

Online Marketing mit Herz und Hirn

Es gibt jede Menge technischer Tricks, mit denen man die Wertigkeit und das Ranking der eigenen Homepage nachhaltig steigern kann. In diese professionelle Trickkiste muss man natürlich auch ganz tief rein greifen, wenn man sich mit seiner Webseite am Puls der Zeit sturmsicher aufstellen will. Doch neben allen bewährten methodischen Raffinessen, die der Internetpräsenz zu einer Pole Position verhelfen können, darf man den wichtigsten und wesentlichsten Faktor nicht vergessen: Die echten menschlichen Besucher aus Fleisch und Blut. Denn allein deren wohlwollendes Gefallen an der angeklickten Webseite wird mit der Zeit über Top oder Flop entscheiden. Und damit über den insgesamten Online Marketing Erfolg in all seinen möglichen Facetten.

Zwei Sprichwörter, die Ihr Online Marketing einrahmen

„Was Du nicht willst, das man Dir tu, das füg auch keinem andern zu.“

Möchten Sie als Besucher einer Webseite sofort das kalt kommerzialisierte Gefühl verspüren, dass hier einzig und allein Ihre klaglos zur Verfügung gestellte Kaufkraft gefragt ist? Stöbern Sie gerne auf einer Internetpräsenz herum, die als untertunnelter und benutzerfeindlicher Irrgarten einen Negativ-Eintrag im Guinness Buch der Rekorde kriegen könnte? Oder lieben Sie es, sich von sinn- und hirnlosem Geblinke und Gepiepe in den nervlichen Ruin treiben zu lassen? Nein, ganz sicher nicht. Aus genau diesem Grund sollten Sie Ihren willkommenen internetten Gästen diese respektlosen Zumutungen ebenfalls ausnahmslos ersparen. Denn:

„Wie man in den Wald hineinruft, so schallt es heraus.“

Die "Glorreichen Sieben" im Online Marketing

Aus mannigfachen praktischen Erfahrungen, garniert mit der einen oder anderen sozial- und persönlichkeitspsychologischen Denkfigur, haben sich sieben wesentliche Faktoren für ein Erfolg versprechendes Online Marketing

herauskristallisiert, die nachfolgend benannt und in Inhalt und Bedeutung kurz angerissen werden.

1) Der (kleine?) Unterschied

Wenn Sie als Anbieter nicht gerade das weltweite Monopol auf ein unverzichtbares kostbares Wirtschaftsgut innehaben, werden Sie sich wohl oder übel mit Ihren zahlreichen Konkurrenten kritisch vergleichen lassen müssen. Diesen Vergleich werden Sie nur dann unternehmerisch überleben, wenn es Ihnen gelingt, auf Ihrer Webseite schon auf den ersten Blick und Klick prägnant und klar die folgenden Fragen überzeugend zu beantworten:

- ✓ Was macht gerade mein Angebot so einmalig und so besonders?
- ✓ Worin liegt der wesentliche und für meine Kunden nachhaltig wertschöpfende Unterschied zwischen meinem Angebot und dem Angebot der Konkurrenz?
- ✓ Welchen Grund- oder Zusatznutzen bekommen Kunden nur bei mir?

2) Die (Er)Lösung

Potenzielle Kunden sind grundsätzlich Menschen, die einen Ausweg aus einem unangenehmen Spannungszustand suchen, und die für diese missliche Situation eine professionelle Unterstützung in Anspruch nehmen wollen oder nehmen müssen. Das bedeutet für Ihr Online Marketing die unabdingbare Notwendigkeit, so deutlich und so verständlich wie möglich die folgenden Informationen zu übermitteln:

- ✓ Welche Probleme löst mein Angebot?
- ✓ Welche Wünsche erfüllt es?
- ✓ Welche Wissenslücken schließt es?
- ✓ Welchen Leidensdruck beseitigt es?

Und, ganz wichtig: Warum können meine Kunden a) meinem Angebot und b) mir als Ansprechpartner und Leistungserbringer wirklich rundum sicher und sorglos vertrauen?

3) Die Würze der Kürze

Ein Buch oder eine Zeitung liest der Mensch völlig anders als eine Webseite, wie Wahrnehmungspsychologen und Neuromarketingforscher inzwischen sehr eindrucksvoll belegt haben. Darum muss eine Internetpräsenz ganz speziellen Aufbau- und Gestaltungsanforderungen genügen. Eine davon besagt, dass Besucher, die auch nur einen Wimpernschlag zu lange nach dem suchen müssen, was sie sehen wollen, sofort das Revier wechseln. Muten Sie also Ihren Besuchern weder eine Schnitzeljagd noch eine Button-Rallye zu. Kommen Sie stattdessen sofort und deutlich wahrnehmbar zur Sache. Und wenn das, was Sie da zu sagen haben, nicht locker auf eine Seite eines Bierdeckels passt, müssen Sie Ihre unternehmerische Kernaussage ohnehin noch mal gründlich mit dem Rotstift und dem Rasiermesser bearbeiten.

4) Get a Head

Die knackige Schärfe der Headline entscheidet darüber, ob der Besucher den dazu gehörigen Content lesen wird oder nicht. Und sie entscheidet wirklich gnadenlos. Darum muss jede Überschrift mit mindestens der gleichen Sorgfalt konzipiert werden, wie der Text, auf den sie unwiderstehlich neugierig machen soll. Hier gilt: ohne anziehende Headline kein Besucherinteresse. Ohne Besucherinteresse keine Kenntnisnahme. Und ohne Kenntnisnahme weder ein Kaufinteresse noch anderweitige erwünschte Initialzündungen.

