

# Erfolgreich ins Internet

## Projektplanung

Ob Sie das Internet als moderne Kommunikations-, Werbe- und Verkaufsplattform nutzen oder einfach zur Steigerung des Firmenprestiges einsetzen, die Planung Ihres Auftrittes sollten Sie sorgfältig und strukturiert angehen. Die folgenden Abschnitte sollen bei der Projektierung Ihres Internetauftrittes einerseits Fragen aufwerfen, andererseits auch ein kleiner Leitfaden sein.

Das Internet bietet viele Vorteile für das Marketing. Es ermöglicht eine direkte Kommunikation mit den Kunden und Lieferanten, ist 24 h im Tag verfügbar, ist schnell und billig. Ein Internetauftritt muss sich an den gesteckten Zielen orientieren, denn eine schwache oder unvollständige Internetpräsenz schadet dem Image und kann potentielle Kunden kosten.

Marktanalysen um Zielgruppen und deren Gewohnheiten zu analysieren lassen sich nicht immer durchführen. Trotzdem muss die Zielgruppe möglichst genau analysiert und beschrieben werden. In einer Konkurrenzanalyse soll untersucht werden, wie sich die bereits vorhandenen Wettbewerber im Netz verhalten, wie sie die Zielgruppen bedienen, und wo die Stärken und Schwächen ihrer Websites liegen.

Die Fragen und Anregungen auf den nächsten Seiten helfen Ihnen und uns in der effizienten Realisierung Ihrer Internetpläne. Bitte nutzen Sie den freien Raum für Ihre Notizen. Diese Arbeitsblätter mit Ihren Notizen bilden später die Basis für das gemeinsam zu entwickelnde Pflichtenheft Ihres Internetauftrittes.

## Wichtige Punkte

Von zentraler Bedeutung ist die Suche nach den primären und sekundären Zielen des Web-Auftrittes.

### **Folgende Fragen helfen bei der Zielfindung:**

- Was wollen Sie mit dem Internetauftritt erreichen?
  
- Welche Rolle kann das Internet beim Ausbau des Geschäftes spielen?
  
- Welche Wertschöpfungsaktivitäten kann es sinnvoll unterstützen?
  
- Wie erreichen Sie dank dem Internet eine Effizienzsteigerung innerhalb Ihres Unternehmens, zwischen Wertschöpfungspartnern (Lieferanten und Kunden) oder zwischen mehreren Marktteilnehmern ?
  
- Wird nur für Produkte oder Dienstleistungen geworben oder sollen auch Bestellungen und Verkäufe getätigt werden?
  
- Wie bringe ich den Websitebesucher dazu, seine Adresse in meiner Datenbank abzulegen?
  
- Welche Zusatzangebote bewegen ihn zum Wiederbesuch meiner Site?
  
- Wie präsentiert sich die Konkurrenz im Internet ?

## Ziele des Internetauftrittes

Welche Ziele verfolgen Sie mit dem Internetauftritt? (Notieren Sie stichwortartig Ihre Ziele in den entsprechenden Überschriften oder definieren Sie eigene Überschriften.)

### **Imageförderung**

- Kundenfreundlichkeit durch Erreichbarkeit.
- Marktposition gegenüber der Konkurrenz festigen.

### **Einsparungspotential durch Rationalisierung/Automation**

- Katalogbestellung per email oder download.
- Produktebestellung per Internet.
- Abwicklung von Standardprozessen über das Internet.

### **Umsatzsteigerung**

- Aktuelle Produktepräsentation rund um die Uhr.
- Bestellmöglichkeit 24h.
- Neue Kunden dank zusätzlichem Absatzkanal.
- Ergänzung der Printmedien mit aktuellen und weitergehenden Informationen.

**24h erreichbar**

- Kundenservice anbieten
- Offertwesen
- Produkte verkaufen
- Informationen bereitstellen
- Troubleshooting

**Kundennähe/Hotline**

- Aktuelle Geschäftsinformationen.
- FAQ's: Frequently asked questions.

**Neue Märkte erschliessen**

- Neues Zielpublikum.
- Verkauf ab Katalog.

**Zusätzliche Ziele**

- 
- 
-

# Kundenorientiertes Konzept

## Zielgruppe

Genauso wichtig wie eine Zielsetzung ist es, die Zielgruppe zu bestimmen, die durch das Projekt angesprochen werden soll. Je nach Zielgruppe kann sich das Erscheinungsbild sowie die angebotenen Zusatzfunktionen stark voneinander unterscheiden.

Definieren Sie die Zielgruppe :

- Kennen Sie das Alter Ihrer Zielgruppe?
- Kennen Sie die Interessen?
- Ist das Zielpublikum eher konservativ?
- Wie machen Sie dem Besucher Ihrer Homepage die adressierte Zielgruppe transparent?

