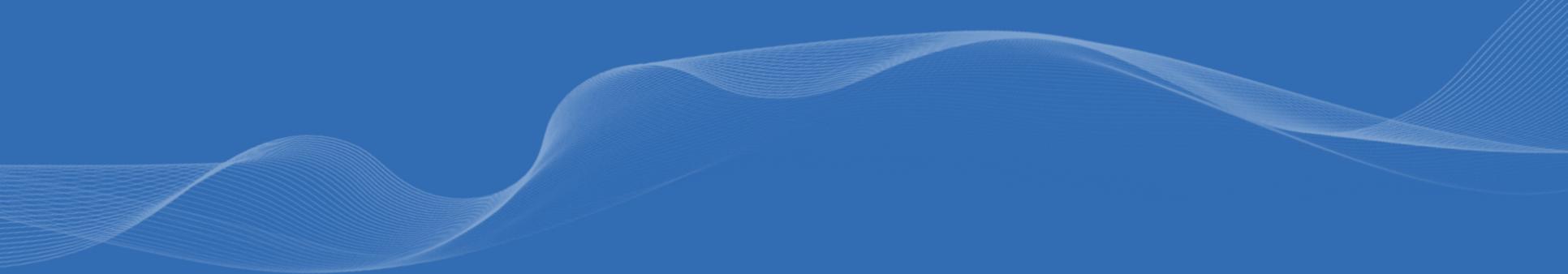




ibi

Eine gelungene Website aufbauen

Susanne Dierl



**Initiative
„Erfolgreich handeln“**

Projekt „Erfolgreich handeln“ des Bayerischen Wirtschaftsministeriums

Der Handel soll wettbewerbsfähig bleiben – wir unterstützen dabei!

Die Corona-Pandemie, der Krieg in der Ukraine und die damit verbundenen Preissteigerungen haben massiven Einfluss auf den Handel.

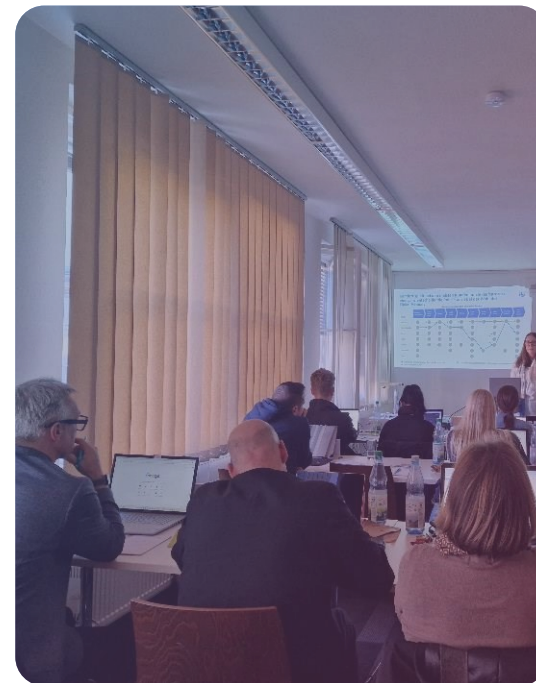
Geändertes Einkaufsverhalten, veränderte Kundenbedürfnisse, hohe Energiekosten – wer in Zukunft noch erfolgreich sein will, muss sich anpassen.

Die Initiative „Erfolgreich handeln“, **initiiert und finanziert durch das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie**, hilft Ihnen dabei!

Projektlaufzeit: Januar 2023 bis Dezember 2024

Vorgängerprojekt: Die Förderinitiative „Bayern hilft seinen Händlern“

www.erfolgreich-handeln.bayern



Wie sieht unser Bildungsangebot aus?

Unsere Formate



Webseite &
Newsletter



Workshops



Webinare



Mediathek |
Webinar-
aufzeichnungen

Unsere Themen

 E-Commerce	 Digitale Prozesse	 Nachhaltigkeit
 Digitale Sichtbarkeit	 Neue Geschäftsmodelle	 Soziale Medien
 IT-Sicherheit	 Bezahlverfahren	 ... und vieles mehr

