du also Vertrauen aufbauen und dadurch wichtige Aufträge für dich gewinnen. Vorausgesetzt, dein Content überzeugt.

In der Zusammenarbeit mit Kunden bzw. innerhalb meiner 1:1 Workshops wird mir oft folgende Frage gestellt:

Ist eine Website überhaupt noch zukunftsfähig und falls ja, was sollte ich dabei beachten, welche Trends gilt es im Auge zu behalten?

Website im Wandel

Bedingt durch die Vielzahl an Möglichkeiten schnell an Informationen zu kommen, hat sich auch das Nutzerverhalten in den letzten Jahren extrem verändert.

Wie zukunftsfähig ist deine Business-Website?

Während früher die Verweildauer noch viel länger war, scannen Besucher heute meist nur noch die für sie relevanten Inhalte. Sie möchten möglichst viel Info in möglichst wenig Zeit erhalten.

Das hat auch Auswirkungen auf das Leseverhalten von Webseiten.

Guter, digitaler Content sollte heute „snackable“ sein, d.h. kurz und knackig, aber dennoch informativ, unterhaltend, lehrreich etc.

Viel Tamtam und geblümete Worte haben dort schon lange nichts mehr zu suchen. Also packe deine Info in möglichst kurze, überzeugende Worte, die deinen Kunden dennoch touchen und ihn dort abholen, wo er gerade steht.

Kundennähe aufbauen

In der digitalen Welt ist nichts wichtiger für deinen Erfolg, als die Nähe zum Kunden.

Biete ihm daher so viele Touchpoints wie möglich, um mit dir und deinem Unternehmen in Kontakt treten zu können. Bediene dich dabei an den unterschiedlichsten Kanälen und Möglichkeiten.

Website als zentraler Hub

Digitales Marketing, über alle Verkaufskanäle bespielt, führt stets zu einem zentralen Punkt: deiner Website.

Der wichtigste Touchpoint im B2B-Bereich ist immer noch die Website.

Die Webpräsenz deines Unternehmens ist mehr denn je Dreh- und Angelpunkt für deine Kunden. Hier bietest du ihnen den Input, den sie verlangen und brauchen. Sie verwandelt Besucher zu Interessenten – und best case zu Kunden.

Guter Web-Content ist also essentiell, um wichtige Aufträge zu generieren. Aber nicht nur das. Deine Website fungiert als zentraler Hub aller Marketing-Aktivitäten. Ob Sales Page, Aktionen oder Chat-Funktion. Nutze die vielfältigen Möglichkeiten!

Wie zukunftsfähig ist deine Business-Website?

Optimiere deine Website für mobile Endgeräte

Mobile Usability ist das Schlagwort.

Denn noch immer haben viele Unternehmen keine ausreichenden Maßnahmen ergriffen, ihre Web-Inhalte optimal auf mobile Endgeräte zu bringen. Dabei vergessen sie die wichtigste Person für ihr Business: den Kunden.

Und der liest und informiert sich in dieser digitalen, mobilen Welt überwiegend über Smartphone oder Tablet.

Stelle also unbedingt sicher, dass deine Website auf mobilen Geräten optimal dargestellt wird!

Übrigens: auch bei Google stellt „Mobilfreundlichkeit“ einen Rankingfaktor dar und der Mobile Index erlangt immer mehr Bedeutung.

Userfreundlichen Service bieten

Planst du als Unternehmer durchzustarten, oder einen umfangreicheren Website Re-Launch und möchtest deinen Kunden dabei ganz besonderen Service bieten, solltest du dich mit dem Thema Firmen-App befassen.

Sogenannte „Progressive Web Apps“ (PWA) verbinden die Vorteile einer klassischen Website mit den Funktionalitäten einer nativen App.

Du kannst damit deine Kunden noch schneller & gezielter erreichen und ihnen bestmöglichen Komfort bieten. Mit nur einem Fingertip können sie mit dir interagieren und z.B. Termine online buchen, eine Anfrage erstellen & Push-Nachrichten empfangen.

Auch Chat-Funktion oder automatische Nachrichten sind Service-Optionen, die deine Website komfortabler und damit userfreundlicher machen.

Wie zukunftsfähig ist deine Business-Website?

Sensibler Umgang mit Kundendaten: Datenschutz

Im Rahmen der Analysemöglichkeiten deiner Website kannst du das Verhalten deiner Besucher ziemlich genau nachvollziehen. Je nachdem, wie tief du in die vorhandenen Web-Analysemöglichkeiten eintauchst, ergeben sich für dich eine Vielzahl relevanter Informationen über deinen Kunden.

Er kann über deine Website mit dir in Kontakt treten und dir seine Kontaktdaten übermitteln. Hast du einen Shop, hantierst du auch mit sensiblen Adress- und Bezahl-daten.

Neben dem Nutzen, z.B. durch personalisiertes Marketing oder speziellem Content, noch gezielter auf ihn einzugehen, ergibt sich auch die unmittelbare Pflicht, sorgsam mit diesen Daten umzugehen.

