

7 Tipps für mehr Besuche auf Ihrer **Webseite**

Sie haben eine Webseite? Dann müssen Sie jetzt Ihre Kunden dazu bringen, diese auch regelmäßig zu besuchen. Versuchen Sie nicht, alle möglichen Besucher mit kostenlosen Spielen zu locken, es sei denn, Nutzer von Computerspielen sind Ihre Zielgruppe. Einzig und allein relevant sind Ihre bestehenden und potenziellen Kunden. Die Informationen auf Ihrer Webseite sollten interessant und ansprechend geschrieben sein. Mit eindeutigen, zielgruppenorientierten Inhalten erhöhen Sie darüber hinaus die Chance, dass potenzielle Besucher über Suchmaschinen auf Ihre Homepage stoßen.

Exklusive Angebote

Veröffentlichen Sie exklusive Angebote über einen beschränkten Zeitraum. Mit Sonderangeboten und Aktionen gewinnen Sie bei Internetnutzern an Aufmerksamkeit. Verwenden Sie kurze Zeiträume, um die Besucher zum Handeln zu animieren – wer drei Monate Zeit zum Überlegen hat, wird am Ende nicht aktiv. Weisen Sie die Nutzer darauf hin, dass die Sonderangebote regelmäßig wechseln, damit sie Ihre Seite immer wieder besuchen. Lassen Sie Ihrer Kreativität freien Lauf. Locken Sie beispielsweise mit einer Gratiszugabe, statt einfach den Preis zu senken.

Aktuelle Informationen

Aktualisieren Sie Ihre Informationen regelmäßig. Denn warum sollte ein Kunde eine Website besuchen, die sich nur selten ändert? Indem Sie die Informationen in regelmäßigen Abständen auf den neuesten Stand bringen, vermitteln Sie ein modernes und innovatives Bild Ihres Verbandes.



Übergeordnete Trends

Machen Sie sich aktuelle Themen und Trends zu Nutze. Die oberste Prämisse der Internetnutzer ist es, schnell und aktuell informiert zu werden. Ein Link von einem brandaktuellen Nachrichtenthema zu Ihrem Verband kann eine wirksame Möglichkeit sein, Besucher auf Ihre Webseite aufmerksam zu machen. Diese Methode wird übrigens auch von vielen PR-Agenturen angewendet. Ein Steuerberaterverband könnte beispielsweise auf der Internetseite darüber berichten, wie sich ein neues Steuergesetz für die Kunden auswirkt bzw. darauf zu reagieren ist.



E-Mail Verteilerlisten

Nehmen Sie selbst aktiv an E-Mail-Verteilerlisten teil, die Themen abhandeln, die für Ihren Verband relevant sind. Wenn Sie die nötige Zeit haben, ist die aktive Teilnahme an gezielten E-Mail-Verteilerlisten eine gute Möglichkeit, Kontakte zu potenziellen Kunden herzustellen und diese auf Ihren Verband aufmerksam zu machen. Eine E-Mail-Verteilerliste besteht aus einer Gruppe von Abonnenten, die an einem bestimmten Thema interessiert ist und zwischen 10 und 100 E-Mails pro Tag austauscht. Die Teilnahme an E-Mail-Gruppen ist besonders effektiv, wenn Ihr Verband einen Nischenmarkt bedient. Der Verband der ArzthelferInnen könnte beispielsweise einer Verteilerliste für ArzthelferInnen beitreten. So kann Kompetenz beweisen und potenzielle Mitglieder auf seinen Verband aufmerksam machen. Verfassen Sie den Inhalt Ihrer E-Mail aber nicht im Werbestil, sondern binden Sie eine kurze Werbemitteilung in Ihre Signatur ein.

E-Mail Newsletter

Versenden Sie Newsletter per E-Mail. Diese Werbeform ist sehr effektiv. Ihr Ziel sollte dabei nicht sein, so viele Abonnenten wie möglich zu generieren, sondern eine qualitativ hochwertige Liste mit potenziellen Mitgliedern aufzubauen. Halten Sie die Newsletter kurz und informativ, und werben Sie nicht übertrieben für Ihren Verband. Mit Hilfe eines geeigneten Reporting-Tools haben sie Möglichkeiten die Akzeptanz ihrer Inhalte zu messen und stetig zu optimieren.

Wettbewerb/Gewinnspiel

Veranstalten Sie ein Gewinnspiel oder einen Wettbewerb. Dies ist eine hervorragende Möglichkeit, Interesse für Ihre Webseite und für Ihren Verband bei Besuchern zu wecken. Gleichzeitig können Sie sie um Feedback bitten, so dass sich das Gewinnspiel zur Marktforschung verwenden lässt. Die Preise müssen nicht extravagant, aber attraktiv und auf Ihre Zielkunden zugeschnitten sein. Sie können Internetnutzer, die am Gewinnspiel teilnehmen, fragen, ob Sie aktuelle Informationen zu Ihrem Verband zugeschickt haben möchten. Stellen Sie dabei sicher, dass Sie alle gesetzlichen Vorschriften für diese Werbeaktion einhalten.

Kundenbedürfnisse

Informieren Sie sich detailliert über Ihre Kunden/Mitglieder. Die Bedürfnisse und Ziele Ihrer Mitglieder genau zu kennen, ist die beste Voraussetzung für den Erfolg Ihrer Marketingkampagnen. Mit Hilfe von Statistiken und Berichten können Sie das Interesse der Besucher an Ihrer Internetseite bewerten. Statistiken zur Nutzung geben Ihnen Auskunft darüber, wie die Besucher auf Ihre Website aufmerksam werden und was sie auf ihr machen. Sie können ebenso sehen, ob die Internetnutzer schnell die gewünschten Informationen finden oder ob bestimmte Seiten Anlass geben nachzubessern.