

Internetmarketing bei Ein-Personen-Unternehmen (EPU) durch Web-Usability

Einführung

Besonders bei Ein-Personen-Unternehmen (EPU) ist der Internetauftritt - die Webseite - oft der Schlüssel zum Marketing, Vertrieb und Aussenwirkung. Und genau hier liegt auch die Chance eines EPU nach aussen aufzutreten wie ein kleines oder gar mittelständisches Unternehmen. Dem potentiellen Kunden ist es egal, ob hinter der Webseite eine, zehn oder hundert Personen sitzen, solange er zufriedenstellend bedient wird, bzw. das Gesuchte findet. Je besser der Besucher auf Ihrer Webseite an die Inhalte geführt wird, desto grösser die Wahrscheinlichkeit erfolgreicher Verkäufe, guter Auftragslage und positiver Geschäftsentwicklung.

Falbeispiel 1

Sie haben Produkte, die Sie mit Hilfe Ihrer Webseite vertreiben möchten. Die Produkte sind im Online-Shop Ihrer Seite gelistet und können bestellt / erworben werden. Die Verkaufsabwicklung wurde getestet und funktioniert. Die Zahlungsabwicklung arbeitet mittlerweile auch fehlerfrei. Sie bewerben diese Webseite und haben laut Statistik eine zufriedenstellende Anzahl an Besuchern. Allerdings kommt es selten zum Verkauf Ihrer Produkte. Was läuft schief?

Wäre es denkbar, dass der Kaufinteressent nach dem Auffinden des gesuchten Produktes auf dem Weg zur "Kasse" abspringt?

Könnte es sein, dass der Kaufinteressent wichtige Detailinfos zum Produkt nicht auf einen Blick, sondern erst umständlich durch mehrere Klicks findet?

Ist es möglich, dass die Versandkosten erst am Ende des Bestellvorganges mitgeteilt werden?

Sind vielleicht die wichtigen AGBs in den Bestellvorgang nicht integriert, sondern irgendwo ausserhalb?

Sie sehen, es gibt unzählige Möglichkeiten einen Verkauf durch unzureichende Usability scheitern zu lassen.

Fallbeispiel 2

Sie bieten eine ausgefallene Dienstleistung an und nutzen Ihre Webseite, Interessenten und potentiellen Kunden alle nötigen Informationen über Ihre Dienstleistung im Vorfeld mitzuteilen. So bleiben Ihnen Telefonate mit immerzu gleichen Fragen erspart.

Sie bieten auch einen Newsletter an. Dazu muss der Besucher ein grösseres Formular ausfüllen, denn Sie möchten so viele Infos, wie nur möglich über die Interessenten in Erfahrung bringen. Leider aber bleibt das Interesse an diesem Newsletter hinter Ihren Erwartungen zurück.

Warum nutzen Ihre Besucher den Newsletter nicht?

Sind vielleicht zu viele Pflichtfelder im Formular enthalten?

Möchten die Besucher möglicherweise nicht so viele Infos, wie nötig, von sich preisgeben?

Ist das Newsletterformular eventuell sehr versteckt auf Ihrer Webseite?

Enthält der Newsletter vielleicht zuviel Werbung?

Fallbeispiel 3

Sie betreiben ein Infoportal zu einem seltenen Themengebiet und sind damit ein "Platzhirsch". Sie haben regelrecht ein Netzwerk aufgebaut und damit eine Community, die sich regelmässig auf Ihrem Infoportal tummelt.

Es gibt sehr viele Infos zu diesem Themengebiet und Sie haben eine sehr komplexe Webseitenstruktur mit drei, vier oder auch mal fünf Ebenen in der Navigation. Das ist nötig, um die grosse Menge an Informationen zu strukturieren. Immer wieder kommt es vor, dass Besucher bei Ihnen nach bestimmten Beiträgen anfragen. Sie wundern sich. Diese Beiträge sind doch auf Ihrer Webseite enthalten, man muss sie nur finden.

Möglicherweise ist es aber schwerer diese Beiträge zu finden, als Sie denken.

Vielleicht verirren sich Ihre Besucher auch in der tiefen und vielschichtigen Struktur Ihrer Webseite.

Eventuell fehlt es auch an der zum-Ziel-führenden-Benennung der Inhalte.

Was ist Usability?

Usability wird aus dem Englischen übersetzt mit

- Bedienbarkeit
- Bedienerfreundlichkeit
- Benutzbarkeit
- Benutzerfreundlichkeit
- Ergonomie
- Gebrauchstauglichkeit
- Handhabbarkeit
- Nutzungsqualität

Erfüllt eine Webseite die Bedürfnisse der Benutzer, so ist diese nützlich. Ist die Webseite nützlich, so wird diese genutzt. Wird Ihre Webseite genutzt, so erreichen Sie Ihre Ziele.

Weitergehende Definitionen von Usability

Bei der Gestaltung und Entwicklung von benutzerfreundlichen Webseiten steht weder die Programmierung, der Funktionsumfang, noch die Technologie im Mittelpunkt. Im Mittelpunkt steht der Nutzer und seine Sichtweise.

Wo braucht man Usability?

- Unternehmensdarstellungen
- Webseiten mit Online-Shop
- Webseiten mit dem Angebot von Dienstleistungen
- themenspezifische Suchmaschinen
- Onlineportal eines Printproduktes
- Themenportale
- Info-Webseiten
- u.v.a.

