

Inhalte einer WebSite: Was wollen Sie darstellen?

Im Internet bestimmt der User selbst, was er sehen will. Und er ist anspruchsvoll. Wenn Sie nichts zu sagen haben oder die Website keinem Zweck zuführen können, dann lassen Sie es. Lieber keine Homepage als eine, die den User langweilt.

Interne und externe Kommunikation.

Zur Verbesserung der internen Kommunikation können alle Mitarbeiter schnell auf aktuelle Informationen und Daten zugreifen. Außendienstmitarbeiter haben Zugriff auf Formulare und können Kontakte halten. Das Internet eignet sich zur Integration von allen Maßnahmen der externen Kommunikation (Werbung, Sponsoring, Messe, PR, Direkt-Marketing und Events). Per eMail, Gästebuch, Chat oder Foren können Sie Meinungen einholen, Fragen oder Anregungen leicht beantwortet und Beratung angeboten werden.

Werbung und Verkaufsförderung.

Die Werbung muss zum Image des Produkts passen und zusätzliche Informationen liefern. Eine Produkt kann genau beschrieben und multimedial aufbereitet werden. Technische Datenblätter können zum Download angeboten werden. Bei Produkten, die keine Möglichkeit zur Betonung von Informationen bieten, kann Stimmung geschaffen und positive Einstellungen zum Produkt vermittelt werden. Für Kaufanreize eignen sich begrenzte Angebote, Preisausschreiben, Wettbewerbe, Gewinnspiele, Gutscheine und Preisnachlässe. Damit kann eine Rückkehr von Usern erreicht werden.

Öffentlichkeitsarbeit und Events.

Umfassende Informationen über die Aktivitäten eines Unternehmens kann für Vertrauen und ein positives Image werben. Öffentlichkeitsarbeit hat langfristigen Charakter und überzeugt durch Kontinuität. Mögliche Inhalte: Unternehmenskultur, Firmengeschichte, Gesellschaftsengagement, Umweltschutz, Sponsoring und Pressemitteilungen. Events, Messen und Kongresse können auf der WebSite bekannt gemacht werden: Termine, Standnummer und neue Produkte. Umgekehrt eignet sich ein Event, um die WebSite bekannt zu machen. Im Vorfeld können die Interessen der Kunden ausgelotet werden.

Produktinformation und Produkttest.

Es können FAQ-Seiten bereitgestellt werden, die Antworten auf besonders häufig gestellte Fragen bereithalten. FAQ-Seiten sind ideale Seiten für Bannerwerbung. So lässt sich ganz nebenbei auch noch Geld verdienen. Neue Produkte oder Neuerungen können auch per Mailingliste bekannt gemacht werden. Der Kunden abonniert die Liste und bekommt per eMail regelmäßig die neuesten Informationen zugeschickt. Ein Dialog mit Konsumenten ist in Diskussionsgruppen oder Newsgroups möglich. Bei großen Firmen kann eine interne Newsgroup Informationsaustausch ermöglichen. Es kann ein Produkt-Chat eingerichtet werden, bei dem ein Fachmann Rede und Antwort stehen kann. Ein Produkt kann für kurze Zeit einer begrenzten Käuferschicht, den Internet-Usern, zugänglich gemacht und zum Produkttest eingeladen werden.

Preisangaben und Distribution.

Bei einer informativen Werbung wird der Preis eher erwartet als bei einer emotional angelegten Werbung. Bei Online-Verkauf ist der Preis elementarer Bestandteil. Das Akquirieren von Kundenaufträgen stellt eine sinnvolle Erweiterung dar. Da kein persönlicher Kundenkontakt besteht, sollte der Kunde zu einem Kommentar per eMail oder Feedback-Formular bewegt werden.

Zusatznutzen.

Dem Anwender kann ein Zusatznutzen angeboten werden. Das Angebot muss zum Inhalt der WebSite passen, z.B.:

- Download von aktuellen Informationen
- Download von Programmen oder Bildschirmschonern
- Strategie- oder Abenteuerspiele
- Gewinnspiele, Preisausschreiben und Verlosungen
- Bereich für Kinder: Kindgerechte Aufbereitung der Inhalte
- Infos über technische Neuerungen und aktuellen Stand der Technik
- Jobbörse
- Lese- oder Hörproben
- Kochrezepte und Ernährungstipps
- Wettervorhersage und Routenplanung
- Kommentierte Linkliste zu verwandten Themen