

Aufgabe der Web-Site in KMU:

Das Portal für alte und neue Kunden!

Gerade kleine Unternehmen nutzen das Internet noch viel zu wenig, um in Kontakt mit Kunden und Interessenten zu treten. Dabei ist die Mehrzahl der Internet-Nutzer anspruchsvoller geworden – eine virtuelle Visitenkarte reicht schon lange nicht mehr aus, um Kunden über das Internet zu gewinnen und zu binden. Der Artikel zeigt auf, welche Chancen ein leistungsfähiger Internet-Auftritt heute bieten muss.

Wann haben Sie das letzte Mal die Web-Site Ihrer Firma kritisch mit denen der Wettbewerber und anderer Firmen verglichen? Oder haben Sie sich schon einmal in die Situation eines Kunden versetzt, der sich auf Ihrer Web-Site konkret über Ihr Angebot informieren und mit Ihnen in Kontakt treten möchte? Welchen Mehrwert bieten Sie Ihren Bestandskunden über das Internet, um diese an Ihr Unternehmen zu binden?

Dies sind die Kernfragen, die Sie sich stellen sollten, wenn Sie die Leistungsfähigkeit Ihres Internet-Auftritts beurteilen möchten. Internet-Surfer sind von anderen Web-Sites bereits an zahlreiche Service-Angebote gewöhnt und erwarten inzwischen einen ähnlichen Service von allen Firmen, mit denen Sie Kontakt über das Internet halten – wenn Sie dazu gehören wollen, müssen Sie sich wohl oder übel anpassen. Für viele dieser neuen Angebote sind inzwischen Komponenten zu vertretbaren Preisen erhältlich, so dass auch kleinere Unternehmen darauf zurückgreifen können.

Welche Angebote erwarten die Kunden konkret? Hier eine Übersicht über die wichtigsten Services, die eine kundenorientierte Web Site enthalten sollte:

hat, sollte er eine Anfrage über ein Formular stellen können, auf dem seine Wünsche und die Kontaktdaten abgefragt werden und das per e-Mail bei Ihrem Vertrieb eintrifft (und zügig beantwortet wird).

▶ Aktuelles

Internet-Kunden erwarten Aktualität. Sie sollten daher regelmäßig Informationen über Veränderungen in Ihrer Firma und bei Ihren Produkten sowie kurzfristige Angebote an zentraler Stelle einstellen - mindestens einmal pro Monat sollte dieser Bereich bearbeitet werden! Sie demonstrieren Kontinuität, wenn auch eine Suche in älteren Nachrichten ermöglicht wird.

▶ Veranstaltungstermine

Führen Sie häufiger Kundenveranstaltungen durch? Dann sollten Sie auf Ihren Internet-Seiten einen Terminkalender führen, in dem sie auch auf interessante Messen hinweisen können. Sinnvoll ist für die Startseite eine Liste der nächsten ein bis drei Termine sowie ggf. eine Monatsübersicht, die sich gut ausdrucken lässt.

▶ Newsletter

Der Rundbrief per e-Mail ist die kostengünstige, moderne Alternative zum klassischen Werbebrief. Weisen Sie auf Ihre Internet-Seite, neue Produkte, Sonderaktionen und Veranstaltungen hin und nehmen Sie Bezug auf Ihre Internet-Seiten, wo die Kunden weitere Informationen erhalten. Beim Versand des Newsletters gibt es allerdings einige rechtliche Anforderungen zu beachten, mehr hierzu finden Sie in einer der nächsten Ausgaben von HANDWERK21.

▶ FAQ / Tipps

Im Bereich FAQ (Frequently asked Questions) finden Ihre Kunden Antworten auf häufig gestellte Fragen. Dies erspart den Kunden und Ihren eigenen Mitarbeitern Zeit und Aufwand und bei geschickter Formulierung haben Sie hier auch die Möglichkeit, Ihren Kunden interessante Lösungsvorschläge zu unterbreiten.

▶ Dokumente

Stellen Sie Ihren Kunden Mehrwerte zum Download zur Verfügung. Dies können Dateien wie Datenblätter, Gebrauchsanleitungen, Do-It-Yourself-Tipps und ähnliches sein, die Sie entweder selbst erstellt oder von Ihren Lieferanten und Herstellern bekommen können. Beachten Sie aber, dass sie für die Veröffentlichung fremder Inhalte eine Genehmigung der Autoren benötigen. Überlegen Sie auch, ob die Dateien allen Besuchern oder nur Ihren Stammkunden zur Verfügung stehen sollen. Und - ganz wichtig - denken Sie daran, dass auch diese Inhalte stets aktuell sein müssen.

