

Abstract

Titel: **Konzept für die inhaltliche Optimierung und verbesserte Vermarktung der Website einer im Konsumgüterbereich tätigen Firma**

Kurzzusammenfassung: Wie kann ein Unternehmen oder eine Marke im Konsumgüterbereich viele Besuchende auf eine Website locken und diese zu einer langen Verweildauer animieren? In Zeiten des Informationsüberflusses und einer enormen Konkurrenzsituation im World Wide Web sind unzählige Schlüsselfaktoren zu beachten, um Interessierten ein akkurates Angebot zu präsentieren. Einerseits gilt es, Aufbau und Inhalt so attraktiv und benutzerfreundlich wie möglich zu gestalten und andererseits muss die Website letztlich entsprechend kommuniziert werden, damit Konsumentinnen und Konsumenten auch auf diese aufmerksam werden.

Autor: Sven Hauser

Herausgeberin: Mag.rer.soc.oec. Sigrid Hofer

Publikationsformat: BATH
 MATH
 Semesterarbeit
 Forschungsbericht
 Anderes

Veröffentlichung: 2010

Sprache: Deutsch

Zitation: Hauser, S. (2010). Konzept für die inhaltliche Optimierung und verbesserte Vermarktung der X Website. FHS St.Gallen – Fachhochschule St.Gallen: Bachelor Thesis.

Schlagwörter (Tags): Marketing, Wirtschaftsinformatik

Ausgangslage, Ziel, Vorgehen, Erkenntnisse, Literaturquellen

Ausgangslage:

Im Herbst 2009 wurde für eine im Schweizer Nahrungsmittelsektor agierende Marke die neue Website aufgeschaltet. Nach sechs monatiger Laufzeit und ersten Analysen musste die zuständige Stelle feststellen, dass die gesetzten Ziele im Bereich Besucherfrequenz und Verweildauer nicht erreicht wurden. Diese Erkenntnisse veranlassten das Unternehmen, Angebot und Vermarktung des Internetauftritts nochmals zu überarbeiten.

Ziele:

Anhand dieser Bachelor Thesis soll aufgezeigt werden, wo Verbesserungspotenzial im Aufbau der Website und deren Inhalt besteht. Zudem sind neue oder optimalere Vermarktungsmöglichkeiten zu präsentieren.

Methodik:

Als Basis fungieren die Soll-Analyse und die daraus entstandenen Schlüsselfaktoren. In dieser werden theoretische Grundlagen und Normen präsentiert, die eine Website erfüllen sollte. Als Ergänzung zeigt eine kurze Benchmark-Analyse, wo andere Mitbewerber/innen in diesem Bereich möglicherweise besser agieren. Die Ist-Analyse, die den aktuellen Auftritt beurteilt, und zwei Marktforschungen bei Userinnen und Usern sowie bei der Nicht-Userschaft, bilden anschliessend die Basis für die nachstehenden Erkenntnisse.

Erkenntnisse:

Aufbau einer Website:

Bei der Betrachtung des Webseiten-Aufbaus ist der Benutzerfreundlichkeit höchste Priorität zuzusprechen. Dazu gehören eine schnelle Ladezeit, eine übersichtliche Informationsorganisation sowie eine gute Navigation, die in logische Einheiten und sinnvollen Hierarchien zusammengefasst ist. Die visuelle Darstellung ist ein weiterer wichtiger Kritikpunkt, denn die Wahl von Schriftfarbe, -grösse und Kontrast beeinträchtigen die Leserfreundlichkeit massgeblich, insbesondere auf der Startseite der Website.

