

Markus Bühler

Der Weg zum Website-Olymp

Wie du eine erfolgreiche Website aufbaust und
dabei das Unternehmen deiner Träume entwickelst

Mit Zeichnungen von
Susanne Schmöller ♥



Inhalt

I. EINSTIEG –

Ein Aufruf für bessere Websites (7)

Was dich in diesem Buch erwartet und was es dir bringt (9)

Denke aus Sicht deines Besuchers (11)

An deiner Website zu arbeiten heißt,
an deinem Unternehmen zu arbeiten (13)

II. VORBEREITUNG –

Denke erst mal über deinen Besucher nach (15)

Vergiss für einen Moment dich selbst (17)

Mach dir bewusst, dass dein
Besucher ein echter Mensch ist (19)

Du kannst nicht jeden glücklich machen (21)

Wer ist dein Besucher? (23)

Welche Worte benutzt dein Besucher? (25)

Dein Besucher hat grundlegende
Bedürfnisse, die du erfüllen kannst (27)

Was ist das Ziel deines Besuchers? (29)

Welche Informationen braucht dein
Besucher, um sein Ziel zu erreichen? (31)

Welches Gefühl braucht dein
Besucher, um sein Ziel zu erreichen? (33)

Du oder Sie? (35)

III. STARTSEITE –

Deine einzige Chance (37)

Schlüpfe in die Schuhe deines Besuchers (39)

Die Zeit deines Besuchers ist heilig und kostbar (41)

Raus aus der Webdesign-Komfortzone (43)

Kein “Herzlich willkommen” (45)

Die Epizentrum-Theorie (47)

Dein Eingangstor soll einfach und einladend sein (49)

Von Anfang an hilfreich, nützlich und großzügig sein (51)

Wofür stehst du ein? (53)

Lass deine Kunden für dich sprechen (55)

Mach ein Video! (57)

Jede Unterseite ist eine potenzielle Startseite (59)

IV. UNTERSEITEN –

Liebe auf den zweiten Blick (61)

Dein Besucher nimmt wahr, wie viel
Liebe und Sorgfalt du in deine Website steckst (63)

Hilf deinem Besucher, sich kompetent zu fühlen (65)

Schreibe so, dass jeder dich versteht (67)

Keine Zombie-Texte! (69)

Feelability (71)

Interaktion schafft Beziehung (73)

Bodenständigkeit berührt und überzeugt (75)

Kinderbuchautorentypographie (77)

So wenig Navigationspunkte wie möglich (79)

Keine Sackgassen! (81)
Defensives Webdesign (83)
Reflexion und Attraktion – die Früchte eines Blogs (85)
ÜBER MICH – dein Besucher will nicht alles von dir wissen (87)
Erschaffe eine Website, die ein Erlebnis bietet (89)

V. GEKAUFT!

Gewinne Kunden und Fans (91)

Wie oft nickt dein Besucher, wenn er deine Website besucht? (93)
Die kleinen Dinge können den entscheidenden Unterschied machen (95)
Jedes Element deiner Website ist eine Transaktion (97)
Mach Lust auf mehr (99)
Der Lebenssinn deiner Website:
Dein Besucher kommt voran und kauft (101)
Erzeuge Dringlichkeit (103)
Sammle E-Mail-Adressen (105)
Menschen kaufen Ergebnisse (107)
Manchmal reichen schon eine Telefonnummer und ein sympathisches Gesicht (109)
KONTAKT – Beseitige die (letzten) Hindernisse (111)
Landingpage: Ohne Ablenkung zum Ziel (113)
Nutze den Moment nach dem Kauf (115)

VI. EVOLUTION –

Deine Website entwickelt sich weiter (117)

Überarbeiten lohnt sich (119)

Entmülle deine Website regelmäßig (121)

Woran erinnert sich dein Besucher, wenn er deine Website verlassen hat? (123)

Was würde dich am meisten schmerzen, wenn deine Website offline wäre? (125)

Besuche deine Website regelmäßig selbst (127)

Baue Elemente aus, die funktionieren und die du liebst (129)

Löse mit deiner Website deine Unternehmens-Engpässe (131)

Nicht jedes Feedback ist wertvoll (133)

Experimentiere und teste regelmäßig (135)

Der Olymp ist nicht für jeden (137)

VII. HEUREKA –

Auf dem Website-Olymp (139)

Verlier dich nicht, sei glücklich! (141)

Wer bist du und wer bist du nicht? Deine Website als Spiegel (143)

Aus einem Guss: Das Geheimnis einer Marke (145)

Branchen-Untreue: Lass Konventionen hinter dir (147)

Eine gute Website ist wie ein Bikini (149)

Eine geniale Website bringt automatisch Besucher über Google (151)

Deine Website ist ein Ort für deine Paradies-Vision (153)

Die Schlüsselfertigkeit Empathie (155)

Wie agierst und kommunizierst du, wenn du kein Geld und keine Aufmerksamkeit brauchst? (157)

Dein potenzielles Millionen-Publikum (159)

Woran du glaubst, bestimmt, was du erschaffst (161)