## **Gestaltung**

Entsprechend der Zielgruppe sollten Sie die Gestaltung sorgfältig planen.  
Folgende Punkte müssen definiert werden:

- Wollen Sie mit der Site auffallen?
- Soll der Auftritt gezielt schlicht und einfach sein?
- Darf sich Ihr Internetauftritt vom Corporate Design abheben ?

## Wer sind meine Webbesucher?

Nebst einer umfangreichen statistischen Auswertung der Website sollten Sie versuchen detaillierte Informationen der Besucher Ihres Internetauftrittes in Erfahrung zu bringen.

Prinzipiell sind die Besucher Ihrer Website anonym. Welche Möglichkeiten bieten sich Ihnen mit Ihren Besuchern in Kontakt zu treten, die Surfer aus der Anonymität zu holen? Grundsätzlich hinterlässt der „Internetkunde“ seine Daten nur wenn er einen persönlichen Gewinn erzielen kann.

Im folgenden sind einige beliebte Möglichkeiten aufgezählt um Detailinformationen der Besucher zu erhalten:

- Verlosen Sie regelmässig Preise unter Ihren Besuchern und porträtieren Sie die Gewinner im Internet.
- Senden Sie Ihren Kunden regelmässig aktuellste Informationen per e-Mail.
- Bieten Sie nicht alle Informationen per Internet an. Versenden Sie detaillierte Kataloge auf Anfrage.
- Einkaufsgutscheine
- Machen Sie Ihre Kunden zu Members mit zusätzlichen Vergünstigungen, analog Carte Blanche des Tages-Anzeigers.

## Besucherstatistik

### Wie oft wird meine Site besucht?

Nebst dem direkten Feedback der Site-Besucher im Zusammenhang mit obengenannte Aktivitäten, ist es auch wichtig zu erfahren, welche Seite innerhalb Ihres Webs am meisten besucht wird. Auch ist es wichtig zu wissen, wann und von wo (innerhalb sowie ausserhalb Ihres Webs) die Besucher auf Ihre Seite kommen.

So können Sie den wirtschaftlichen Erfolg Ihrer Site in einem brauchbaren Rahmen messen.

Ein Seitencounter (Besuchszähler) hat nichts mit Statistik zu tun. Das Web-Center bietet Ihnen kostenlos eine detaillierte statistische Auswertung Ihres Internetauftrittes an. Die Statistik über Ihre Websitebesucher können nur Sie jederzeit Online abrufen.

## Checkliste

### Budget

Wie hoch ist Ihr Budget für Ihre Site?

- |         |                |                          |
|---------|----------------|--------------------------|
| bis     | sFr. 2'500.--  | <input type="checkbox"/> |
| bis     | sFr. 5'000.--  | <input type="checkbox"/> |
| bis     | sFr. 10'000.-- | <input type="checkbox"/> |
| grösser | sFr. 10'000.-- | <input type="checkbox"/> |

### Bild- und Textmaterial

Das Internet lebt von Bildern sowie kurzen, prägnanten Texten. Vorhandenes Prospektmaterial sollte nicht 1:1 ins Internet übernommen werden. Das Internet ist ein interaktives Medium und dementsprechend wird mit anderen Mitteln und Effekten kommuniziert als in den Printmedien. Nutzen Sie die Möglichkeiten über die Maus des Benutzers in direkten Kontakt mit Ihren Internetkunden zu treten. Laden Sie den Benutzer ein in Ihrer Seite einzutauchen. Lassen Sie sich Ihr Bild- und Textmaterial für das Internet aufbereiten.

Ist Bild- und Textmaterial vorhanden?

- |                             |                          |
|-----------------------------|--------------------------|
| Firmenlogo:                 | <input type="checkbox"/> |
| Bildmaterial:               | <input type="checkbox"/> |
| Aufbereitete Texte:         | <input type="checkbox"/> |
| Firmenprospekte:            | <input type="checkbox"/> |
| Corporate Identity-Konzept: | <input type="checkbox"/> |
| Sonstiges:                  |                          |

---



---



---

### Grafik-Konzept

Ein professionelles Erscheinungsbild der Site hängt unmittelbar mit dem Grafikkonzept zusammen. Aus diesem Grund arbeitet das Webcenter sehr eng mit erfahrenen Grafikateliers zusammen. Soll das Webcenter für Sie einen Grafiker organisieren?

Ja:

Nein:

Adresse Ihres Grafikers:

Name: \_\_\_\_\_

Adresse: \_\_\_\_\_

PLZ/Ort: \_\_\_\_\_

Tel: \_\_\_\_\_

e-Mail: \_\_\_\_\_