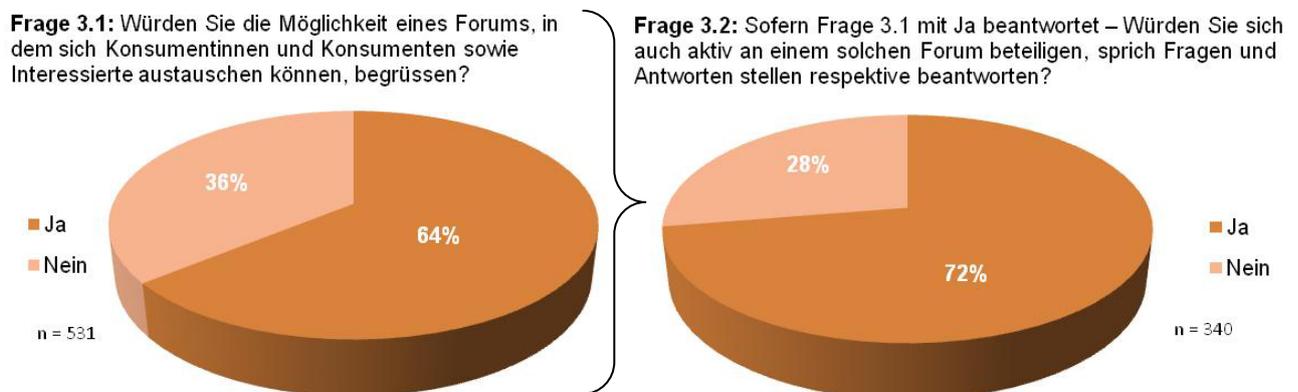
Das auftraggebende Unternehmen hat einen sehr durchdachten und guten Aufbau für den Internetauftritt gewählt und es sind nur wenige Mängel anzumerken. Dies sind namentlich:

- ∂ Suchfunktionen in sämtlichen Bereichen der Website ermöglichen. User/innen erwarten ein schnelles Auffinden von Informationen.
- ∂ Anpassung der Schriftgrösse und Eingrenzung der Zeilenlänge bei umfangreichen Absätzen, um Leserlichkeit sicherzustellen.
- ∂ Verlinkung des Website-Logos mit der Homepage

Inhalte einer Website:

Das inhaltliche Angebot der Website sollte vielfältig und zu wiederkehrenden Besuchen führen. Bis zu diesem Zeitpunkt ist das Angebot der analysierten Website noch ziemlich schmal und beschränkt im Vergleich zu den analysierten Benchmarks. Der Fokus liegt auf einigen wenigen Kern-Services. Aus diesem Grund besteht hier noch viel Potenzial um vor allem zukünftig neue Besuche sicherzustellen und die Userschaft nicht mit standardisiertem Content zu langweilen. Folgende Empfehlungen können zum Inhalt der Website gemacht werden:

- ∂ Anhand der Marktforschungen bei den aktuellen Benutzenden der Website konnten die Attraktivität und das Potenzial eines **Diskussions-Forums** untermauert werden. Folgende Abbildung fasst die erhaltenen Erkenntnisse zusammen:



Quelle: eigene Darstellung

Diese Fakten zeigen auf, dass ein Forum von Besucher/innen durchaus erwünscht ist. Diese Option würde bei richtiger Bewirtschaftung die Anziehungskraft der Website enorm steigern.

- ∂ Des Weiteren wünschen sich die Teilnehmenden der Marktforschung einen **Online-Shop** auf der Website. 75 % der befragten Personen stehen dieser Möglichkeit sehr positiv gegenüber.
- ∂ Die dritte Empfehlung im Bereich Website-Inhalt bezieht sich auf den **Online-Newsletter**, den das Unternehmen interessierten Individuen offeriert. Dies ist ein wichtiges und sehr gutes Medium, um Empfängerinnen und Empfänger in regelmäßigen Abständen auf die Website aufmerksam zu machen. Empfehlenswert ist ein reichhaltiger Newsletter, der die Adressierten zu vermehrten Website-Besuchen verleitet.

