

**INTERNET: ERFOLGSORIENTIERTER EINSTIEG INS WEB
ANREGUNGEN FÜR MITTELSTAND UND KLEINE FIRMEN**

© 7media, Juni 2001

Internet-Investition als Einbahnstraße?

Zum „erfolgsorientierten“ Internet-Einstieg gehört also mehr, als einfach Prospekte ins Web umzusetzen. Es geht darum, von der Perspektive Ihres Kunden aus zu denken, zu konzipieren, zu gestalten und zu schreiben .

Erfolgsorientiert heißt, die Internet-Präsenz von Anfang an als Marketinginstrument zu planen, sie als „24-Stunden-Servicezentrale“, „Auskunft“ und „Produkt-/Leistungsratgeber“ arbeiten zu lassen. Nutzen Sie das Medium konsequent zur Information, Kundenbindung, Aquisition und als zusätzliche Einnahmequelle!

Im Kern geht es bei der Konzeption und Umsetzung darum, die Marketingaspekte des Auftritts von Anfang an mit einzubeziehen und Ihr Unternehmen aus Kundensicht darzustellen. Bieten Sie Informationen und Service im Hinblick auf die Bedürfnisse des gerade Ihre Web-Präsenz ansehenden Kunden an!

Natürlich gehören dazu auch interessante Inhalte, gutes Design und Programmierung. Nur so kann sich Ihre Investition auszahlen und bleibt keine Einbahnstraße!

Wie den Internet-Einstieg anpacken? Wir helfen Ihnen!

Wie kommen Sie nun zu einer für Sie arbeitenden, funktionierenden Webseite?

Je besser sie Ihre möglichen Kunden (die Internet-Nutzer) kennen, um so besser können Sie den „gedachten Dialog“ – nichts anderes stellt eine Internet-Seite dar – vorbereiten und mit uns konzipieren.

Wir helfen Ihnen, Ihre Leistungen knapp, aber informativ und eben *aus Kundenperspektive* darzustellen – mit Text und Bild, mit Ihren Angeboten, mit Zusatzinformationen, mit Referenzen und allem, was *Vertrauen* und einen *Impuls zur Reaktion* – z.B. Informationsanforderung – schaffen kann.

Geben Sie den Internet-Nutzern die Möglichkeit, kurze Anfragen *direkt online* an Sie zu richten. Bieten Sie *etwas mehr*, als Ihre Konkurrenz es tut und als Ihr potentieller Kunde es erwartet: z.B. Service durch interessante Links.

Und wie Sie auch gesagt haben, kommt es darauf an, im Internet auch *gefunden* zu werden. Im Fall eines überregionalen Angebots in besonderem Maß. Dafür ist die Suchmaschinenoptimierung der Seiten notwendig.

Die wichtigste Voraussetzung dazu ist mit guten Inhalten schon getan. Wichtig ist aber auch die klare Definition von Schlüsselbegriffen, unter denen Sie gefunden werden möchten und die richtige Gewichtung dieser Begriffe in den (teils nur für die Suchmaschinen sichtbaren) Teilen der Seiten. Hierzu ist einiges an Knowhow nötig, das sich für Sie in guten Suchmaschinenpositionen auszahlt.

Kosten und Nutzen

Natürlich sind die Kosten eine entscheidende Frage. Aber auch die Kosten/Nutzen-Relation spricht fürs Internet – vorausgesetzt, Sie konzipieren Ihre Seiten wie oben beschrieben nicht nur als „Prestigeobjekt“, sondern kundenorientiert als Marketingplattform.

Damit wird die Reichweite Ihres Marketing um vieles größer. Sowohl regional als auch in punkto Zielgruppen (Alter, Bildung, Interessen). Sie erreichen *mehr* potentielle Kunden, die mit einer Online-Anfrage sogar *aktiv* auf Sie zugehen können. Ihre Werbebotschaften, Aktionen und Angebote erreichen mehr Wirkung.

Sie erzielen zudem konkrete Einsparungen etwa für klassische Werbung (Prospektaktualisierungen sind teuer), durch kürzere telefonische Auskünfte (da Sie aufs Internet verweisen können) oder durch die Produktinformation, die Sie schon im Internet bieten. In der Regel sparen Sie auch bei der Aquisition: ein online gewonnener Neukunde kostet weniger (etwa 50%-90%) als per klassisches Marketing (Anzeigen-gestaltung, Insertionskosten, Prospektdruck, Schriftverkehr, Telefon- und Portokosten, kurzfristiger Effekt).

Selbst wenn Sie Ihr klassisches Marketing unverändert als Ergänzung betreiben, reduzieren sich die durchschnittlichen Kosten für Neukunden. Die Zufriedenheit Ihrer bestehenden Kunden oder Ihr Imagegewinn ist hier noch nicht berücksichtigt.

Ein gut konzipierter Internet-Einstieg muß übrigens nicht „teuer“ sein. Unter dem Strich soll und kann ein maßvoller Internet-Einstieg die Profitabilität und den Gewinn erhöhen.

Warum 7media?

7media ist eine der wenigen Agenturen, die alle wesentlichen Leistungen von Web bis Video aus einer Hand bieten kann. Wir spielen unsere medienübergreifende Erfahrung aus, indem wir projektorientiert auch mit externen Partnern arbeiten (z.B. falls komplexere Datenbankprogrammierung nötig ist oder 3D-Design), dabei selbst aber schlank und flexibel bleiben und unsere Kernbereiche weiterentwickeln können (Marketing, Webdesign, Video).

Ihr Vorteil: Wir ersparen wir Ihnen (und uns) viel Aufwand an Verwaltung und Personalkosten. Sie erhalten zukunftssichere Lösungen zu wirtschaftlichen Preisen. Sie zahlen und erhalten soviel Leistung und professionelle Betreuung, wie Sie benötigen.

Wir verstehen uns als kleinere Agentur als idealer Partner des Mittelstands, als Helfer auf dem Weg ins „Netz der Netze“ oder ins „Digitale Marketing“. Wir garantieren Seiten, die auf aktuellen Standards beruhen und die zukunftssicher erweitert werden können (evt. von Ihnen oder anderen Agenturen, bis E-Commerce u.v.m.). Wir verstehen uns auch als idealer Partner, wenn Sie Ihre Internet-Seiten mit Webvideo oder Animationen ausstatten möchten.

Der Internet-Einstieg mit 7media ist also keine Einbahnstraße: technisch wie wirtschaftlich gesehen.

Unser Angebot – Ihre Schritte ins Internet

Die Realisation können Sie – nach Auftragserteilung - anhand einer für Sie eingerichteten (noch nicht öffentlichen) Projektseite regelmäßig im Internet einsehen.

Unser Anspruch an uns ist, daß Sie Seiten erhalten, auf die Sie – auch im Branchenumfeld – wirklich *stolz* sind, die Sie selbst immer wieder gern ansehen und bei Kunden präsentieren können.

Baiern/Glonn, Juni 2002 © Heinz-Günter Weber, 7media Digitales Marketing