

WHITEPAPER

WIE PRÄSENTIERE ICH ERFOLGREICH PRODUKTE IM INTERNET?



# 21 TIPPS FÜR EINE ERFOLGREICHE PRODUKT- PRÄSENTATION IM INTERNET

Die beste Strategie für eine erfolgreiche Präsentation Ihrer Produkte im Internet ist eine konsequente Ausrichtung auf die Bedürfnisse Ihrer Kunden.

Ihre Kunden möchten sich möglichst schnell und umfassend über ein Produkt informieren und sind dabei im Medium Internet nur einen Klick von der Konkurrenz entfernt.

Es liegt daher an Ihnen, die Qualität Ihrer angebotenen Produkte in möglichst kurzer Zeit zu vermitteln und diese auf eine ansprechende und professionelle Weise zu präsentieren.

## **1. Kurze Wege zum Erfolg**

Bieten Sie Ihren Kunden eine möglichst flache Navigationshierarchie mit wenigen Unterpunkten an. So können sich Ihre Kunden schneller und mit weniger Aufwand über die gewünschten Produkte informieren.

## **2. Vom Chaos zur Struktur**

Gliedern Sie Ihre Produkte für Ihre Kunden logisch und nachvollziehbar. Zusammengehörige oder ähnliche Produkte sollte man zur besseren Übersicht in gleiche Kategorien zusammenfassen.

## **3. Bilder sagen mehr als 1000 Worte**

Fotos vermitteln schneller und unmittelbarer Informationen, als geschriebener Text. Verwenden Sie professionelle und hochwertige Produktfotos von Ihren Produkten.

FÜR IHRE KUNDEN



#### **4. Schneller Einstieg in die Materie**

Eine kurze inhaltliche Zusammenfassung (s.g. „Teaser“) am Anfang einer Produktseite bündelt wichtige Informationen über das Produkt und macht Ihre Kunden neugierig auf weiterführende Informationen.

#### **5. Echte Mehrwerte zählen**

Bieten Sie Ihren Kunden zusätzliche Produktinformationen zum Download in Form von PDF's oder multimedialen Inhalten an. Ihre Kunden werden sich über diese Mehrwerte freuen und Ihre Webseite gerne öfters besuchen.

#### **6. Aktionen sind gefragt**

Fordern Sie Ihre Kunden innerhalb Ihrer Webseite aktiv zum Handeln auf. Bestätigen Sie eventuell getroffene Entscheidungen, regen Sie zu einer Kontaktaufnahme mit Ihrem Unternehmen an und leiten Sie damit den Verkauf Ihrer Produkte ein.

#### **7. Das Ergebnis zählt**

Verkaufen Sie produzierende Maschinen? Zeigen Sie das Endprodukt! Selbst den Zwischenhändler interessiert letztendlich nicht die Maschine, die er kauft, sondern das Endprodukt, welches diese erzeugen kann.



Ein weiterer nicht zu vernachlässigender Faktor für eine erfolgreiche Online-Präsentation Ihrer Produkte liegt in Ihrem Unternehmen selbst.

Die Präsentation Ihrer Produkte kann nur dann erfolgreich sein, wenn die Inhalte Ihrer Webseite durch Sie bzw. Ihre Mitarbeiter möglichst effizient und ressourcenschonend korrekt und aktuell gehalten werden können.

#### **8. Keep it simple**

Setzen Sie ein Content Management System (CMS) ein, das webbasiert und vor allem einfach zu bedienen ist. Somit können Sie Produktseiten effektiver und ortsungebunden pflegen, und haben gleichzeitig einen geringeren Schulungsaufwand.

#### **9. Bildbearbeitung à la CMS**

Sie sollten ein CMS bevorzugen, das Ihnen Produktabbildungen automatisch auf die richtige Größe skaliert, die Auflösung anpasst und eigene Vorschaubilder erstellt. Teure und zeitraubende Bildbearbeitung für Produktfotos bleibt Ihnen somit erspart.

#### **10. Form follows function**

Verwenden Sie so genannte Layout-Schablonen, die die korrekte Formatierung und das vorgegebene Layout Ihrer Texte automatisch übernehmen. So können Sie sich ganz auf den Inhalt Ihrer Produktbeschreibungen konzentrieren.

FÜR IHR UNTERNEHMEN



### **11. Standards sind Standard**

Open-Source-CMS bieten Ihnen mehrere Vorteile. Sie sind standardisiert, im Betrieb kostenlos und es gibt eine große Anzahl an fertigen Modulen. Nutzen Sie diese Vorteile, arbeiten Sie kosteneffizient und unabhängig von Agenturen.