Agenda

01 Warum ist eine gelungene Website wichtig?

02 Content

03 Technik

04 Usability

05 Fragen



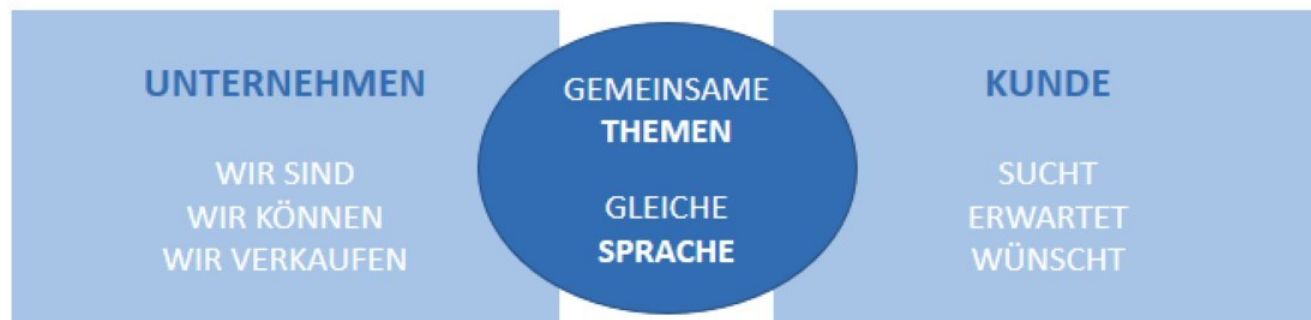
01

**Warum ist eine gute Website
wichtig?**

Warum ist eine gute Website wichtig?

Kernpunkte

- Die Webseite steht im **Mittelpunkt** Ihrer Online-Strategie
- Alle relevanten **Informationen** und der wesentliche **Imagetransfer** finden hier statt
- Von hier aus werden die Inhalte entsprechend aufbereitet in weitere Kanäle **ausgespielt** (z.B. soziale Netzwerke)



Warum ist eine gute Website wichtig?

Konversionstrichter



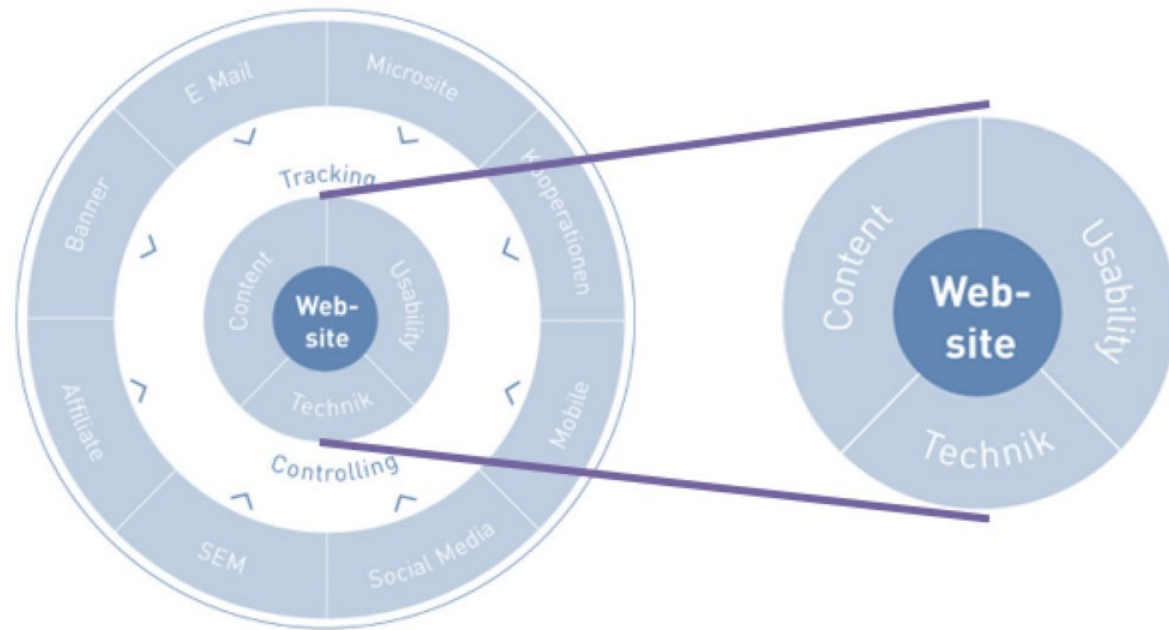
Die Konversionsrate als Ganzes ist abhängig von den einzelnen Mikro-Konversionsraten.

- ➔ **Was suchen** die Kunden auf Ihrer Website?
- ➔ **Wie viele** Kunden **springen** in den einzelnen Schritten **ab**?
- ➔ **Auf welcher Seite brechen** die Kunden den Kauf **ab**?

Je leichter und einfacher der Kunde auf Ihrer Seite findet, was er sucht, desto besser für Sie!

Welche Dimensionen gilt es zu beachten?

