



## Checkliste

# 11 Tipps woran Sie eine kunden- freundliche Website erkennen



**Wichtige Notiz:**

Sie dürfen den Inhalt dieses Reports nicht als Webinhalt benutzen, verkaufen, weitergeben oder diesen Bericht in irgendeiner Form verpacken und selbst vertreiben. Sie dürfen diesen Report oder Auszüge daraus auch nicht in Social Media Kanälen, insbesondere nicht in Facebook, veröffentlichen. Vielen Dank.

**ALLE RECHTE VORBEHALTEN!**

Kein Teil dieses Reports darf reproduziert oder auf irgendeine Art weiterversendet werden, elektronisch oder mechanisch, inklusive Fotokopien, Aufnahmen oder jegliche Informationslager- oder Abfragesysteme ohne ausdrücklich verfasste und unterschriebene Erlaubnis der Autorin.

**HAFTUNGSAUSSCHLUSS UND RECHTLICHER HINWEIS**

Alle Angaben in diesem Report wurden mit größter Sorgfalt zusammengestellt. Dennoch sind Fehler nicht ganz auszuschließen. Die Autorin übernimmt keine juristische Verantwortung oder Haftung für Schäden, die durch eventuell verbliebene Fehler entstehen. Die dargestellten Tipps und Hinweise in diesem Report stellen keine Beratung im juristischen Sinne dar.

Foto: #56315703 - © fotomek

Ohne Website sind Sie heute vor allem in der Neukundengewinnung nahezu aufgeschmissen. Das Internet ist und bleibt die Informationsquelle Nummer 1, wenn Kunden nach Unternehmen suchen. Wer als Unternehmen im Internet nicht existiert, existiert für viele Menschen heute gar nicht mehr.

Doch eine Website nützt nichts, wenn sie nicht kundenfreundlich ist. Meist haben Sie nur wenige Sekunden, um den potentiellen Kunden zu überzeugen. Sonst ist er schneller wieder weg, als er gekommen ist.

**11 Punkte, woran Sie erkennen, dass Ihre Website kundenfreundlich ist. Haken Sie einfach ab, wenn Sie einen Punkt erfüllt haben.**

- Ihr Kunde findet schnell und unkompliziert, was er sucht.

Das Internet ist schnelllebig und Ihre Kunden wollen auf einen Blick wissen, ob sie bei Ihnen die Informationen finden, die sie gesucht haben. Wichtig ist auch, dass Kontaktdaten und Öffnungszeiten ohne langes Suchen präsent sind.

- Die Navigation ist intelligent und übersichtlich.

Fassen Sie zusammengehörige Informationen in Reitern zusammen. Geben Sie den Reitern sinnvolle Namen und verzweigen Sie Ihre Seite nicht zu tief. Mehr als drei sollte Ihre Navigation in der Regel nicht umfassen. Bei umfangreichen Seiten empfiehlt sich die Einrichtung einer Sitemap.

- Das Gesamtbild Ihrer Website ist harmonisch.

Achten Sie darauf, dass die Farben, Formen, Schriften und Flächen harmonisieren. Nicht zu bunt, nicht zu langweilig, nicht zu groß, nicht zu klein. Ihre Seite sollte von der Gesamterscheinung den Gesetzen der harmonischen Gestaltung genügen. Verzichten Sie auf wild blinkende Grafiken, hopsende Männchen und schnell wechselnde Bilder.

- Texte sind in der Sprache des Kunden geschrieben.

Schreiben Sie Inhalte mit den Worten Ihrer Kunden. Kein Mensch braucht verklausulierte Fachbegriffe und endlose Kettensätze. Nutzen Sie die Worte, die Ihre Kunden auch suchen würden. Fachbegriffe unbedingt erläutern. Je besser Sie die Wortwahl Ihrer Kunden treffen, desto besser werden Sie auch gefunden (denn in der Suchmaschine verwendet der Kunde die gleichen Worte). Denken Sie auch daran, dass Sie die Website-Texte in erster Linie für Menschen und nicht für Suchmaschinenroboter schreiben.

- Texte und Schriften sind leicht lesbar.

Es gibt Schriftarten, die sind am Bildschirm besser lesbar als andere. Verzichten Sie bei langen Texten auf Serifen-Schriften. Achten Sie auch darauf, dass die Schrift Ihrer Texte ausreichend groß ist. Kleiner Text ist noch mehr ermüdend als Bildschirmtext ohnehin schon. Fehlerfreie Rechtschreibung und Grammatik sollten selbstverständlich sein.