### **12. Safety first**

Nehmen Sie die Sicherheit Ihrer Daten ernst. Sowohl der Schutz des CMS gegen Angriffe von außen als auch gegen Fehlbedienung (z.B. versehentliches Löschen) sollte durch ein sicheres System und automatisierte Datensicherungen gewährleistet sein.

### **13. Die Zukunft im Blick**

Bestenfalls sollten Sie ein erweiterbares CMS einsetzen, dass auch Ihren zukünftigen Anforderungen gerecht wird bzw. bei Änderungen in Ihrer Produktpalette zu überschaubaren Kosten angepasst werden kann.

### **14. Volle Kontrolle**

Beobachten Sie das Verhalten Ihrer Webseiten-Besucher und erkennen Sie so Stärken und Schwächen Ihrer Webseite bzw. aktuelle Besuchertrends. Das kostenlose Analyse-Tool „Google Analytics“ wird Sie dabei unterstützen.



Die meisten Ihrer Kunden geben die Adresse Ihrer Webseite (s.g. URL) nicht direkt ein, sondern finden sie über Suchmaschinen.

Nur mit einer erfolgreichen Positionierung Ihrer Webseite bei relevanten Suchanfragen können Sie Kunden auf Ihre Webseite führen und Ihnen dort Ihre Produkte erfolgreich präsentieren.

Machen Sie es Ihren Kunden mit folgenden Tipps einfacher, Sie zu finden.

### **15. Content is the key**

Bieten Sie ausreichend relevante Informationen über Ihre Produkte an. Diese Vorgehensweise ist besser, als jede nachträgliche Suchmaschinenoptimierung. Nicht nur Ihre Kunden werden es Ihnen danken, gerade Suchmaschinen benötigen Inhalte zum Bewerten Ihrer Webseite.

### **16. Kunden sind Menschen**

Schreiben Sie die Texte und Produktbeschreibungen Ihrer Webseite in erster Linie für Ihre Besucher, erst in zweiter Linie abgestimmt auf Schlüsselwörter für Suchmaschinen (s.g. Keyword-Optimierung).

### **17. Helfen Sie Google**

Verwenden Sie in Fließtexten HTML-Markierungen, um wichtige Inhalte für Suchmaschinen hervorzuheben oder Überschriften zu definieren. So bekommen Ihre Produktbeschreibungen eine höhere Relevanz in Suchergebnissen.

FÜR SUCHMASCHINEN



### **18. Der Erfolg liegt im Detail**

Statten Sie jede Produktseite mit eigenem Seitentitel und individuellen Meta-Tags (nicht sichtbare Seitenbeschreibung und Stichwörter) aus. So werden Ihre Produktseiten relevanter für Suchmaschinen und von Ihren Kunden besser gefunden.

### **19. Pixel lassen sich nicht lesen**

Buttons und Überschriften sollten Sie nicht als Bilder in Ihre Webseite einfügen. Suchmaschinen können den Inhalt von Bildern nicht interpretieren und zusätzlich wird die Barrierefreiheit Ihrer Webseite dadurch negativ beeinflusst.

### **20. Mit Google kann man sprechen**

Gestalten Sie Verlinkungen in Texten möglichst als „sprechende Links“. Formulieren Sie eine Verlinkung zu einer Detailseite zum Beispiel besser „weiterführende Produktinformationen zum Produkt XY“ anstatt „mehr Infos hier“.

### **21. Eine Hand wäscht die andere**

Sorgen Sie für eingehende Links auf Ihre Produktseiten von themenverwandten und seriösen Webseiten (z.B. Partnern oder Kunden). Suchmaschinen bewerten diese Linkpopularität und belohnt Sie mit einer hohen Gewichtung (s.g. PageRank).

# VIEL ERFOLG UND GUTE GESCHÄFTE WÜNSCHEN WIR IHNEN

Wir würden uns freuen, wenn wir mit diesem Whitepaper einen kleinen Beitrag zu einer erfolgreichen Präsentation Ihrer Produkte im Internet leisten konnten.

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Timo Schmidt'. The signature is fluid and cursive, with a long horizontal stroke extending to the right.

Timo Schmidt  
Dipl. Media System Designer

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Marco Frank'. The signature is stylized and cursive, with a prominent loop at the top.

Marco Frank  
Dipl. Media System Designer

ROBERT-BOSCH-STRASSE 7  
64293 DARMSTADT/GERMANY  
TEL +49 (0) 6151 - 39 21 79 10  
FAX +49 (0) 6151 - 39 21 79 19  
[WWW.OMOO.DE](http://WWW.OMOO.DE)