EINSTIEG

Ein Aufruf für bessere Websites



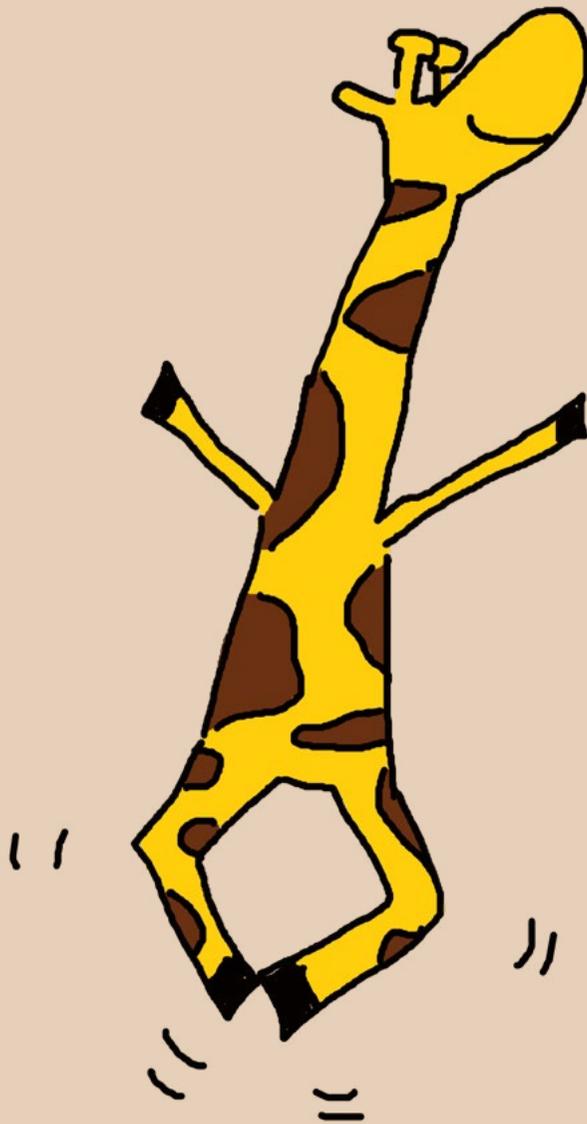
Was dich in diesem Buch erwartet und was es dir bringt

Eine Website kann Glücksgefühle auslösen, nachhaltig beeindrucken und sogar das Leben von Menschen positiv verändern. Sie kann dein Unternehmen stärken, dir einen beständigen Strom an Neukunden liefern und dir beim Optimieren deines Unternehmens helfen. Allerdings bleiben die meisten Websites weit unter ihren Möglichkeiten. Allzu oft begegnet man Ego-Orgien, belanglosen “Herzlich willkommen”-Begrüßungen, 08/15 Zombie-Texten und überladenen Inhalten. Aber das funktioniert nicht. Wir brauchen weniger Ego und mehr Mut, Offenheit und Experimentierfreude.

In diesem Buch stecken über zehn Jahre Website-Expertise. Aus der Fülle an Gedanken, die man sich zu einer Website machen kann, habe ich versucht, die hilfreichsten und inspirierendsten herauszuarbeiten und sinnvoll strukturiert für dich zusammenzustellen. Dabei geht es nicht um das richtige Website-System, technische Kniffe oder aktuelle Design-Trends, die sich in wenigen Wochen wieder komplett verändern werden. Vielmehr geht es darum, wie man richtig an eine Website herangeht. Mit zeitlosen Impulsen, die auch in 20 Jahren noch aktuell und bereichernd für dich sein werden.

Du kannst das Buch von vorne nach hinten durchlesen. Dadurch legst du die Grundlage für eine erfolgreiche Website. Du kannst dir auch die Inhalte vornehmen, die am besten zu deinen momentanen Fragen und Aufgabenstellungen passen. Dann kannst du die Erkenntnisse direkt auf deiner Website umsetzen.

Dieses Buch erzählt die Geschichte deines Website-Besuchers: Wie er dir auf deiner Website begegnet und welches Potenzial diese Begegnung hat.



