

## ***Die fünf Gesetze des Geben und Nehmen beim Webmarketing***

© 7media 2002 frei nach Dr. Ralph Wilson

Das Geben und Nehmen ließ das Internet groß werden. Und es wird weiterhin wohl den Erfolg oder Mißerfolg von Angeboten im WWW bestimmen.

Wir haben zurückgeblättert und in den Anfängen des Web zwei Artikel gefunden, die um die Frage kreisen: "Wie fange ich einen Internet-Auftritt an" und "Was kommt dabei heraus".

Einige Gedanken dazu wollen wir Ihnen hier vorstellen und interpretieren (frei nach einem Artikel des inzwischen bekannten Webmarketing-Guru Dr. Ralph Wilson – [www.wilsonweb.com](http://www.wilsonweb.com)).

1. Das Gesetz des Ladens in der Sackgasse
2. Das Gesetz vom Geben und Nehmen
3. Das Gesetz des Vertrauens

### **1. Das Gesetz des Ladens in der Sackgasse**

Jede neue Website ist zunächst einmal ein Laden, der an einer Sackgasse liegt. Wenn Sie Besucher und Käufer möchten, müssen Sie eine Grund bieten, um zu Ihnen zu kommen.

Es reicht nicht zu sagen, sie werden schon kommen. Tun sie nämlich nicht von allein. Die beste Ladeneinrichtung, die beste Website, sogar die besten Produkte helfen wenig, wenn sie nicht gesehen werden.

Was tun also? Wie erreichen Sie Ihre Kundschaft und locken diese an?

Marketing ist das eine: Bannerschaltungen, Suchmaschinenpositionierung, gegenseitige Verlinkung mit Branchenseiten und Geschäftspartnern, Gewinnspiele und Presseerklärungen, Newsletter und so weiter...

Das sind die klassischen Zusatzwerkzeuge. Aber:

"INHALTE" sind das Zauberwort. Mit Inhalten ist aber nicht die schlanke Firmendarstellung, die clevere Produktbeschreibung oder das nette Teamfoto gemeint.

Mit Inhalt ist etwas gemeint, was Ihre Besucher sich in die Favoriten legen möchten, etwas, worauf es sich lohnt, ein Lesezeichen zu setzen, etwas, was Service bietet, Kompetenz zeigt... was über Ihre reine Firmendarstellung hinausgeht und dem Besucher Zusatznutzen bietet.

Was kann das sein? Wahrscheinlich etwas, das Ihnen ganz selbstverständlich vorkommt. Zum Beispiel kennen Sie wahrscheinlich die besten Informationsquellen zu Ihrem Kernthema im Web. Warum nicht dieses Wissen teilen? Wenn Sie Immobilien an der Algarve verkaufen möchten, warum dann nicht die besten Algarve-Links auf Ihre Seite aufnehmen? Oder Empfehlungen für Flug und Anreise?

Wenn Sie Heizungen anbieten: Warum nicht die besten Informationsquellen anbieten für staatliche Unterstützung zur Modernisierung, über moderne Heizsysteme, über die Wärmeschutzverordnung?

Wie erstellen Sie "guten Inhalt"? Es geht "nur" darum, etwas vorauszudenken, sich etwas weiter in den Kunden hineinzusetzen, als es andere tun, Service etwas weiter zu definieren, und Ihr Hintergrundwissen ein Stück weit sichtbar zu machen. Sie SIND Experte. Zeigen Sie ein Stück davon!

Im Endeffekt ist guter Inhalt das, was Sie vor Ihrer Konkurrenz im Web auszeichnet. Etwas, worauf andere Webseiten (Magazine, Branchenportale, Geschäftspartner...) gern verlinken. Was Yahoo gern in sein Verzeichnis aufnimmt.

Dann wird auch die Straße, an der Ihr Laden liegt, von der Sackgasse zur begehrten Adresse.

## 2. Das Gesetz vom Geben und Nehmen

Kostenlos gibt es bei Ihnen nichts? Wahrscheinlich. Ein guter Geschäftsmann wird das aber nicht über seine Tür schreiben. Im Gegenteil: er wird kostenlose "Bonbons" anbieten.

Bonbons - im übertragenen Sinn: Verschenken Sie Information. Bieten Sie als Installateur eine Checkliste an zur Heizungsmodernisierung. Als Algarve-Makler ein paar typische Algarve-Rezepte oder Reisetipps. Ein kleines Branchenwörterbuch. Witzige Zitate. Hintergrundwissen. Es gibt vieles, was Ihre Besucher schätzen würden.