Drei Kernbereiche: Content + Technik + Usability



Content = Bilder und Texte

Technik = Software und Hardware

Usability = Benutzerfreundlichkeit



02

Content

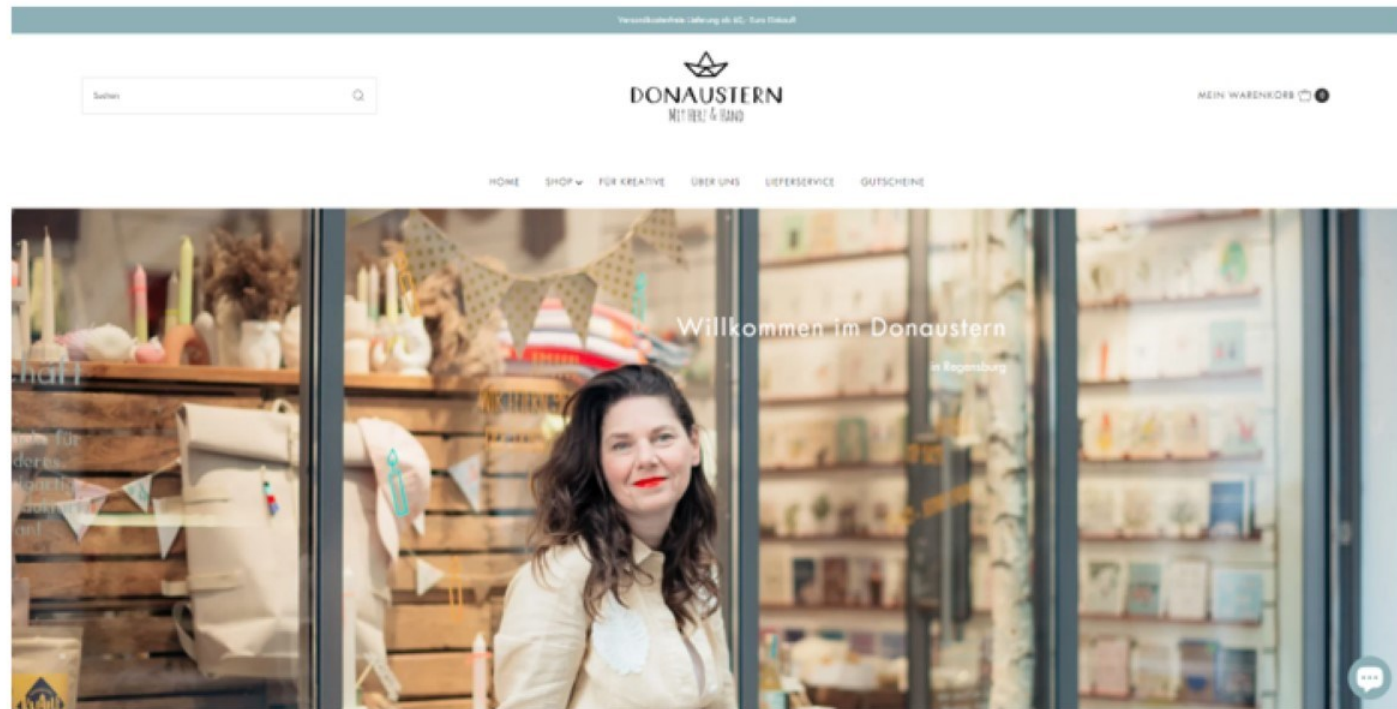
Welche Alleinstellungsmerkmale zeichnen Sie und Ihr Unternehmen aus?

- **Wer** sind Sie und **wofür** stehen Sie?
- **Was** macht Ihr Unternehmen besonders?
- **Welche** Produkte/Dienstleistungen bieten Sie?
- **Worin** unterscheiden Sie sich von der Konkurrenz?
- **Warum** sollte ein Kunde zu Ihnen kommen und nicht zu einem vergleichbaren Unternehmen gehen?

Wie schauen Ihre **typischen Kunden/Zielgruppen** aus? Was könnten diese von Ihrer Website erwarten?

- **Wie alt** sind ihre Kunden?
- **Welches Geschlecht** haben ihre Kunden?
- **Welche Mediennutzung** liegt vor – wie muss also die Website gestaltet sein?
- **Wie „leben“** Ihre Kunden?
- **Was suchen** Ihre Kunden auf Ihrer Website?

Content: Positivbeispiel „Donaustern“



Content: Positivbeispiel „Donaustern“



Komm gerne rein in meinen Donaustern!

Meinen Laden habe ich 2017 als klassisches Einzelhandelsgeschäft gegründet.

Am liebsten begrüße ich meine Kunden natürlich live im Laden, auf einen Ratsch. Aber Regensburg liegt halt nicht bei jedem um's Eck.

Die Pandemie hat mir den "Schubser" gegeben diesen Onlineshop zu starten.

Mittlerweile ist er bis über die bayerischen Grenzen hinaus bekannt und beliebt. Bis Hamburg und Berlin schicken wir regelmäßig Pakete auf ihren Weg.