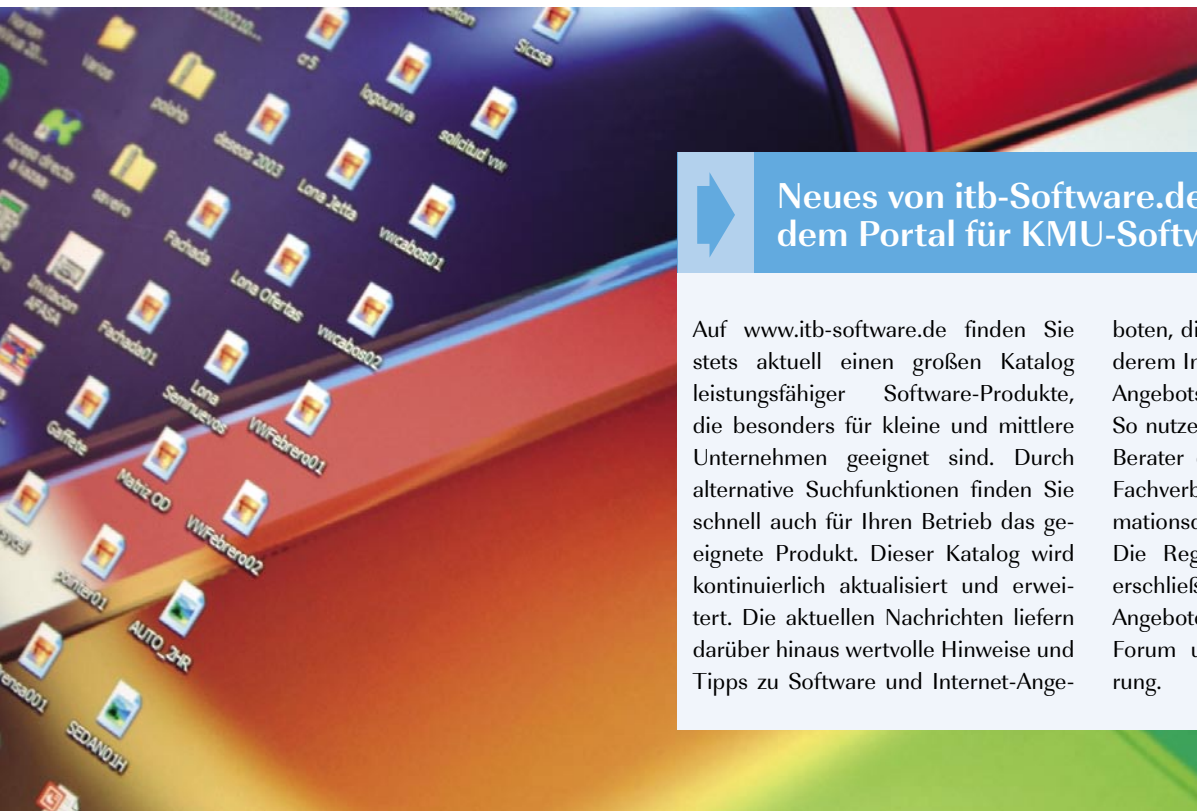
Sebastian Leupold Geschäftsführer der gamma concept Gesellschaft für Aktuelle Management-Anwendungen mbH:



„Machen Sie Ihre Web-Site interaktiv und damit attraktiv für neue und alte Kunden!“

▶ Kontaktformular und Informationsanforderung

Obwohl es eine Selbstverständlichkeit sein sollte, den Kunden die Kontaktaufnahme zu erleichtern, fehlt dies auf vielen Internet-Seiten kleiner Unternehmen. Auch wenn der Interessent kein Mail-Programm installiert



Neues von itb-Software.de, dem Portal für KMU-Software

Auf www.itb-software.de finden Sie stets aktuell einen großen Katalog leistungsfähiger Software-Produkte, die besonders für kleine und mittlere Unternehmen geeignet sind. Durch alternative Suchfunktionen finden Sie schnell auch für Ihren Betrieb das geeignete Produkt. Dieser Katalog wird kontinuierlich aktualisiert und erweitert. Die aktuellen Nachrichten liefern darüber hinaus wertvolle Hinweise und Tipps zu Software und Internet-Ange-

boten, die gerade für KMU von besonderem Interesse sind. Die Qualität des Angebots hat viele Nutzer überzeugt. So nutzen viele betriebswirtschaftliche Berater der Handwerkskammern und Fachverbände itb-Software als Informationsquelle in der Beratungspraxis. Die Registrierung ist kostenlos und erschließt den Weg zu interaktiven Angeboten wie Online-Beratung, Chat, Forum und die Newsletter-Registrierung.

