

Testen Sie selbst: Wie wirkungsvoll ist Ihre Internetpräsenz?

Im Internet werden viele Chancen nicht genutzt!

Profi-Webseitengestalter nutzen die Erkenntnisse der Wahrnehmungspsychologie, wenn sie die Wirksamkeit ihrer Entwürfe jenseits von Geschmacksdiskussionen testen wollen, dafür hat man eigens die Augenkamera erfunden. Dieses Gerät vollzieht die (Augen-)blicke

nach, wie ein Besucher einer Webseite die Inhalte aufnimmt. Dabei entsteht dann ein charakteristisches Muster - eine wertvolle Hilfe bei der Gestaltung, damit die Inhalte, auf die es ankommt, auch wirklich ankommen! Das sieht dann zum Beispiel so aus:



Sparen Sie sich die mehreren Tausend Euro und simulieren Sie das einfach so:

- Öffnen Sie Ihre Seite in einem Browserfenster im Vollbild
- Schauen Sie sich die Seite, die Sie untersuchen wollen, für 10 Sekunden an
- Nun notieren Sie sich (auf einem Blatt Papier oder in einer Datei): Was haben Sie inhaltlich in dieser kurzen Zeit mitgenommen? Welches Gefühl hat sich dabei in Ihnen ausgebreitet? Und was wollen Sie nun tun?

Wenn Sie diesen Test durchgeführt haben, wiederholen Sie ihn, diesmal geben Sie sich 1 Minute.

Bei diesem kleinen Test kommen immer wieder erstaunliche Erkenntnisse heraus, die allesamt den Vorteil haben, dass diese Erkenntnisse jenseits von den so vielfach zelebrierten "Geschmacksdiskussionen" gewonnen werden:

Mit Ihrer Internetseite wollen Sie eine Botschaft

verbreiten, auf Ihr Angebot aufmerksam machen, berichten, was so besonders an Ihrem Angebot ist - kommt diese Botschaft wirklich an? Informationen bestehen aus Fakten u n d Gefühlen - welche Gefühle transportiert Ihre Webseite?

Früher war man stolz auf hohe "Clickraten" - heute reicht das als Ziel nicht mehr: Was machen die Besucher Ihrer Webseite n a c h dem ersten Treffer auf Ihrer Seite (Seite verlassen, weitere Seiten aufrufen, Thema vertiefen, sich bei ihnen melden, etc.)?

Internet mit "Durchblick":

Mail, Newsletter, VoIP & Co – perfekt integriert nutzen!
Ihre Webseite – optimale Unterstützung für Betreuung & Vertrieb!
Gefunden-werden statt nur zu suchen: eCommerce - vollautomatisch!

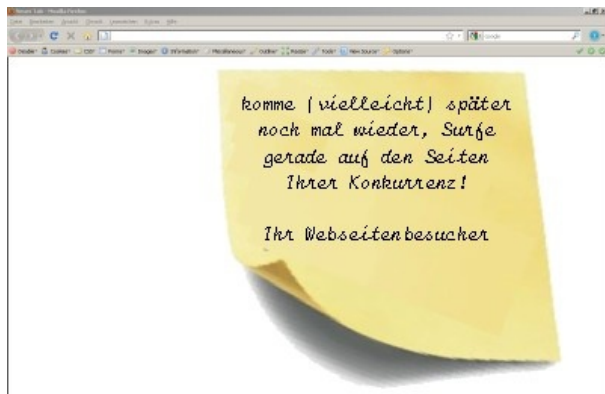
... weiter geht's auf der nächsten Seite!

Testen Sie selbst: Wie wirkungsvoll ist Ihre Internetpräsenz?

Welche Aspekte sind außerdem wichtig?

Schnelle Ladezeit, Browserkompatibilität (zu lange Ladezeiten nerven, die Seite muss in den am häufigsten verwendeten Browsern (IE, MOZILLA; SAFARI) einwandfrei angezeigt werden);

Plug-In's: Kann Ihre Seite nur mit dem aktuellsten Flash-Player angezeigt werden (keine Default-Grafik für Nicht-Flash-Betrachter), setzen Sie Java-Script ein (und was passiert, wenn der Nutzer das aus Sicherheitsgründen abgeschaltet hat), nutzen Sie Cookies, etc.



Oder auch:

- weil Sie Ihre Seiten so verwirrend strukturiert haben, dass selbst wenn man einmal beim blättern eine interessante Seite gefunden hat, sie garantiert nicht wieder findet?
- immer nur von "wir" und kaum von "mir" (dem Besucher) die Rede ist?
- es einfach keine Freude macht, sich durch die Textwüsten zu klicken?

Dann wird es vielleicht Zeit, dieses Thema einmal anzugehen! Denn im Internet schlummern viele Chancen, die erst dann "gehoben" werden können, wenn man dieses Medium richtig nutzt!

... weitere Informationen unter: www.edv-durchblick.at

Schlagzeilen: Finden Ihre Webseitenbesucher Überschriften, an denen sie sich orientieren können und auch längere, vielleicht durchaus interessante Texte so gliedern können, dass sie leicht konsumierbar sind?

Flüssige, dialogorientierte Texte: Macht es Freude, Ihre Texte zu lesen, oder erinnert das eher an die Literatur von den trockenen Fachtexten, über die Sie sich schon in der Schule oder im Studium geärgert haben?

Appell und konkrete Angebote: Holen Sie Ihre Besucher an geeigneten Stellen ab, und bieten Ihnen konkrete Hinweise, wo und wie es jetzt weitergehen könnte?

Sind Sie sicher, dass Ihr Kunde nicht gerade auf den Webseiten Ihrer Konkurrenz surft? Vielleicht liegt das daran, dass

- Ihre Seiten immer noch den "aktuellen" Hinweis: "Veranstaltung am 21. April 2006" zeigt?
- man erst alle neusten Plug-In's (Zusatzprogramme) laden muss, um die Seiten überhaupt ansehen zu können?
- Sie nicht die Sprache Ihrer Kunden sprechen ("Benefit", "Enterprise Java Beans" & Co.)?

Zum Beispiel:

- den "Fall" des kleinen Geschäftes für Spielzeugeisenbahnen, der dank Einsatz eines schlanken Onlineshops innerhalb der ersten 14 Tage des Betriebes ca. 200 Aufträge mit einem Warenwert von 200.000 € bekommen hat ...
- die (wahre) Geschichte von dem Ingenieurbüro, dass dank serviceorientierter Webpräsenz nun viel eleganter Kundenberatung per Telefon durchführen kann (alle Datenblätter und Infos im Web) ...
- das Erlebnis eines Herstellers außergewöhnlicher Fahrradgepäckträger, der durch Interneteinsatz und gezielte Werbung auf Seiten, wo Fahrradfreunde sich gerne tummeln, seinen Umsatz steigerte ...