Deine Website muss gemäß DSGVO datenschutzkonform sein und (aktuell) in jedem Fall ein Impressum, klickbaren Cookie-Hinweis, Datenschutz vorweisen, als auch über eine verschlüsselte Datenübertragung via HTTPS verfügen.

Nimm Datenschutz daher ernst und halte dich über rechtliche Neuerung gut informiert.

Nur so stellst du sicher, dass deine Website allen rechtlichen Vorgaben stand hält.

Nutzerfreundlichkeit an mobile Nutzer anpassen

Auch hier bestätigt sich der „snackable“-Content-Ansatz.

Auf kleinen Smartphone Bildschirmen will kein Mensch ellenlange Texte lesen. Bevor er sich mühsam alles selbst rausfiltert, ist er schon längst abgesprungen. Das gilt es zu vermeiden.

Neben einer logischen Menüstruktur und einem ansprechenden Design sind vor allem userfreundliche Ladezeiten wichtig.

Wie zukunftsfähig ist deine Business-Website?

Unterwegs ist nicht immer eine schnelle, stabile Verbindung gegeben. Da können lange Ladezeiten die Absprungrate in die Höhe schnellen lassen.

Ziel ist immer, es deinem Besucher so komfortabel und schnell wie möglich zu machen und ihn mit gutem Content zu begeistern.

Was gut für deine Leser ist, ist auch gut für Google

Vorbei sind die Zeiten, in denen Inhalte gut gerankt wurden, die nur darauf aus waren Suchmaschinen zu gefallen.

Texte wurden zwischen Keywords gepackt – heute verhält es sich genau umgekehrt.

Content, der ausschließlich suchmaschinenoptimiert ist, gehört der Geschichte an. Google rankt diese Inhalte mittlerweile sehr niedrig bzw. verbannt sie immer mehr aus dem Index.

Viele Webseiten schwächeln jedoch genau an dieser Stelle gewaltig.

Ein Grund ist, dass einem von allen Seiten eine penible Keyword-Recherche quasi eingebläut wurde. Der zweite Grund sind verwaiste Webseiten. Einmal erstellt werden sie oft nicht mehr angefasst.

Dabei ist der Webseiten-Content nicht starr, sondern entwickelt sich mit dir und deinem Angebot weiter.

Denke trotz aller Automatisierung und KI daran: Menschen kaufen von Menschen!

Also passe deine Content an deinen Kunden an – nicht an Suchmaschinen.

Wie zukunftsfähig ist deine Business-Website?

Achte daher auf hochwertigen und überzeugenden Website-Content!

Hol dir im Zweifel professionelle Hilfe. Lass deine Inhalte überprüfen und beseitige Schwachstellen.

Genau dafür biete ich z.B. den Website QUICK-CHECK an.

Hier erhältst du schnell und kostengünstig eine Einschätzung deiner Unternehmens-Website sowie Feedback mit konkret umsetzbaren Tipps zur Optimierung. (Mehr erfährst du unter: <https://www.text-dna.de/angebot/>)

Und: Halten sich deine Leser länger auf deiner Website auf, wertet Google dies entsprechend positiv. Was gut für deine Besucher ist, ist auch gut für Suchmaschinen. Damit schließt sich der Kreis wieder.



Hier nochmal die wichtigsten Punkte für deine zukunftsfähige Business-Website zusammengefasst:

- Der wichtigste Touchpoint im B2B-Bereich ist noch immer die Website.
- Guter, digitaler Content sollte „snackable“ sein.
- Nutze die Möglichkeiten deiner Website als zentraler Hub.
- Mobile Usability: Stelle sicher, dass deine Website auf mobilen Geräten ideal dargestellt und schnell geladen wird.
- Nimm Datenschutz ernst und halte dich über rechtliche Neuerung gut informiert.

Wie zukunftsfähig ist deine Business-Website?

- Mach es deinem Besucher so komfortabel und schnell wie möglich auf deiner Website zu navigieren.
- Halte deine Website auf dem neuesten Stand: Prüfe regelmäßig, ob Inhalte und Verlinkungen noch aktuell sind.
- Achte unbedingt auf hochwertigen und überzeugenden Website-Content!
- Hol dir im Zweifel professionelle Hilfe. Lass deine Inhalte überprüfen und beseitige Schwachstellen.
- Halten sich deine Leser länger auf deiner Webpräsenz auf, wertet Google dies entsprechend positiv.
- Was gut für deine Besucher ist, ist auch gut für Suchmaschinen!

Über Claudia Rösner | Text-DNA



Ich unterstütze Selbstständige, Solopreneure & Unternehmen dabei, sich mit überzeugendem Website-Content vom Wettbewerb abzugrenzen, ihre Zielgruppe zu erreichen, mehr Aufträge zu generieren, einen höheren Umsatz zu erzielen und sich als Experte zu positionieren.

Zudem biete ich den Website QUICK-CHECK als auch 1:1 Workshops zur Optimierung von Business-Websites an und gebe auf Instagram hilfreiche Tipps zu Selbstständigkeit & Mindset.

Fragen? Schreib mir!
kontakt@text-dna.de

www.text-dna.de

Instagram: [@claudiaroesner_textdna](https://www.instagram.com/claudiaroesner_textdna)