Wenn Sie geben, können Sie auch nehmen. Lassen Sie die Leute wissen, was Sie bieten. Aber führen Sie sich nicht auf wie ein schlechter Marktschreier. Der gute Marktschreier gibt auch viel: Witz, Unterhaltung, Show, Effekte...

Der Ladenbesitzer verschenkt seine Bonbons an die Kinder der Kunden. Vielleicht ist es für Ihr Geschäft richtig, etwas online anzubieten nicht nur für Ihren potentiellen Geschäftspartner, sondern auch für dessen Mitarbeiter, Sekretärin, Ehefrau...

Geben und Nehmen: Mit dieser Strategie wurde das Internet groß. Und sie funktioniert weiter...

### 3. Das Gesetz des Vertrauens

Auch wenn Ihre Produkte konkurrenzfähig und Ihre Preise wettbewerbsgerecht sind: Vertrauen ist die größte Hürde vor einer Anfrage oder einem Verkauf. Besonders im unpersönlichen Medium Internet.

Vertrauen ist das "Schmiermittel": Ohne Vertrauen gerät Ihr Geschäft ins Stocken - auch im Internet. Dies ist eigentlich das wichtigste Gesetz.

Woher kommt Vertrauen? Ein etablierter Markenname profitiert von hunderten positiver Eindrücke, von teuren Werbekampagnen und vielleicht schon längeren Geschäftsbeziehungen. Das alles steht Ihnen wahrscheinlich nicht zur Verfügung. Dennoch müssen Sie Vertrauen aufbauen.

Die Mittel dazu: Treten Sie auch im Web vertrauenswürdig auf. Lassen Sie Ihre Besucher und potentiellen Kunden nicht im Unklaren über Ihre "reale" Adresse, Telefon- und Faxnummer. Über Ihre Firmierung. Ihre Absichten (z.B. die Marktposition, die Sie anstreben. Die Leistungen, wo Sie viel Erfahrung haben. Und wo weniger). Machen Sie sich weitgehend transparent - Sie haben nichts zu verbergen. Und können dabei nur gewinnen.

Zeigen Sie Fotos von Ihrem Geschäft, Büro, von sich selbst. Erklären Sie klar und einfach Ihre Verkaufs-, Liefer-, Zahlungsbedingungen. Geben Sie Garantien! Bieten Sie einen Rückruf an. Zeigen Sie, welche realen Menschen und welche Geschäftsphilosophie hinter der Website stehen. Nehmen Sie Ihren Kunden und dessen Zweifel (Sind Sie der richtige Anbieter? Halten Sie, was Sie versprechen? Wie ist die genaue Abwicklung?) ernst.

Wenn Sie online verkaufen wollen: Nutzen Sie sichere Verschlüsselungstechniken zur Übertragung von Bank- und Kreditkartendaten und zeigen Sie das! Bieten Sie

Ihren Kunden mehrere Zahlungsmöglichkeiten. 90% wollen auf Rechnung bestellen – bieten Sie dies an! Dazu gibt es Clearingfirmen, die gegen geringe Gebühr (z.B. 2,5% des Rechnungsbetrags) Ihnen den Zahlungseingang innerhalb weniger Tage garantieren.

Sagen Sie, wofür Sie in Ihren Online-Formularen Daten sammeln. Verlangen Sie von Ihrem Kunden nicht, mehr zu anzugeben, als Sie selbst zu zeigen bereit sind.  
Fragen

Sie nur das Wichtigste und stellen Sie Ihre Gegenleistung klar, die den Kunden nach Ausfüllen des Formulars erwartet.

Und vielleicht genauso wichtig: Präsentieren Sie sich mit einer schnell ladenden, nutzerfreundlichen, einfach zu bedienenden Website. Bestehen Sie auf klarer Navigation, auf Korrektheit von Rechtschreibung und Stil bis ins grafische Detail.

Bieten Sie Suchfunktionen, wenn Sie viele Inhalte präsentieren. Bieten Sie eine Sitemap oder ein Inhaltsverzeichnis. Lassen Sie den Nutzer nicht im Unklaren, wo er sich befindet.

Testen Sie Ihre Seiten im Verlauf der Entwicklung - vor der Online-Stellung - oder lassen Sie testen: von Branchenfremden, von Internet-Laien, von Jugendlichen, von Ihrer Frau, Ihrem Freund usw. Sie werden von jedem wertvolle Hinweise erhalten!

Die weiteren Gesetze und mehr Interpretationen dazu folgen separat:

4. Das Bindungsgesetz
5. Das Gesetz der Nische

Den 7media-Newsletter mit Tipps und Informationen zur professionellen Internetnutzung können Sie auf unserer Webseite unter

[www.7media.de/newsletter.htm](http://www.7media.de/newsletter.htm)

kostenlos abonnieren.