



Website-Reparatur-Checkliste

Checkliste für Websites, die aus Besuchern Kunden machen sollen

WABRIMIDA, WASOITU, KAIDITRA und WESIHA?

Website: _____

Datum: _____

Prüfer: _____

1. Aufmerksamkeit und Botschaft

Der Mensch ist ein Auentier. Und er ist online ein ganz schneller 'Wegklicker'.

Schafft es Deine Website die Aufmerksamkeit des Besuchers für einige Sekunden zu halten und dem Besucher in dieser Zeit zu vermitteln, was er auf dieser Seite von Dir bekommen kann?

In der Regel durch eine Überschrift und oder ein Bild.

Frage im Kopf des Kunden:

WABRIMIDA: Was bringt mir das?

Wird Aufmerksamkeit erregt und die Botschaft in 5 Sekunden vermittelt?

Kommentar:

2. Aktion

Welche Aktion sollen Besucher auf Deiner Website ausführen? (z.B. Kaufen, Anfragen, Abonnieren, Registrieren etc.)

Was ist das Ziel Deiner Website?

Welche Aktion(en) sollen Besucher Deiner Website ausführen?

Jede Website, die erfolgreich sein soll, muss ein klares Ziel haben. Wie willst Du den Erfolg Deiner Website sonst messen?

Solche Ziele können ein direkter Verkauf oder eine Buchung, aber auch Ziele wie Anfragen, Registrierungen, Newsletter-Abonnenten, Downloads oder ähnliches sein. Um dieses Ziel zu erreichen, muss der Besucher der Website eine Aktion ausführen.

Kann der Besucher klar erkennen, was er bei Dir tun soll?

Frage im Kopf des Kunden:

WASOITU: Was soll ich tun?

Gibt es eine klare Aufforderung zur Aktion?

Kommentar:

3. Vertrauen

Wie schaffe ich es, dass ein Besucher mir möglichst schnell vertraut, und bereit ist, eine Aktion auszuführen?

- professionelles Design (es muss kein tolles Design sein, es muss einen professionellen Eindruck machen).
- professionelles Logo (wieder: es muss kein tolles Design sein, es muss einen professionellen Eindruck machen).
- qualitativ hochwertiges Bildmaterial und Fotos.
- Referenzen (umfangreiche Referenzen oder Referenzen von bekannten Firmen).
- Kundenstimmen (je genauer Kundenstimmen beschreiben, was gut war, desto besser. Name des Kunden ist Pflicht, ein Foto, wenn möglich, noch besser).
- persönliche Fotos (gut fotografierte Porträts von Inhabern und/oder Mitarbeitern).
- Über uns-Seite (Kunden wollen wissen, mit wem sie es zu tun haben. Zu einem guten "Über uns"-Text gehören daher Hintergrundinformationen, persönliche Namen und am besten auch persönliche Fotos).
- hilfreiche kostenlose Informationen (die fachlich gut zum Produkt passen und wirklich weiterhelfen).
- Siegel/Mitgliedschaften/Titel (Gütesiegel, Auszeichnungen, Mitgliedschaften etc. können auf einen Blick durch ein grafisches Siegel Vertrauen schaffen).
- Kooperationen (Kooperationen mit bekannten Unternehmen wirken z.B. Wunder).
- SSL-Zertifikat (verschlüsselte Websites oder zumindest Formulare gehören heute zum Standard).
- Impressum (ein übersichtliches und professionell gestaltetes Impressum ist Pflicht, aber leider nicht überall vorhanden).
- AGB, Datenschutzerklärung und ggf. andere wichtige rechtliche Texte und Seiten.

Frage im Kopf des Kunden:

KAIDITRA: Kann ich Dir trauen?

Wird schnell Vertrauen aufgebaut?

Kommentar:

3. Sicherheit

Wie gebe ich einem Besucher die Sicherheit, dass er eine Aktion jetzt ohne Sorge ausführen kann?

- Verbindliche Garantien (z.B. eine längere Geld-zurück-Garantie als gesetzlich vorgeschrieben mit 60, 90, 120 Tagen oder länger).
- Günstiges Einstiegsangebot (ein besonders preisgünstiges Einstiegsangebot begrenzt das maximale Risiko des Besuchers auf den Preis des Einstiegsangebots. Idealerweise wäre das eine Summe, deren Verlust nicht weh tun würde à la "Bevor Sie online unseren 299 EUR teuren Online-Workshop buchen, kaufen Sie unser eBook für nur 9,99 EUR!").
- Externe Absicherung (z.B. Käuferschutz durch externe - und vor allem bekannte - Anbieter wie z.B. Trusted Shops oder PayPal, die bei Nicht-Lieferung das Geld zurückerstatten).
- Vor allem bei größeren Summen die Einschaltung eines Treuhänder- oder Escrow-Service (dabei übernimmt ein neutraler Treuhänder die Zahlungsabwicklung. Der Verkäufer bekommt das Geld erst, wenn der Käufer auch die Ware bekommen hat).
- Optimierte Abwicklung: Die Abwicklung einer Aktion des Besuchers auf Deine Seite (z.B. Kauf oder Registrierung) sollte einfach, klar und professionell ablaufen, so dass der Besucher jederzeit dabei ein gutes Gefühl hat.

Frage im Kopf des Kunden:

WESIHAI: Welche Sicherheiten habe ich?

Bekommt der Kunde ausreichend Sicherheiten?

Kommentar: