



SERIE

Der digitale Wandel

TEIL 10

DIGITALISIERUNG:

WER NICHT ONLINE IST, IST OFFLINE

ALEXANDER GRAF, GRÜNDER DER AGENTUR ALEXANDER GRAF CONSULTING, weiß, wie wichtig ein guter Onlineauftritt für Unternehmen ist. Leider wird das Internet in der Strategie vieler Einzelunternehmer und KMU (Klein- und Mittelunternehmen) zu wenig berücksichtigt. Wieso gerade der Onlineauftritt für den Erfolg essentiell ist, hat er uns im Interview erklärt.

CONTACT: „Online“ wird immer wichtiger, trotzdem sind Unternehmen größtenteils immer noch „offline“. Woran liegt's?

Alexander Graf: Das Internet ist für viele eine große Hürde. Sie kennen sich zu wenig aus, haben Angst vor dem Unbekannten und wissen oft auch nicht, an wen sie sich wenden sollen. Dazu kommt der Faktor Zeit. Meistens ist alles andere vorerst einmal wichtiger. Doch das Internet ist heutzutage nicht mehr weg-

zudenken und Informationsquelle Nummer 1. Wer seine Dienste und Produkte bestmöglich anbieten will, braucht eine Webseite. Und zwar nicht irgendeinen, sondern einen professionellen und modernen Internetauftritt.

Das heißt, eine Webseite sollte im Idealfall für einen verkaufen?

Die Webseite ist das Zuhause eines Unternehmens im Internet. Daher sollte sie ansprechend sein und das Unter-

nehmen bestmöglich repräsentieren. Es wird schließlich auch darauf Wert gelegt, die Schauräume schön zu gestalten. Es ist vielen nicht bewusst, welche Chancen ein Internetauftritt bietet. Eine Webseite sollte nicht nur gut aussehen, sondern Anfragen generieren und Arbeit abnehmen. Zum Beispiel ist es aufwändig, Produktbeschreibungen auf Anfrage von Kunden immer wieder auszusenden oder wiederkehrende Fragen ständig aufs Neue zu beantworten. Die Websei-

DAS GEHEIMNIS EINER ERFOLGREICHEN WEBSEITE

Eine gute Webseite muss ...

- ... das Unternehmensziel klar kommunizieren.
- ... optisch ansprechend sein.
- ... zur Zielgruppe, dem Markt und natürlich dem Unternehmen selbst passen.
- ... technisch am neuesten Stand sein.
- ... den SEO-Kriterien entsprechen.
- ... responsive sein, damit sie auf Smartphones und Tablets funktioniert.
- ... zu guter Letzt auch rechtlich sauber sein (Impressum, Datenschutz, Bildrechte).

te kann zum Beispiel Download-Links für Dokumente oder so genannte FAQ (Frequently Asked Questions / häufig gestellte Fragen) mit entsprechenden Antworten bereithalten. Das zeugt von Professionalität, weil es zeigt, dass man sich mit den Bedürfnissen der Kunden beschäftigt. Die Webseite kann also der günstigste Mitarbeiter sein. Wer arbeitet schon durchgehend sieben Tage die Woche? Das funktioniert natürlich nur, wenn die Webseite richtig aufgesetzt ist.

Was verstehen Sie unter richtig aufgesetzt?

Eine Webseite muss SEO-friendly, also suchmaschinenoptimiert, sein. Das heißt, sie muss professionell befüllt werden. Wichtig ist das vor allem deshalb, damit Sie bei der Google-Suche auf Seite 1 gefunden werden, denn wer schaut schon auf die Seite 2? Es ist außerdem wichtig, dass die Webseite den modernen technischen Anforderungen entspricht. Denn wenn sich eine Webseite nicht schnell öffnet, geht man weiter zur nächsten.

Was würden Sie unseren Handelsagenten für ihre Webseite empfehlen?