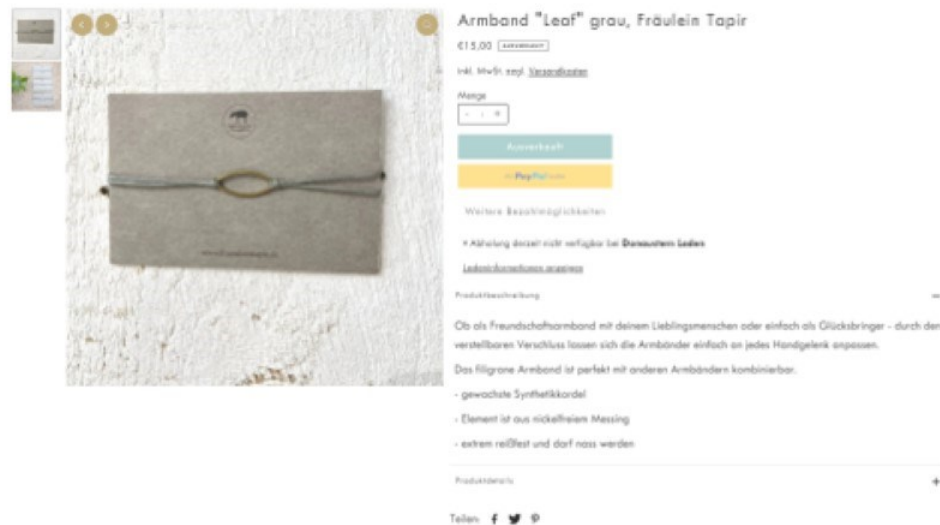
Also schau doch auch mal rein...es ist bestimmt auch was besonderes für dich dabei.

Über einen persönlichen Besuch im Laden freuen wir uns natürlich immer :)

Marion & das Donaustern Team



Content: Positivbeispiel „Donaustern“



Content: Negativbeispiel



WE ARE LING
YOU CAN TRUST US

Menu

- Home
- Cars / Vans
- Customers
- About Ling
- Fun stuff
- Shop

CARS A-Z



ALFA ROMEO
Tonale



WE ARE LING
YOU CAN TRUST US

Know more about car leasing expert, Ling Valentine
See our 287 reviews on  Trustpilot

LINGsCARS.com

LINGsCARS > About Ling

Ling's **INFO** and personal details...



Hello!
I am Ling!

I'm the UK's **hardest working** car leasing provider, and I run **LINGsCARS**, the **UK's favourite** car leasing website.

Don't be deceived... I may be a scruffy Chinese girl, but I have more happy new-car customers and supply more new cars than many of the anonymous (and some big-name!) leasing companies out there, combined.

Yes, this scruffy mental oriental sold £85,000,000 of

FULL warranty



LINGsCARS.com

CLICK to VIEW!

Online Service Response Times
Quote > Proposal > Order > Delivery

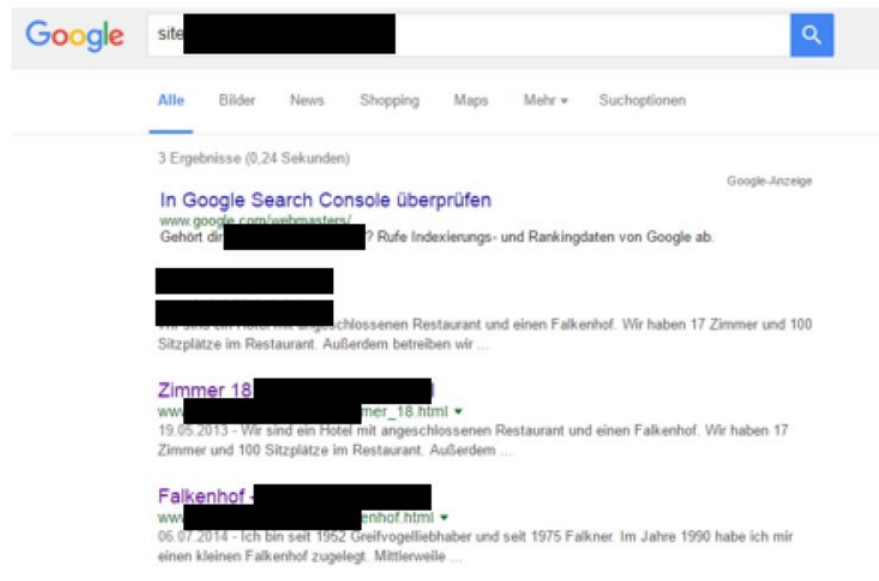
77 CLIENTS IN "PROPOSAL"

...LING REPLIES IN: **0:42**

84 CLIENTS IN "ORDER"

...LING REPLIES IN: **0:07:55**

Schlechter Content wirkt sich negativ auf Suchergebnisse aus!



Google führt in seinem Index zu dieser Domain nur 3 Unterseiten!



Kopieren Sie keinesfalls Content von fremden Quellen, an dem Sie keine Rechte/Lizenzen haben!

WEIN-DEKO
INTERNET-DEKORATION

Suchbegriff...

HOME WEINREGAL ANBAUREGIONEN WEINGÜTER WSALEN THEMEN

Themen > Journal > Was bringt das Schwenken des Weins im Glas?

WAS BRINGT DAS SCHWENKEN DES WEINS IM GLAS?


von: Curry, Stefanie 26.09.22 00:00 0 Kommentare

Unabhängig von Stil und Technik hat der Weinstrudel einen enormen Wert und Zweck. Das meiste hat mit **Sauerstoff** und Belüftung zu tun, aber es gibt noch andere Gründe, warum das **Schwenken** eine Schlüsselkomponente in der **Weinprobe** ist.