5) Eigenlob stinkt

Bestimmt haben Sie Ihre ganz eigene (und hoffentlich günstige) Meinung über Ihre Qualifikationen, Ihre Fähigkeiten und Ihre Vorzüge. Ihre Webseite ist allerdings absolut nicht der richtige Ort für die anrühige zur Schau Stellung Ihres hoch positiven Selbstkonzepts. Denn ob Sie in dem, was Sie tun oder produzieren, ein empfehlenswerter Experte oder eine lecke Luftpumpe sind, liegt einzig und allein im Urteil und in der Bewertung Ihrer Kunden und Ihrer Besucher. Darum sollten Sie sich bei der Darstellung Ihrer Person beim Online Marketing auf nackte, harte und aussagefähige Fakten beschränken. Wie lange sind Sie schon mit Ihrem Geschäftskonzept unterwegs, welche Referenzen haben Sie vorzuweisen, welche (echten) Kundenmeinungen sind Ihnen zu Ohren gekommen, welche Preise und Auszeichnungen haben Sie bekommen, wie werden Sie in der Fachpresse rezipiert, welche interessanten Projekte haben Sie begleitet und fertig gestellt ... alle Angaben selbstverständlich mit der Möglichkeit zur unabhängigen Überprüfung versehen. So können sich die Gäste Ihrer Webseite selbst ein Urteil bilden, ohne dabei die Nase über kontraproduktiv stinkendem Eigenlob rümpfen zu müssen.

6) Ihr Newsletter als Online Marketing Granate

Ob Sie es glauben oder nicht: der Newsletter ist schon seit langem und auch derzeit noch das effizienteste und effektivste Online Marketing Instrument. Natürlich kann er seine positive Wirkung nur dann ungebremst entfalten, wenn ihn seine Abonnenten gerne, mit Lust und voller gespannter Neugier lesen mögen. Dies wiederum wird von den folgenden Kriterien abhängen:

- ✓ Der Newsletter bringt attraktive und wichtige Informationen, die dem Abonnenten das echte Gefühl vermitteln, hier wirklich wertvolle Neuigkeiten zu erfahren. Ein guter Newsletter muss "Aaaah!" machen. Und zwar bei jeder Ausgabe aufs Neue.

- ✓ Die übermittelten News sind so anregend, dass sie von den Abonnenten schnell und mit Überzeugung auf den viralen Weg gebracht werden, und sich auf diese Weise auch abseits des Verteilers verteilen.
- ✓ Es müffelt nirgendwo penetrant nach kaltem Kalkül oder nach gierig schmiererger Gewinnerzielungsabsicht.

7) Das Auge isst mit

Edel sei der Mensch, hilfreich und gut. Außerdem möge der edle Mensch nie nur nach Äußerlichkeiten urteilen. Nun ja. Wir alle wissen, dass er es trotzdem tut, der Mensch, weil auch wir erst mal gucken und dann erst denken. Das ist völlig normal. Und auch im Online Marketing muss gesehen werden, dass sich in Aspekten der Moral die Idealnorm so gut wie nie mit der Realnorm deckt. Aus diesem Grunde spielt es sehr wohl eine Rolle, ob Inhalt und Aufmachung Ihrer Webseite angenehm miteinander harmonieren, und ob die Optik Ihrer Internetpräsenz durchweg ansprechend überkommt. Ist das nämlich nicht der Fall, wenden sich die Besucher sehr schnell ab. Deshalb sollten Sie folgende Aspekte beachten:

- ✓ Optimale Usability Ihrer Webseite; darin ggf. eingeschlossen die Möglichkeit, den Schriftgrad mit einem Mausklick augenfreundlich zu erhöhen und/oder die Farbgebung zu wechseln, damit sich Besucher mit Farbsehschwächen ebenfalls willkommen fühlen.
- ✓ Das "Corporate Design" Ihrer Internetpräsenz muss in jedem noch so unwichtig erscheinenden Detail gleichermaßen liebevoll und sorgfältig erstrahlen. Auch im Impressum, auch auf der Kontaktseite, auch in den AGBs, auch in der "Vielen Dank für Ihre Nachricht" Rückmeldung, auch im Anfahrtsplan und vor allem auch bei der abschließenden Bestätigung der Bestellung. Ganz egal, in welchem Winkel Ihrer Sitemap Ihre Besucher zugange sind - es muss überall gleichermaßen sauber, aufgeräumt und gastlich sein.

Nachgedanken

Im Online Marketing ist Ihre Webseite Ihr Aushängeschild, Ihre Visitenkarte, Ihre Geschäftsempfehlung, Ihr Schaufenster. Lassen Sie es nicht dahin kommen, dass Ihre Besucher Ihre Internetpräsenz als unvorteilhaft, als fehlerträchtig, als schlampig und lieblos hingetrozt oder als seelenlos kommerzifokussiert wahrnehmen. Denn dann wird dort niemand gerne verweilen, oder gar eine begehrte Weiterempfehlung aussprechen. Und schon gar keinen Auftrag und keine Bestellung da lassen.



Dr. Nicole Klutky ist Botschafterin für Neugier und Spieltrieb im Dienste eines erfolgreichen Berufs- und Privatlebens, Marketingberaterin für kleinste, kleine und mittlere Unternehmen sowie Coach für alle, die mal was anderes ausprobieren wollen. Auf www.klutky.de finden Sie weitere Informationen.