

---

Schluss mit 08/15-Websites – so bringen  
Sie Ihr Online-Marketing auf Erfolgskurs

---

Bastian Sens

# Schluss mit 08/15-Websites – so bringen Sie Ihr Online-Marketing auf Erfolgskurs

79 Tipps für Ihren Online-Auftritt



Springer Gabler

Bastian Sens  
Sensational Marketing  
Leverkusen, Nordrhein-Westfalen  
Deutschland

ISBN 978-3-658-16495-9                      ISBN 978-3-658-16496-6 (eBook)  
DOI 10.1007/978-3-658-16496-6

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2017

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Gabler ist Teil von Springer Nature

Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

---

## Stimmen zum Buch



Die Hirnforschung zeigt: Nur Emotionen schaffen im (Kunden-)Gehirn Wert und Bedeutung. Doch wie setzt man diese Erkenntnisse konsequent ins Online-Marketing und bei der Gestaltung seiner Website um? Inzwischen gibt es eine Reihe von Büchern, die sich mit einzelnen Aspekten der emotionalen Website-Gestaltung beschäftigen. Es gibt aber kein Buch, das konsequent alle Erfolg versprechenden Optimierungsmöglichkeiten praxisnah und leicht lesbar aufzeigt. Mit dem vorliegenden Buch von Bastian Sens wird diese Lücke geschlossen. Ich selbst habe es mit großem Erkenntnisgewinn gelesen – ich bin sicher, dass Sie liebe Leserin und lieber Leser, die gleiche Freude wie ich daran haben werden.

Dr. Hans-Georg Häusel  
Hirnforscher und Neuromarketing-Experte



Die Website eines Unternehmens sollte heute mehr sein als eine digitale Visitenkarte, die der Vermittlung von Informationen dient: Bestenfalls erwacht auf einer Website die eigene Marke zum Leben. Informationen und Emotionen spielen zusammen. Interaktion entsteht. Die Köpfe, die Bäuche und die Herzen der Besucher werden aktiviert. Alles verschmilzt zu einer ganzheitlichen User Experience. Es bleibt: ein Gefühl von Zufriedenheit, das Besucher nachhaltig mit der Marke verbinden. Wer eine Website gestaltet, gestaltet ebendieses Gefühl. Deswegen empfiehlt es sich, von allzu aufdringlichen Ich-Botschaften abzusehen – und stattdessen konsequent die Bedürfnisse und Interessen potenzieller Kunden in den Fokus zu rücken – dies tut Bastian Sens mit seinem Buch in anschaulicher Weise!

Prof. Dr. Hanns-Ferdinand Müller  
Vorstand FORIS AG

---

## Vorwort

„Prima, jetzt sind wir in Google ganz oben, bekommen aber trotzdem keine Neukunden über unsere Website.“ Diese Klage habe ich schon oft gehört, und aus ihr entstand die Idee für dieses Buch. Sie können es sich leicht machen und sagen: „Online-Marketing funktioniert in unserem Unternehmen nicht.“ Eine Lösung ist das aber nicht. Denn es ist nun einmal eine Tatsache, dass unsere Gesellschaft immer digitaler wird und sich immer rasanter wandelt. Für Unternehmer kann die Frage also nicht heißen: Soll ich Online-Marketing machen? Sie muss vielmehr lauten: „Wie kann ich meine Website so gestalten und nutzen, dass mein Unternehmen mit Online-Marketing dauerhaft erfolgreich ist?“ Einige der vielen Möglichkeiten, um das zu erreichen, finden Sie in diesem Buch.

---

### Die Verzweiflung wächst

Bis Ende 2015 wurden weltweit rund 271 Mio. Internetdomains registriert. Allein in Deutschland waren es 16 Mio. .de-Domains. Sämtliche Website-Betreiber wünschen sich, dass ihre Mühe anerkannt wird – in Form von interessierten Lesern, Käufern, Prominenz etc. Das Problem: Alle schreien nach Aufmerksamkeit und buhlen um den Nutzer: „Jetzt kaufen“, „Jetzt informieren“. Und der User denkt: „Jetzt bloß nicht den Überblick verlieren ...“ Als Nutzer, Leser und potenzielle Kunden fühlen wir uns dabei oft überfordert und nicht selten genervt. „Nein! Ich kaufe jetzt NICHT bei dir, auch wenn du mir noch ein weiteres Pop-up einblendest, sobald ich deine Website verlassen möchte.“ Die Emotionen kochen hoch – sicherlich auch auf Unternehmenseite, denn das Pop-up ist eine der letzten Verzweiflungstaten, um den Besucher daran zu hindern, die eigene Website zu verlassen und vielleicht zur Konkurrenz zu wandern. Online-Marketing soll es richten, aber die Kosten, so hat es jedenfalls den Anschein, steigen immer