Es öffnet den Wein


Sobald **Wein Sauerstoff** ausgesetzt wird, werden seine Aromastoffe besser wahrnehmbar, da sie sich an den verdunstenden Alkohol binden, wenn dieser sich vom Glas löst. Sauerstoff kann auch dazu beitragen, die harten Tannine größerer Weine zu mildern, sodass sie glatter und seidiger werden.


Fast jeder Wein profitiert bis zu einem gewissen Grad vom Schwenken, obwohl jüngere, kräftigere Weine möglicherweise mehr erfordern. Seien Sie jedoch vorsichtig, wenn Sie einen Wein aus einem älteren Jahrgang zu stark wirbeln - Sauerstoff kann von Freund zu Feind werden, und es ist leicht, einen empfindlichen, gealterten Wein mit zu viel Schwenken zu überfordern.




Google

← Bildquelle suchen

 pixabay.com
Weinglas Wein Glas - Kostenloses Foto auf Pixabay - Pixabay
950x540

 südafrika-weinversand.de
Was bringt das Schwenken des Weins im Glas? | Südafrika Weinversand
26.08.2022 - 600x400

 wein-deko.de
Was bringt das Schwenken des Weins im Glas? | Wein-Deko
26.09.2022 - 1920x1280

- Mit Google kann man **nach Text und Bild (Inhalt!)** suchen!
- Daher: Bilder entweder **selbst produzieren** oder **kaufen**. Texte sind ebenfalls **urheberrechtlich geschützt**, und müssen demnach selbst geschrieben werden!



03

Technik

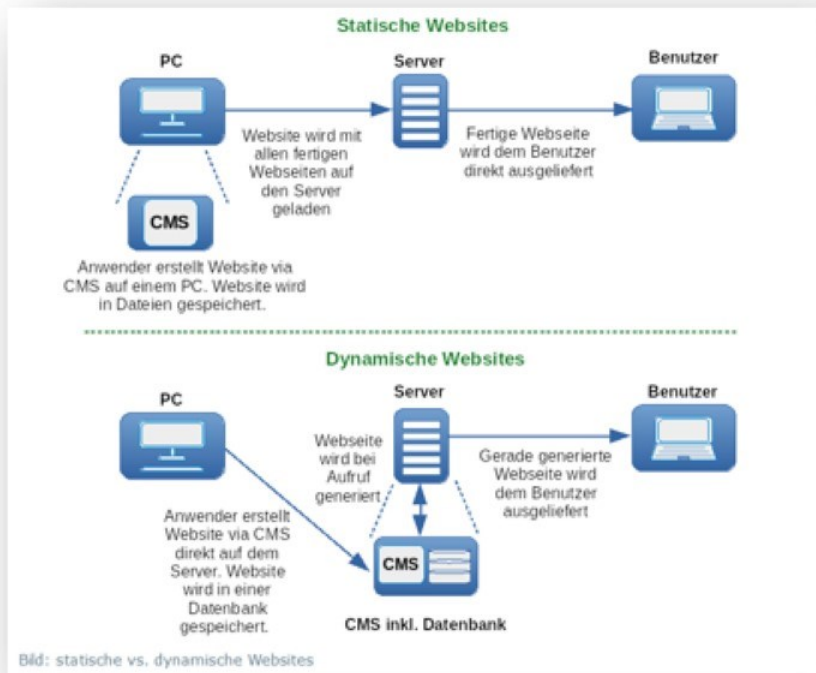
Arten von Content

▪ Statische Webseite

- Manuelle Pflege der Inhalte
- Keine zentrale Änderung der Navigation, Fußzeile, etc.
- Anwendung: bei weniger als 10 Unterseiten und wenn Inhalte sich nicht oft verändern

▪ Dynamische Webseite

- Unterseite wird erst zum Zeitpunkt des Aufrufs gerendert
- Einfache und zentrale Administration von Content
- Integration verschiedener IT-Systeme



Vorteile statischer Websites:

- Daten werden schneller geliefert
- Es wird weniger Leistung auf dem Server benötigt
- Website ist sicherer, da weniger Schnittstellen existieren
- Kommt meist ohne Datenbank im Hintergrund aus

Vorteile dynamischer Websites:

- Trennung von Technik und Inhalten die gepflegt werden können (z. B. WordPress)
- Pflege der Website durch mehrere Personen ist zeitgleich möglich
- Inhalte werden erst bei Aufruf der Website „gezogen“ und sind somit immer aktuell