Denke aus Sicht deines Besuchers

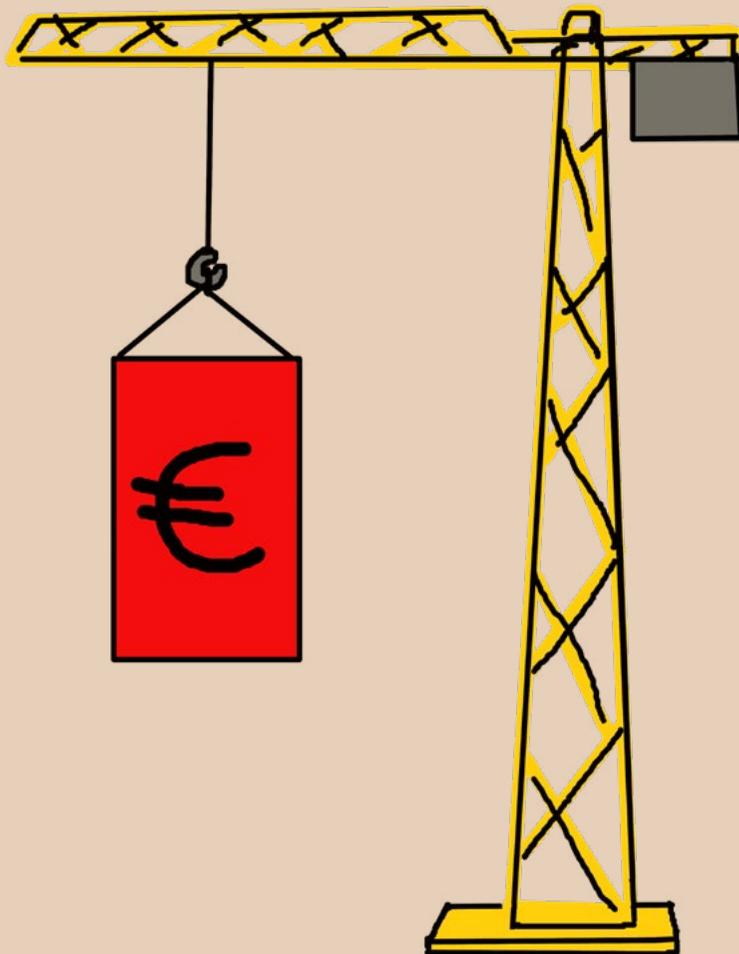
Vor einigen Jahren habe ich Unternehmensinhaber zu ihrer Website interviewt. Eine der Fragen war, ob sie ihre Website von Zeit zu Zeit auch mal selbst besuchen. Die Antwort war fast immer Nein. Anscheinend betrachten viele Websitebetreiber ihre Website ausschließlich aus der eigenen Perspektive. Das ist seltsam, denn wie will man dann beurteilen, ob sie ihren Zweck beim Besucher auch erfüllt?

Sich selbst ins Zentrum der eigenen Website zu stellen verhindert Erfolg. Unternehmer verschleudern Zeit und Geld an Stellen, die dringend an anderer Stelle benötigt werden. Der Designer arbeitet hart für das perfekte Super-Logo. Der Programmierer glänzt mit den neuesten Technik-Gimmicks. Auch wenn das für sich betrachtet toll ist und im besten Fall einen Award einbringt, werden Websites dadurch nicht nur teuer, sondern entwickeln sich weg vom Besucher, und das ist die falsche Richtung.

Denke und gestalte deine Website also konsequent von deinem Besucher aus! Denn von ihm hängt der Erfolg deiner Website ab. Erst wenn du weißt, wer der Mensch ist, der dir auf deiner Website begegnet, bist du in der Lage, diese Begegnung bewusst und zielgerichtet zu gestalten. Das geht am einfachsten, wenn du in die Schuhe deines Besuchers schlüpfst und Schritt für Schritt mit ihm durch deine Website gehst.

Als schöner Nebeneffekt bereichert es auch dich und dein Unternehmen, wenn du dich intensiv auf die Begegnung mit deinem Besucher einlässt, während du deine Website aufbaust. Denn Lieben macht glücklich.

An deiner Website zu arbeiten heißt, an deinem Unternehmen zu arbeiten



Deine Website ist ein perfekter Ort, um dein Unternehmen zu reflektieren. Diese große Chance beim Aufbau einer Website wird oft nicht erkannt und genutzt. Du schaust in den Spiegel deines Unternehmens und kannst dann seine Schwächen und Engpässe erkennen und lösen. Während dein Business insgesamt komplex und ungreifbar ist, bietet dir deine Website leichter die Möglichkeit, dein Unternehmen wahrzunehmen, durch deine Entscheidungen zu mehr Klarheit zu finden und gezielte Schritte in die von dir gewünschte Richtung zu gehen.

Vordenker wirksamer Unternehmensstrategien betonen immer wieder, wie wichtig es ist, als Unternehmer nicht nur im Unternehmen zu arbeiten, sondern am Unternehmen. Am Unternehmen arbeiten heißt, den Blick auf das eigene Unternehmen zu weiten und das eigene Unternehmen selbst als Produkt zu sehen. Ein Produkt, das im besten Fall großartige Produkte und Dienstleistungen hervorbringt und automatisch Kunden und Fans generiert. Gerade kleinen Unternehmen fällt diese übergeordnete strategische Sichtweise im chaotischen Tagesgeschäft oft schwer.

Deine Website offenbart vieles. Zum Beispiel, ob du gut positioniert bist. Ob deine Vision sichtbar und fühlbar wird. Ob du Werte hast, hinter denen du konsequent stehst. Damit hilft sie dir, dich und dein Unternehmen zu finden und zu erfinden. Du entdeckst, was dein Unternehmen im Kern ausmacht. Jetzt wird es spannend, denn du erkennst, dass alles möglich ist und du jedem Herzenswunsch nachgehen kannst, wenn du es willst. Ich wünsche dir viel Erfolg beim Aufbau deiner Website, bei der Begegnung mit deinem Besucher und beim Optimieren deines Unternehmens!