weiter, der Markt ist heiß umkämpft, eine digitale Innovation jagt die nächste, und ständig kommen neue Wettbewerber hinzu. Es scheint ein Wettlauf gegen Zeit und Technik zu sein, bei dem man stets befürchten muss, den Anschluss an die Spitzenreiter zu verlieren. Was tun?

---

## Der Ausweg

„Marketing ist zum Kampf um die Aufmerksamkeit geworden, zum Wettstreit um den ‚Logenplatz‘ im Kopf des Kunden“, schreibt der Unternehmer und Autor Hermann Wala in seinem Bestseller „Meine Marke“ auf Seite 52. Was Unternehmen also heute mehr denn je brauchen, ist eine unverwechselbare Identität. Ein unternehmerisches Persönlichkeitsprofil, das sich selbst trägt und zu dem alle Maßnahmen – ob im Online-Marketing, in der Öffentlichkeitsarbeit oder im Umgang mit Kunden und Geschäftspartnern – übereinstimmend beitragen. Ein positiv besetztes Unternehmensbild, das haften bleibt, schlüssig ist und Ihnen dazu verhilft, Ihre Produkte und Dienstleistungen unaufdringlich, dafür aber mit Sinn und Nutzen an Ihre Kunden zu bringen.

Ohne Anspruch auf Vollständigkeit habe ich in diesem Buch 79 Tipps für Ihr Online-Marketing zusammengetragen. Es handelt sich um praktische Tools, die Sie immer wieder nachlesen und anwenden können, und die Ihnen helfen sollen,

- aus Website-Besuchern mehr Neukunden zu generieren,
- Kunden emotional an Ihr Unternehmen zu binden,
- Sicherheit bei der Auswahl Ihrer Online-Marketing-Maßnahmen zu gewinnen und
- ein effektiveres Online-Marketing auf und durch Ihre Website zu betreiben.

Suchen Sie sich die für Sie interessanten und passenden Tipps heraus. Geben Sie aber auch einmal den eher „unkonventionell“ erscheinenden Methoden eine Chance und testen Sie deren Wirkung. In diesem Buch lernen Sie, wie Sie schnell und einfach solche Tests durchführen können.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen und vor allem Mut und Energie bei der Umsetzung.

Ihr  
Bastian Sens

P.S.: Auf meiner Website [bastiansens.de](http://bastiansens.de) erhalten Sie weitere erfolgreiche Praxisbeispiele und E-Books, die Ihnen für Ihre Website-Optimierung hilfreich sind.

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>Geben Sie Ihrer Website einen Charakter</b> . . . . .	1
Tipp 1: Verwenden Sie keine lizenzfreien Bilder . . . . .	1
Tipp 2: Individualisieren Sie Ihre 404-Fehlerseite . . . . .	2
Tipp 3: Drehen Sie Firmenvideos mit Emotionen . . . . .	4
Tipp 4: Erzählen Sie Ihre Gründungsgeschichte. . . . .	5
Tipp 5: Nutzen Sie eigene Texte . . . . .	6
Tipp 6: Beschreiben Sie Bewerbern die Vorteile einer Mitarbeit in Ihrem Unternehmen . . . . .	7
Tipp 7: Zeigen Sie Ihre Mitarbeiter . . . . .	9
Tipp 8: Gewähren Sie einen Blick hinter die Kulissen. . . . .	10
Tipp 9: Betreiben Sie eine gute Karriereseite . . . . .	11
Tipp 10: Passen Sie Ihre Website der Saison an . . . . .	14
Tipp 11: Verwenden Sie passende Gimmicks. . . . .	15
Tipp 12: Nutzen Sie einen eindeutigen und einzigartigen Domainnamen . . . . .	17
Tipp 13: Gestalten Sie Ihre individuelle Danke-Seite. . . . .	19
Tipp 14: Zeigen Sie sich auf Portraits offen und freundlich. . . . .	21
Tipp 15: Werden Sie zum Gesicht Ihres Unternehmens . . . . .	21
Tipp 16: Kommunizieren Sie in Echtzeit per Live-Chat. . . . .	23
Tipp 17: Machen Sie Ihren Blog persönlich . . . . .	25
Tipp 18: Nutzen Sie FAQ zum Vorteil Ihrer Kunden – und zu Ihrem eigenen . . . . .	27
Tipp 19: Erzählen Sie eine Geschichte: Fallstudien von Kunden. . . . .	29
Literatur. . . . .	31