Checkliste

- ☐ **Programmiersprache:** HTML5 und CSS3, PHP, Javascript
- ☐ Es ist wichtig zu wissen, welche **Technik** auf welchem **System funktioniert**
- ☐ Benötigt man ein **Content Management System** oder nicht?
- ☐ Kein **Flash** und keine **Frames**, da diese veraltet sind
- ☐ Tempo und Performance: **Ladezeiten** der Webseiten muss **schnell** sein!
- ☐ **Bilder** und **Formate** sind als .jpg und .png für den Benutzer am **unkompliziertesten**
- ☐ **Mobile-freundlich**
- ☐ **Suchmaschinen-optimiert** (SEO)
- ☐ **Fehlerfreiheit** des Programm Codes
- ☐ **Navigation** und **Links** funktionieren



04 | Usability

Usability = Gebrauchstauglichkeit/Nutzungsfähigkeit

- Usability bezeichnet das Ausmaß, in dem ein **Produkt, System oder Dienst durch bestimmte Benutzer** in einem bestimmten Anwendungskontext **genutzt werden** kann, um bestimmte Ziele effektiv, effizient und zufriedenstellend zu erreichen.
- Folgende **Bestandteile** spielen dabei eine wichtige Rolle:
 - Übersichtlichkeit im Design
 - Benutzerfreundlichkeit
 - Erfüllung der Nutzerbedürfnisse
 - Problemlose Bedienbarkeit der Seite

Gute Usability wird in der Regel **gar nicht explizit wahrgenommen**, **schlechte** hingegen **sehr wohl!**

Wichtig ist Usability bei allen Produkten mit einer **Schnittstelle zwischen Mensch und Technik bzw. Mensch und Maschine**:



„Wenn ich sichergehen will, dass meine Website oder App einfach zu benutzen ist, was muss ich dann als Wichtigstes beachten?

- Die Antwort lautet **nicht**: „Alles Wichtige darf nicht mehr als zwei Klicks entfernt sein!“
„Sprich die Sprache der User!“
„Sei konsistent!“
- Sie lautet....: „**Don't make me think!**“
- Jede Seite sollte so offensichtlich sein, dass der Benutzer schon beim ersten Ansehen weiß, worum es geht und wie man sie nutzt.
- Mit anderen Worten: Er „kapiert“ es, ohne darüber nachzudenken.

Warum?

- Besucher lesen nicht (richtig), sondern scannen die Seite eher.
- Besucher verbringen wenig(er) Zeit auf der Seite.
- Besucher finden benötigte Informationen nicht.
- Frustrierte Benutzer besuchen die Seiten der Konkurrenz.

Usability: Positivbeispiel „Ella und Paul“

Fragen? 02372 / 9139050

  ✓ Sicheres Spielzeug
✓ Unbedenkliche Materialien
✓ Pädagogisch wertvoll

MEINE BESTELLUNG
0 Kuscheltiere 0,50 €
 Zum Warenkorb

Ella & Paul
Stoffhermanufaktur

Galerie | Gutscheine | Kontakt | Jetzt Bestellen | Über uns | Gewinnspiel



... ● ● ● ●

Wir fertigen Ihr individuelles Kuscheltier nach einer Kinderzeichnung! Kinderleicht:

Zeichnen 1.  Hochladen 2.  Freuen 3. 

→ Jetzt Bestellen

Usability: Positivbeispiel „Ella und Paul“



- Der User erfährt die **wichtigsten Dinge** bereits „über dem Bruch“, also **ohne** dass er **nach unten scrollen** muss.
- Unter dem Website-Namen Ella & Paul steht die wichtige Ergänzung „**Stofftiermanufaktur**“
- Überzeugende **Bilder** statt langer Texte; insgesamt kommt die Seite mit **wenig Text** aus
- Einfache übersichtliche **Navigation** und **Seitenstruktur**