Wieso braucht man Usability? - Vorteile guter Usability

Für den Besucher der Webseite

- Erleichterung des Bestell-/Kaufvorganges
- seltener Abbruch des Bestell-/Kaufvorganges
- längere Verweildauer auf einer Webseite
- Rückkehr auf eine Webseite
- zufriedene Besucher
- Zeitersparnis des Besuchers
- erreichtes Ziel
- gute Informationsarchitektur schafft Überblick und ermuntert zur Suche

Für den Betreiber der Webseite

- höhere Umsätze
- zufriedene Besucher
- Weiterempfehlung der besuchten Webseite
- höherer Kosten-Nutzen-Faktor
- höheres Ansehen bei potentiellen Geschäftspartnern
- zielorientierte Vorgangsweisen (bei Erstellung der Webseite)
- frühe Designentscheidungen (bei Erstellung der Webseite)
- effiziente Methoden (bei Erstellung der Webseite)

Wie wirkt schlechte Usability?

- Besucher der Seite finden nicht zum Ziel, bzw. springen auf dem Weg zum Ziel ab
- potentieller Kunde kauft Ihr Produkt nicht, da die Bestell-/Kaufabwicklung zu kompliziert ist
- der Besucher versteht nicht, was Sie ihm auf Ihrer Webseite mitteilen möchten
- Sie profitieren nicht wie gewünscht von Ihrer Webseite
- der Besucher kommt nicht an die gesuchten Infos
- Besucherzahlen bleiben hinter den Erwartungen zurück
- negative Aussenwirkung für Geschäftspartner

Was will der Besucher?

- der Besucher möchte etwas kaufen
- der Besucher sucht einen Dienstleister
- der Besucher möchte ein Problem lösen
- der Besucher sucht Informationen

Was zeichnet den Besucher aus, wie verhält er sich?

- Besucher sind klickfaul
- Besucher haben wenig Zeit
- Besucher möchten sofort wissen wo genau sie sind und was sie dort erwartet
- Besucher möchten sich auf einer Webseite schnell orientieren
- Besucher mögen keine tiefen Menüstrukturen
- Besucher mögen flache und breite Menüstrukturen
- Besucher möchten so schnell wie möglich das Angebot einer Webseite überblicken
- Besucher möchten nicht in die Irre geleitet werden, ohne Umwege gesuchte Infos finden
- Besucher sind bereit für gute Informationen sich mehr Zeit zu nehmen
- Besucher möchten so wenig Infos, wie nur möglich, von sich preisgeben
- Besucher möchten äusserst ungern Ihre Kreditkarte zücken müssen

Was ist Content-Usability?

Auch bezüglich der Inhalte gib es im Internet klare Regeln für eine gute Usability. So ist es problematisch grosse und massive Textblöcke anzubieten. Die Herausforderung ist Informationen möglichst schnell und klar mitzuteilen. Der Besucher ist nicht gewillt einen langen und schlecht lesbaren Text komplett durchzulesen, solange er nicht weiss, dass die gesuchte Info sich darin befindet. Vielmehr überfliegt der Besucher diese Textblöcke. Er scannt die Passagen und hält nach Schlüsselbegriffen ausschau. Besonders hilfreich sind bei längeren Texten typografische Regeln, wie man sie aus dem Printbereich

kennt. Diese helfen massiven Texten die Schwere zu nehmen. Fotos und Grafiken als Untermauerung der Textaussage sind besonders beliebt und verankern die aufgenommenen Infos beim Besucher wesentlich besser.

Stichwortartige Aufzählungen erleichtern die wichtigen Fakten zu erkennen. Die Zeilenlänge darf in der Regel eine bestimmte Anzahl von Wörtern nicht überschreiten, sonst leidet die Lesbarkeit.

Sie sehen, auch in der Art und Weise der Aufbereitung Ihrer Inhalte liegt erhebliches Verbesserungspotential.

Was kostet Usability?

Ist hier nicht die Frage. Was geht Ihnen durch die Lappen, wenn Sie auf Usability verzichten. Möglicherweise sind Ihre gesamten Investitionen, die Sie für Ihre Webseite, Online-Shop, Werbekampagnen, etc. getätigt haben weit davon entfernt, sich zu amortisieren. Und das nur, weil Ihre so kostspielig angelockten Besucher auf den letzten Metern aufgeben. Vermeiden Sie ein Scheitern kurz vor dem Ziel. Nehmen Sie Ihre Besucher an die Hand und führen Sie sie souverän ins Ziel.

Fazit

Heutzutage stehen einem EPU auf dem freien Markt viele Möglichkeiten offen, die ein kleiner oder mittelständischer Unternehmer auch nutzt. In einigen Arbeitsprozessen kann man sogar von klaren Vorteilen gegenüber grösseren Konkurrenten sprechen.

Optimieren Sie die Gebrauchstauglichkeit Ihres Online-Angebotes und damit die logische und effektive Verkettung Ihrer Geschäftsprozesse. Lassen Sie Ihre Unternehmung nicht am letzten Glied scheitern und nutzen Sie die Chance sich zu etablieren und durchzusetzen.



Oliver R. Holtzer | Kollwitzstr. 12 10405 Berlin
T +49. (0)30. 80 20 40 30 | M +49. (0)177. 3 86 57 69
bonjour@landegaard.de | www.landegaard.de