WEBTEXTE: FAKTEN STATT FLOSKELN

Veröffentlicht am 1. August 2013 von Isabella

Wenn jemand Ihre Webseite aufruft, dann ist er vor allem auf der Suche nach einem: **Informationen.** Um wen handelt es sich hier? Was bietet man mir an? Gibt es eine **Preisliste**, **Öffnungszeiten**? Wer steckt hinter dem Unternehmen - ist es vertrauenswürdig? Wie kann ich Kontakt aufnehmen? All das sind Fragen, die der Besucher Ihrer Webseite beantwortet bekommen möchte und das am besten **so schnell wie möglich**. Textlich gesehen ist der **Inhalt** immer noch das Wichtigste. Wenn Sie also für Ihr Unternehmen im Internet **werben** möchten, darf das sich trotzdem nicht wie Werbung lesen, um den **bestmöglichen Effekt** zu erzielen. Hier zählen **Fakten**, keine **Floskeln**.

- **Webtexte: prägnant und informativ**

Reine Fakten stellen Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung immer am besten dar. Vergessen Sie trotzdem auch die grundlegenden Regeln für Webtexte nicht. Die Texte sollten **prägnant** sein, Stichworte sollen hervorgehoben werden und selbstverständlich müssen auch die Regeln für die Suchmaschinenoptimierung beachtet werden. Wenn Sie all das berücksichtigen, haben Sie bereits eine sehr **gute Grundlage** für eine erfolgreiche Webseite geschaffen. Die **wichtigsten Informationen** befinden sich immer gleich **am Anfang des Textes**. Das Resultat ist immer abhängig von der **Textqualität**. Daher ist es von größter Wichtigkeit, einen korrekten und informativen Text zu erstellen, um sich die Besucher nicht zu vergraulen.

- **Eine Gefahr fürs Geschäft: Die Absprungrate der Besucher**

Selbstverständlich ist es immer von Vorteil, **viele Besucher** auf seine Seite zu locken. Die Kunst liegt leider jedoch nicht nur darin - das wäre gar nicht einmal so schwer, denn es gibt genügend Tricks, Menschen aufmerksam und neugierig zu machen. Der Haken an der Sache ist die **Absprungrate**: Die ist oft hoch, besonders dann, wenn der Inhalt der Webseite nicht dem Erwarteten entspricht.

Wenige Sekunden entscheiden darüber, ob ein Besucher auf einer Seite bleibt oder sie schnellstmöglich wieder verlässt. Daher müssen Sie unbedingt die **richtigen Signale senden** und dem Besucher dann auch die **erwarteten Informationen liefern**. Es ist in Ihrem Interesse, dass die Besucher auf Ihrer Seite verweilen und letztendlich zu Ihrem Kunden werden. Diese sogenannte "Konversion" kann auch zu neuen Käufen in Ihrem Online-Shop führen. Es gilt daher, das Bedürfnis des Besuchers nach Information zu stillen und das möglichst schnell. Klare, strukturierte Seiten unterstützen hier den Leser auf seiner Suche.

- **Kundenbindung - Das A und O Ihrer Strategie**

Besonders wichtig ist es, wie in allen anderen Bereichen auch, eine enge **Bindung zum Kunden** herzustellen und zu wahren. Doch wie kann man das in einem weltweiten Netz mit so vielen noch fremden Benutzern? Bieten Sie einen **Newsletter** für den Interessierte ihre E-Mail-Adresse hinterlassen können. Auch hier zählt die **Vorgabe der Information**: Die Leser möchten relevante Inhalte im Newsletter finden und erhoffen sich womöglich **Rabatte** als Geschenk für das Abonnement. Gerade wenn die Angabe der E-Mail-Adresse freiwillig erfolgt, bedeutet das, dass der Kunde schon **sein erstes Vertrauen in Sie zeigt**. Dasselbe gilt auch für die sozialen Medien. Wird ein Besucher zum "Fan", so hegt er gewisse Erwartungen. Bedenken Sie stets: Der Nutzer verlangt nach Informationen. Nutzen Sie diese **Chance**! Selbstverständlich unterstützen wir von der Media Company in Düsseldorf Sie gerne dabei, Ihre Webseite zu optimieren!

Thumbnail Image: Information von heathbrandon via CC BY-SA 2.0