Usability: Positivbeispiel „Ella und Paul“

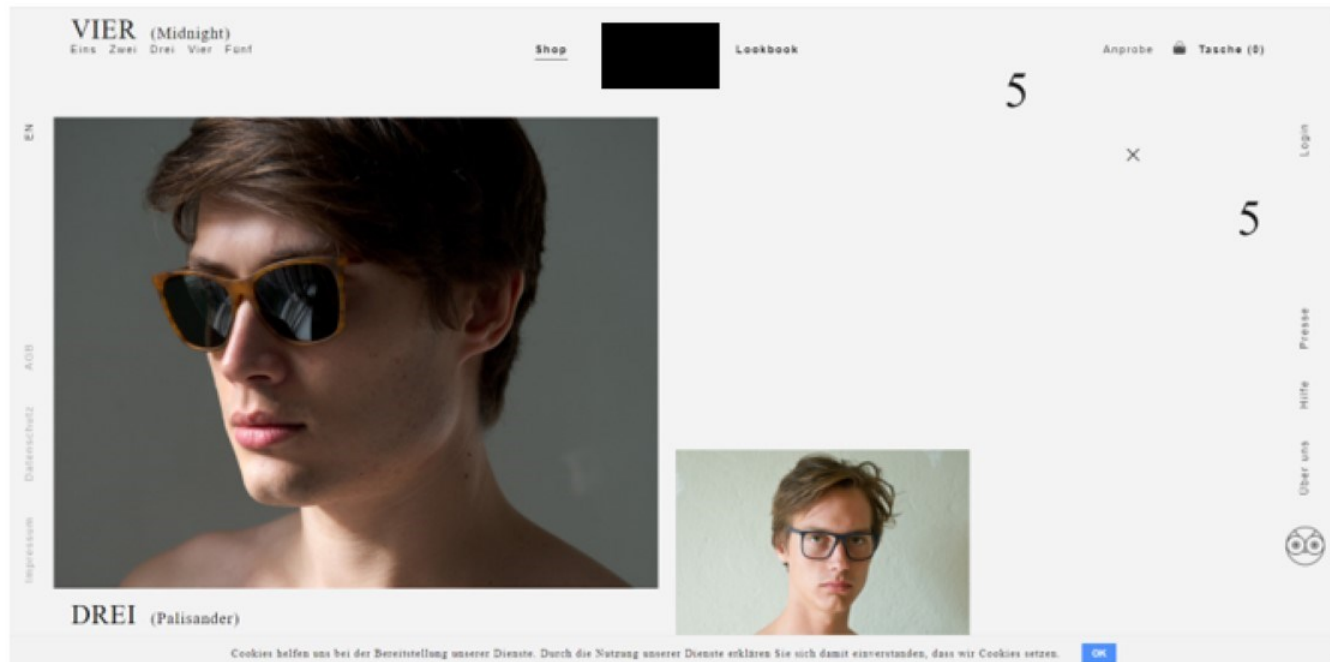


- Wie es **funktioniert** wird ebenfalls **auf den ersten Blick** erklärt:
Zeichnen → Hochladen → Freuen
- **Telefonnummer gut sichtbar** im Header angezeigt; **Kontaktseite ist mit einem Klick** zu erreichen.
→ suggeriert Offenheit und Interesse am Kunden
- **Trustsymbole** ebenfalls im Header; schafft Vertrauen!



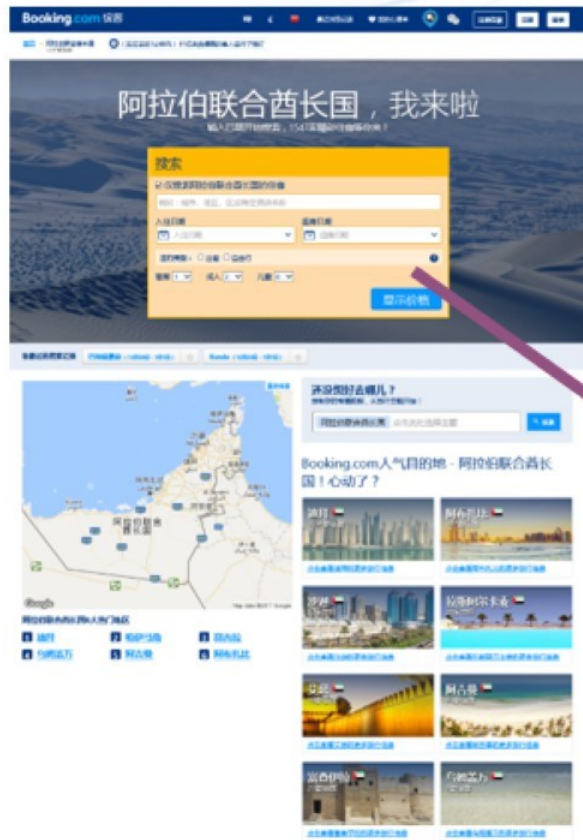
- Authentizität und Transparenz dank **Referenzen** und einem **Erklärfilm**
- Beim Nach-unten-Scrollen finden die User **Beispiele** für gelungene Stofftier-Umsetzungen; die Abbildungen und Kundenzitate sorgen für Authentizität.
- Ein kurzer Text sowie ein Video erklären anschaulich und unkompliziert, **wofür** Ella und Paul **steht**; den potentiellen Kunden wird auch ein Blick hinter die Kulissen erlaubt.