» Online-Shop

Das Internet eröffnet auch kleinen Unternehmen neue Vertriebswege. Nicht immer ist dafür das Auktionshaus eBay der richtige Weg, ein eigener Web-Shop wirkt oft exklusiver, wenn Sie ihn richtig bewerben. Er sollte in die Struktur und in das Design Ihrer Web-Site eingebettet sein und auch von der obligatorischen Suche erfasst werden.

» Auftragsverfolgung

Wenn Sie über einen eigenen Web-Shop verfügen, bietet Sie ihren Kunden doch den Vorteil, den Status ihres Auftrags online zu verfolgen und sogar den Versandstatus, wenn Ihr Paketdienst entsprechend eingebunden wird.

» Impressum

Eine gesetzliche Anforderung an jede Internet-Site ist die Bereitstellung von Informationen zum Betreiber. Hier haben Gesetzgeber und Gerichte einige Anforderungen gestellt, die Sie unbedingt beachten müssen, wenn sie der bösen Überraschung einer Abmahnung aus dem Weg gehen wollen. Mehr hierzu finden Sie unter <http://www.digi-info.de/de/netlaw/webimpressum/>

■ Kunden-Community

Wollen Sie erreichen, dass sich Ihre Kunden mit Ihrer Firma und Ihren Produkten identifizieren? Dann führen Sie sie zu einer virtuellen Gemeinschaft Gleichgesinnter zusammen, die auf Ihrer Web-Site Erfahrungen und Ideen austauschen können. Die interessierten Teilnehmer müssen eine Registrierung beantragen können und sich mit ihrem persönlichen Profil darstellen können. Es muss Möglichkeiten zum Austausch geben, zumindest ein Diskussionsforum ist notwendig, allein

aber sicher zu wenig. Die Teilnehmer müssen auch direkt miteinander kommunizieren können, per e-Mail oder Messenger. Sie müssen kontinuierlich besondere Aktionen durchführen, um die Enthusiasten bei der Stange zu halten - Gewinnspiele, Logo-Artikel.

■ Web-Site von der Stange

Während in früheren Jahren Interaktive Web-Funktionen individuell programmiert wurden und entsprechend kostenintensiv waren, wurden inzwischen modulare Portalsysteme entwickelt, die aus Standard-Komponenten im Baukastensystem bestehen und die entsprechend Ihren Anforderungen zusammengestellt und angepasst werden können. Üblicherweise kann die visuelle Gestaltung Ihrem Design individuell angepasst werden - so erhalten sie eine unverwechselbare Web-Site zu akzeptablen Kosten. Weitere Vorteile sind die Stabilität einer ausgereiften Lösung, die zudem über eine erprobte „Usability“, also ausgefeilte Benutzerführung verfügt.

Ein großer Vorteil für Sie ist die Möglichkeit, die Inhalte Ihrer Website einfach über das Internet aktualisieren zu können. Dies ersetzt zwar nicht vollständig den Fachmann, denn bei Erstellung und grundsätzlichen Überarbeitungen werden Texter, Designer und Programmierer weiterhin benötigt, aber das Portalsystem reduziert den Aufwand erheblich. Als Beispiel hierfür dient die Web-Site von [Expertennetz21*](http://www.expertennetz21.de) (www.expertennetz21.de), die als eine leistungsfähige Online-Community für KMU-Unternehmer geschaffen wurde.

Mehr zum [Expertennetz21](http://www.expertennetz21.de) lesen Sie in dieser Ausgabe auf den Seiten 38 und 39!

„Obwohl es eine Selbstverständlichkeit sein sollte, den Kunden die Kontaktaufnahme zu erleichtern, fehlt dies auf vielen Internet-Seiten kleiner Unternehmen.“