<b>Gewinnen Sie mehr Neukunden</b> .....	33
Tipp 20: Machen Sie's kurz – drei Sekunden für Ihr Angebot .....	33
Tipp 21: Die Startseite ist Ihr Schaufenster .....	34
Tipp 22: Wählen Sie aussagekräftige Hauptüberschriften .....	36
Tipp 23: Ihr guter Ruf – Sorgen Sie für einen positiven Eindruck .....	38
Tipp 24: Optimieren Sie Ihre Website-Navigation .....	39
Tipp 25: Betreiben Sie fokussiertes Content-Marketing – mit der SMILE-ECM®-Strategie. ....	41
Tipp 26: Win-win-Tausch! E-Book gegen ... ..	44
Tipp 27: Bloggen Sie – aber richtig! .....	45
Tipp 28: Schreiben Sie fesselnde Texte – für Ihre Zielgruppe! .....	47
Tipp 29: Stellen Sie um auf mobilfreundliches Design .....	49
Tipp 30: Eine runde Sache – Nutzen Sie den Footer Ihrer Website .....	51
Tipp 31: Entrümpeln Sie Ihre Website .....	52
Tipp 32: Die perfekte Landing Page für Ihre Google-AdWords-Anzeigen .....	54
Tipp 33: Analysieren Sie Ihre Website per Mouse-Tracking .....	56
Tipp 34: Führen Sie A/B-Tests auf Ihrer Website durch .....	58
Tipp 35: Nutzen Sie ein SSL-Zertifikat .....	60
Tipp 36: Machen Sie Ihre Website schneller .....	62
Tipp 37: Finden Sie externe Kopien Ihrer Texte .....	63
Tipp 38: Specken Sie Ihre Formulare ab .....	64
Tipp 39: Nutzen Sie Call-to-Action-Buttons .....	66
Tipp 40: Führen Sie Website-Umfragen durch .....	67
Tipp 41: Nutzen Sie ein Kundenbewertungstool .....	70
Tipp 42: Fügen Sie persönliche Bewertungen auf Ihrer Website ein .....	73
Tipp 43: Zeigen Sie Ihre Auszeichnungen .....	75
Tipp 44: Social Proof – Hier ist was los! .....	77
Tipp 45: Erstellen Sie ein ausführliches Glossar .....	79
Literatur .....	81
<b>Legen Sie eine klare Online-Marketing-Strategie fest</b> .....	83
Tipp 46: Definieren Sie Ziele für Ihre Website .....	83
Tipp 47: Definieren Sie Personae .....	84
Tipp 48: Besser verkaufen mit der Limbic Map® .....	86
Tipp 49: Handeln Sie nach dem AIDAL-Modell .....	88
Tipp 50: Werden Sie zu einer Marke .....	91
Tipp 51: Schaffen Sie Vertrauen mit dem Stufen-Modell .....	93
Tipp 52: Seien Sie online präsent – aber nur gezielt .....	95
Literatur .....	97