Usability: Negativbeispiel



Usability: In allen Sprachen

Booking



Checkliste

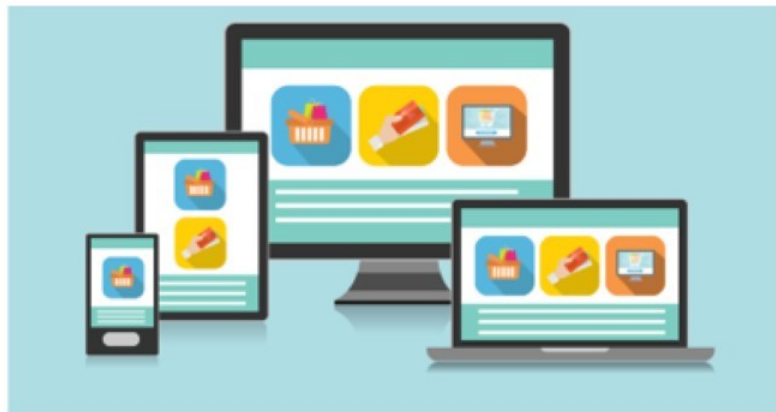
- ☐ Ihre Website muss **schnell laden** (< 3 Sekunden); alle gängigen **Browsertypen**
- ☐ Den Zweck und Inhalt der Website und die wichtigsten Funktionen muss der User **innerhalb von 5 Sekunden verstehen** können
- ☐ Das **Website-Logo** ist auf allen Seiten prominent platziert (im Header, meist rechts) und verlinkt von den Unterseiten immer zurück auf die Startseite
- ☐ **Informationen zum Unternehmen** („Über uns“), **Kontaktseite** und **Link zur Startseite** sind einfach zu finden (im oberen Bereich oder im Footer)
- ☐ Websites mit vielen Inhalten und Unterseiten benötigen eine **Suchfunktion**, die gut sichtbar im Header auf (fast) allen Seiten platziert werden sollte (Suchfeld mit Direkteingabe)
- ☐ Für Anmeldungen (Login, Newsletter etc.) und andere Formularfunktionen **nur notwendige Informationen** vom User verlangen
- ☐ Die URLs, Title Tags, Meta Descriptions und Überschriften (H1- und H2-Tags) müssen „sprechen“ und „lesbar“ sein (insbesondere für Google)

Checkliste

- ☐ Die Texte auf jeder Seite müssen **einfach zu lesen** sein (Größe, Schriftart und Kontrast)
- ☐ Alle **Webseiten** müssen **übersichtlich strukturiert** und die wichtigsten **Informationen einfach zu finden und leicht zu verstehen** sein
- ☐ **Design, Layout und Struktur** der Seiten sind **professionell** und **konsistent**
- ☐ **Fotos und Grafiken** sollten zum Thema der jeweiligen Webseite **passen**; keine „verpixelten“ oder unprofessionelle Bilder
- ☐ Die **Seitennavigation** ist auf jeder Seite im Header **deutlich sichtbar** und nicht überladen; die **Hauptnavigation** erfolgt mit **prägnanten und aussagekräftige Begriffen**
- ☐ Der wichtigste Bereich einer jeden Website ist der **obere Bereich** (sichtbare Bereich), den man ohne Scrollen sehen kann; hier müssen immer die **wichtigsten Informationen** enthalten sein
- ☐ **Benennen** Sie **Links** und **Buttons** eindeutig (z. B. „Jetzt downloaden“ anstelle von „Weiter“)
- ☐ **Belästigen** Sie Ihre Besucher **nicht** mit Videos, Pop-Ups und Werbung; zudem bedingt das oft längere Ladezeiten
- ☐ Das **Seitenlayout** sollte sich der Größe des Browserfensters anpassen und **responsiv**, also auch auf verschiedenen mobilen Endgeräten lesbar sein

Usability: Denken Sie auch an mobile Endgeräte!

Responsive Webdesign ist ein Muss! Mobile First/Mobile Only!



Beim **responsive Webdesign** handelt es sich um ein gestalterisches und technisches Paradigma zur Erstellung von Websites, so dass diese auf Eigenschaften des jeweils benutzten Endgeräts, vor allem Smartphones und Tablets, reagieren können.



Fragen?






Kommende Webinare

- 13.12.2023 | 16:30 Uhr | B2B-Survival Guide: Trends und Strategien
- 14.12.2023 | 08:30 Uhr | LKA-Planspiel: IT-Sicherheit
- 10.01.2024 | 08:30 Uhr | Einstieg in die Suchmaschinenoptimierung
- 18.01.2024 | 08:30 Uhr | Strategisches Management für KMU: Rüstzeug für Ihren langfristigen Unternehmenserfolg
- 25.01.2024 | 08:30 Uhr | Maestro-Aus – Was ändert sich zukünftig für mein Unternehmen?
- 31.01.2024 | 08:30 Uhr | WhatsApp Business erfolgreich nutzen

... und weitere: <https://www.stmwi.bayern.de/erfolgreich-handeln/veranstaltungskalender/>

Über ibi research



-  1993 gegründet mit dem Ziel des Wissenstransfers in der Wirtschaftsinformatik zwischen Akademia und Praxis
-  Angewandte Forschung und Beratung in der Digitalisierung zweier Bereiche: Finanzdienstleistungen sowie Handel
-  Arbeit mit der Objektivität der Wissenschaft an den Anwendungen des Praktikers
-  Partnernetz von über 40 großen und kleinen Unternehmen
-  Ca. 20 Mitarbeiter vom erfahrenen Manager bis zum innovativen Doktoranden



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

ibi research an der Universität Regensburg GmbH

Galgenbergstr. 25

93053 Regensburg

Tel.: 0941 788391-0

E-Mail: info@ibi.de