- Die Seite hat eine kurze Ladezeit.

Überfrachten Sie ihre Seite nicht. Websites, die heute eine sehr lange Ladezeit haben, sind ganz schnell raus aus dem Rennen um Kunden. Und bei "lange" reden wir nicht über Minuten, sondern über wenige Sekunden. Tests von Google™ haben ergeben, dass Zeiten, die länger als 4 Sekunden laden, zu 90% wieder verlassen werden. Eine schnelle Ladezeit spielt auch eine Rolle für die Suchmaschinenoptimierung. Mit kleinen Tools können Sie kostenfrei die Ladezeit Ihrer Website testen (z.B. Pagespeed).

- Der Kunde kann sich schnell orientieren, auch von Unterseiten aus.

Oft laden Kunden, die über Suchmaschinen kommenn, nicht auf Ihrer Startseite, sondern auf einer Unterseite. Achten Sie darauf, dass der Kunden von jeder Seite aus schnell an die Informationen kommt, die er sucht (z.B. über eine intelligente Navigation und Verlinkung).

- Sie verwenden keine Flash-Elemente.

Flash dient der Programmierung interaktiver Inhalte einer Website. Das Problem: Flash-Webseiten werden von den Suchmaschinen kaum gefunden (es fehlen Suchbegriffe und Links). Wer Produkte oder Dienstleistungen über seine Seite verkaufen will, der sollte auf Flash-Seiten verzichten. Wer seine Seite nur zu Imagebildung und Unterhaltung betreibt, hat mit einer Flash-Seite die ultimative Lösung.

- Sie bieten eine intelligente Verlinkung innerhalb der Seite.

Links sind wichtig für Ihre Kunden und für die Suchmaschinen. Links verbinden Ihre Seiten untereinander und leiten so den Kunden von einer Information zur nächsten. So findet der Kunde, wonach er sucht, ohne sich erst ewig mit der Navigation beschäftigen zu müssen. Achten Sie auch darauf, dass Sie Links auf andere Webseiten in einem neuen Fenster öffnen lassen. Sonst macht der Kunde die Seite zu und Ihre Seite ist gleich mit weg.

- Sie bieten zusätzliche Services wie ein Kundenforum, Verfügbarkeitscheck und Rückrufservice.

Ihre Kunden kommen zu Ihnen, weil Sie ein Problem haben, das gelöst werden soll. Machen Sie es Ihren Kunden so einfach wie möglich zu entscheiden "Hier bin ich richtig." Haben Sie erklärungsbedürftige Produkte, bieten Sie z.B. einen Live-Chat, um Fragen direkt zu beantworten.

- Ihre Seite hat ein responsives Design (d.h. ist auch auf Smartphones und Tablets gut darstellbar).

Die Zahl der mobilen Internetnutzer steigt von Jahr zu Jahr. Websites, die nur für den klassischen Computerbildschirm erstellt sind, sind meist auf Smartphones und Tablets nicht gut zu lesen. Websites mit responsiven Design passen sich automatisch an das verwendete Endgerät an. Im Gegensatz zur mobilen Website wird hier nicht eine neue, extra erstellte Website gezeigt, sondern die eigentliche Website passt sich selbstständig in Darstellung und Anordnung von Elementen, der Navigation und Texten an.

Die Liste ist keine Rangfolge, sondern die einzelnen Punkte stehen gleichberechtigt nebeneinander. Für eine wirklich kundenfreundliche Website sollten Sie also alle Punkte umsetzen.

Machen Sie jetzt den Check, ob Ihre Website kundenfreundlich ist. Für eine kundenfreundliche Website brauchen Sie **11** Häkchen.

Machen Sie den Test doch auch mal mit Freunden und Bekannten. Schreiben Sie ein paar Fragen und Aufgaben zu Ihrer Website auf und bitten Sie Freunde und Bekannte um ein ehrliches Urteil. So bekommen Sie schon mal eine Einschätzung von Dritten, wie kundenfreundlich Ihre Webseite wirklich ist.

Um noch mehr Tipps in Sachen Website zu bekommen, schauen Sie regelmäßig auf meinen Blog

<http://bueroserviceschrader.blogspot.com>

Sie sind nicht sicher, ob Sie die einzelnen Punkte abhaken können? Oder Sie brauchen Hilfe bei der Umgestaltung Ihrer Website? Rufen Sie mich an unter 03628 6639 525 oder schreiben mir eine Mail an [info@bueroservice-schrader.de](mailto:info@bueroservice-schrader.de)