---

<b>Optimieren Sie mit Google Analytics</b> . . . . .	99
Tipp 53: Analysieren Sie Ihre Besucher mit Google Analytics . . . . .	99
Tipp 54: Setzen Sie Google Analytics rechtskonform ein . . . . .	101
Tipp 55: Implementieren Sie Ihre Website-Ziele in Google Analytics . . . . .	104
Tipp 56: Prüfen Sie, ob Branchenbucheinträge für Sie rentabel sind. . . . .	105
Tipp 57: Identifizieren Sie Keywords, die Ihnen nichts bringen. . . . .	107
Tipp 58: Finden Sie potenzielle Kunden in Google Analytics . . . . .	108
Tipp 59: Lassen Sie sich nicht von den Absprungraten in Google Analytics täuschen. . . . .	110
Tipp 60: Nutzen Sie das Chrome-Add-on „Page Analytics (by Google)“. . . . .	113
Tipp 61: Installieren Sie das Deaktivierungs-Add-on von Google Analytics . . . . .	114
Tipp 62: Analysieren Sie Ihre Website – mit der Google Search Console. . . . .	115
Literatur. . . . .	118
 <b>Verwenden Sie diese nützlichen Tools</b> . . . . .	119
Tipp 63: Nutzen Sie Google Alerts. . . . .	119
Tipp 64: Überwachen Sie Ihre Website und die Ihrer Wettbewerber . . . . .	121
Tipp 65: Überwachen Sie Ihren Server. . . . .	122
Tipp 66: Nutzen Sie den Google Tag Manager. . . . .	123
Tipp 67: Finden Sie neue Content-Ideen mit Buzzsumo . . . . .	125
Tipp 68: Nutzen Sie die SEO-Tools OnPage.org und Sistrix – kostenlos . . . . .	127
Tipp 69: Entdecken Sie Suchwörter-Trends in Google. . . . .	128
Tipp 70: Installieren Sie diese WordPress SEO-Plug-ins . . . . .	130
Tipp 71: Verkleinern Sie Bilder fürs Web. . . . .	131
Tipp 72: Verkleinern Sie PDF-Dokumente fürs Web . . . . .	133
Tipp 73: Verwenden Sie Google-relevante Signalwörter . . . . .	134
Tipp 74: Verwenden Sie spezielle URL-Shortener für ein besseres Tracking . . . . .	136
Tipp 75: Wenn Sie es genau wissen wollen – Profi-SEO-Tools . . . . .	138
Tipp 76: Recherchieren Sie lukrative Keywords für Ihre SEO. . . . .	139
Tipp 77: Messen Sie Ihre Telefonanrufe. . . . .	142
Tipp 78: Erleichtern Sie sich die Arbeit mit diesen Social-Media-Tools . . . .	144
Tipp 79: Automatisieren Sie Teile Ihres Online-Marketings . . . . .	146
Literatur. . . . .	148

---

## Über den Autor



Mein Name ist Bastian Sens und bin in einer „Getränkefamilie“ groß geworden: Meine Großeltern, Eltern und Tanten hatten alle jeweils einen Getränkeladen. Während meines Studiums und meiner Diplomarbeit zum Thema Suchmaschinenoptimierung habe ich die entsprechende Website erstellt und für Google optimiert. Doch obwohl wir stets auf der ersten Position in Google standen, fehlten letztlich die Kunden, und alle Getränkeläden mussten mit der Zeit schließen. Diese Erfahrung hat mich nachhaltig geprägt und verfolgt mich bis heute: Seit 2010 bin ich mit Sensational Marketing selbstständig. Meine sieben Mitarbeiter und ich sorgen dafür, dass unsere Kunden, wie zum Beispiel n-tv, 11Freunde und weitere mittelständische Unternehmen, in Google gut gefunden werden. Ich gebe Seminare, führe Workshops durch und leite das Unternehmen auf strategischer Ebene.

Mit der Zeit erkenne ich immer mehr das Problem meiner Kunden: Der Konkurrenzdruck wird stärker, die Zeit der Unternehmer und Mitarbeiter knapper, der „Urwald“ möglicher Werbemaßnahmen im Web undurchsichtiger. Die kleinen und mittelständischen Unternehmen benötigen handfeste Ratgeber, wie sie ihre eigene Identität ins Internet transportieren können, um sich von der Konkurrenz abzuheben. Auf diese (vermeintlich) einfache Formel gebracht, sind alle Tipps folgerichtig auf ein Ziel ausgerichtet: Dass Unternehmen mehr Neukunden über die eigene Website gewinnen.

Bastian Sens  
Sensational Marketing