Man muss kein großer Konzern sein, um sich eine professionelle Webseite leisten zu können. Diese gibt es auch zu leistbaren Preisen. Wichtig ist es, dass man sich dafür einen Partner sucht, der nicht nur technisches oder grafisches Know-how mitbringt, sondern beides. Am Ende des Tages geht es immer um Inhalte, die man seinen Kunden gegenüber transportieren möchte. Die Webseite ist dabei das Transportmittel und nur die SEO-Optimierung macht dieses schnell und effizient. Generell empfehle ich eine Webseite, die auf die Zielgruppe abgestimmt ist. Die Webseite kann bei Be-

darf mehrsprachig sein und über einen geschützten Bereich verfügen, in dem Bestellungen der Kunden angenommen werden können. Außerdem kann man eine große Produktpalette auf kleinstem Raum anbieten. Dadurch ergeben sich Kostenvorteile gegenüber dem klassischen Vertrieb, bei dem man zusätzliche Verkaufsflächen anmieten muss. Auch neue Zielgruppen, die zum Beispiel ausschließlich online zu erreichen sind, können durch den neuen Vertriebskanal erschlossen werden.

Was sind die aktuellen Trends im Online-Bereich?

Die digitalen Welten bieten neue Werbe- und Kontaktmöglichkeiten. So können Unternehmer ihre Werbebotschaft direkt an ihre Zielgruppe adressieren und holen umgehend Feedback zum Angebot ein. Dafür eignen sich zum Beispiel Blogs. Unternehmer bieten ihrer Zielgruppe nutzenorientierte Informationen und themenverwandte Inhalte, um das Vertrauen des Kunden zu stärken und ihn an sich zu binden. Die Kundenerwartungen verändern sich laufend und eröffnen zugleich neue Chancen. Der aktuelle Trend geht in Richtung Content Marketing, bei dem eine Webseite kontinuierlich betreut und mit neuen Inhalten angereichert wird.

Unter Content Marketing fällt zum Beispiel ein Unternehmensblog, Onlinemagazin und Social Media wie Facebook, LinkedIn und Instagram. Auch hier ist es wichtig, aktuell zu bleiben und mit Inhalten zu arbeiten, die den Kunden interessieren.

Sind Social-Media-Kanäle nicht eher für den Privatkundenbereich interessant?

Nein, gar nicht. Mit Social Media kann

sich das Unternehmen von einer persönlichen Seite zeigen und einen direkten Einblick geben. Der User gibt zudem viel mehr Informationen von sich preis, dadurch können Kundenbedürfnisse besser erkannt und erfüllt werden. Auch das Einholen von Feedback erfolgt schneller. Viele Unternehmen haben dabei Angst vor negativem Feedback, vergessen aber, dass ein guter Umgang mit Kritik ein Zeichen von Professionalität ist. Bei sozialen Medien ist nicht die Frage, ob man sie nutzt, sondern das WIE ist wichtig, um erfolgreich zu sein. :



**ING. ALEXANDER GRAF,
M.SC.**

ist Inhaber der Agentur Alexander Graf Consulting. Durch seine langjährige Erfahrung im Marketing und Sales unterstützt er diverse Kunden erfolgreich. Von der Gründung und Zielgruppenanalyse bis zur laufenden Marktbearbeitung und einem Erfolg bringenden Onlineauftritt.

**office@ag-consulting.at
www.ag-consulting.at**

SUMMARY

Gehen Sie gestärkt aus der Krise

So schwierig die aktuelle Situation auch ist – wird sie richtig genutzt, kann sie eine große Chance für die Zeit während und nach der Krise sein. Bleiben Sie also in den Köpfen der Menschen präsent und stärken Sie Ihre Onlinepräsenz. Egal, ob Sie Ihre bestehende Webseite optimieren möchten oder noch gar nicht im Netz vertreten sind: Jetzt ist es höchste Zeit, Ihre Handelsagentur an die fortschreitende Digitalisierung und an die sich verändernden Umstände in der aktuellen Krise anzupassen. Ihre Onlinepräsenz wird Ihnen in jedem Fall Vorteile bringen und sollte gerade jetzt nicht unterschätzt werden.