Vermarktung der Website:

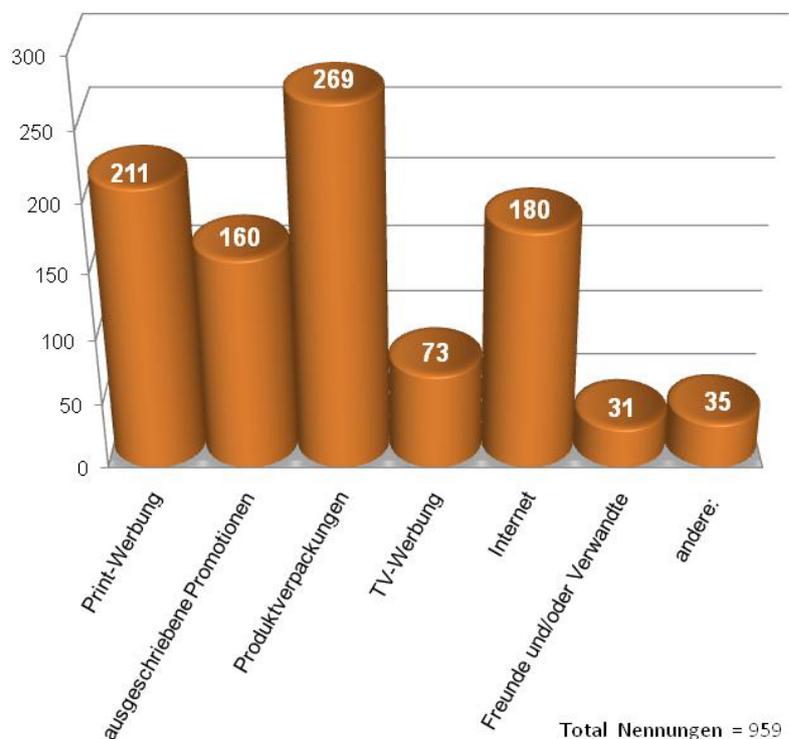
Um Empfehlungen über die Vermarktung der Website auszuarbeiten, sind in erster Linie die aktuellen Kommunikationskanäle zu betrachten sowie die Art und Weise zu analysieren, wie Besuchende bis anhin auf die Website aufmerksam geworden sind. Erstgenanntes erfüllt das Unternehmen sehr gut, indem ein Hinweis auf den Internetauftritt in den meisten physischen Medien enthalten ist. Einzig im Online-Bereich, besonders in den äusserst wichtigen Suchmaschinen, ist die Website momentan noch eher schlecht vertreten.

Diese Erkenntnisse widerspiegeln sich auch in der folgenden Abbildung der Marktforschung bei den User/innen. Folgendes empfiehlt sich daher für die zukünftige Vermarktung:

∂ Da **Suchmaschinen-optimierung** der verhältnismässig preiswerteste Weg ist, um die Internetnutzerschaft auf die eigene Website aufmerksam zu machen, sollte das Unternehmen seinen Online-Auftritt optimaler auf Suchmaschinen wie Google ausrichten. Mit Verbesserungen und einer entsprechenden Besserpositionierung, kann die Besucherfrequenz enorm gesteigert werden.

∂ Ein Grossteil der befragten Personen kam durch herkömmliche Kommunikationsmedien mit der Internetseite in Kontakt. Daher empfiehlt es sich hier, einen kreativeren Auftritt zu wählen anstatt lediglich einen Hinweis auf die Website zu publizieren. Eine Möglichkeit, um den Wiedererkennungseffekt zu steigern, wäre ein **Website-Logo**.

Frage 1.5: Wie wurden Sie auf die Website aufmerksam?
(mehrere Antworten möglich)



Andere: Zeitschriften, E-Mail, Wettbewerb, Google, Newsletter

Quelle: eigene Darstellung

Anhand der erhaltenen Erkenntnisse und dargelegten Empfehlungen sollte es gelingen, eine höhere Besucherfrequenz und eine längere Verweildauer auf der Website zu generieren.