

7 Tipps für eine kundenorientierte Website

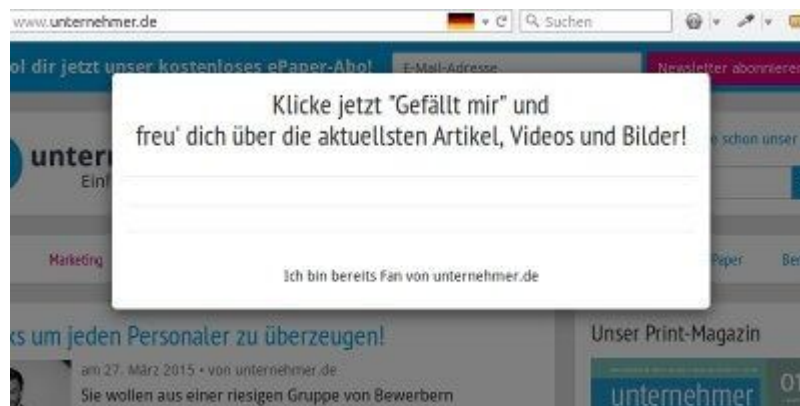
Kundenerwartungen im Fokus

Ob Sie Produkte oder Dienstleistungen verkaufen, Kundenorientierung gehört sicher zu Ihrem alltäglichen Geschäft. Gilt das auch für Ihren Online-Auftritt? Die folgenden Tipps unterstützen Sie dabei, Ihre Internetpräsenz noch kundenfreundlicher zu gestalten.

Machen Sie Ihre Website für alle zugänglich und räumen Sie Hindernisse aus dem Weg.

Oder würden Sie eine Boutique betreten, die Sie dazu auffordert:

„Bevor Sie eintreten dürfen, sagen Sie doch bitte den Passanten, dass Sie uns gern haben.“



Screenshot vom 29 April 2015.

[unternehmer.de](http://www.undernehmer.de) bittet darum, erst zu liken und dann zu lesen.

=

Gestalten Sie Ihre Website einfach und übersichtlich und geben Sie den Usern Ihrer Website einfache Orientierungshilfen.

Oder gehen Sie gerne in Geschäfte, in denen Sie sich verirren und nicht wieder hinausfinden gemäß der Weisheit:

Eine Zen-Schülerin erkundigt sich bei der Meisterin: „Muss ich mich erst verlaufen, damit ich mein Ziel finden kann?“ Die Meisterin entgegnet darauf: „Seit ich kein Ziel mehr habe, verlaufe ich mich auch nicht mehr!“

Quelle: [Zen im Alltag](#)



Ein Labyrinth kann auch Spaß machen.

Bieten Sie Ihren Kundinnen und Kunden interessante und regelmäßig neue Inhalte an.

Oder besuchen Sie Läden, von denen Ihre Bekannten sagen:

„Hier gibt es immer nur dieselben Sachen, wenn überhaupt. Die kriegen nie was Neues rein.“



Laden leider leer!

Halten Sie Ihre Website auf dem aktuellen Stand der Technik und sorgen Sie für kurze Ladezeiten Ihrer Website.

Oder gehen Sie gerne in Geschäfte, die zu Stoßzeiten immer nur eine Kasse geöffnet haben?

Ein Ruf erschallt: „Können Sie mal eine weitere Kasse öffnen, bitte?!“



Bild: [David Kemp](#)

Besucher einer Website sind selten so geduldig wie britische Buspassagiere.

Nutzen Sie das Design Ihrer Website, um Nutzerführung und Usability zu unterstützen. Achten Sie darauf, dass das Design nicht ungewollt an lang vergangene Zeiten erinnert.

Oder betreten Sie gerne dunkle Läden, von deren Wänden der Putz bröckelt?

„Hola, schön retro hier!“



Bild: [Uwe Kaufmann](#)

Auch wenn Retro "in" ist: Ihre Website sollte nicht veraltet wirken.

Verwenden Sie eine einfache Sprache, halten Sie Texte kurz und vermeiden Sie wo möglich Fachjargon.

Oder mögen Sie Verkaufsgespräche, in den Ihnen Ausprüche um die Ohren gehauen werden, von denen Sie noch nie zuvor gehört haben?

„Unsere Wirkwaren sind biokompatibel nach DIN EN ISO 10993-5, GOTS-zertifiziert und standardmäßig in der Garnstärke 270 Denier, kurz den, oder 300 Dezitex, kurz dTex, zu haben.“



Bild: [Gerhard Lüling](#)

Von oben herab? Bitte keine Fachsimpelei.

Helfen Sie Ihren Kundinnen und Kunden bei der Entscheidung und geben Sie ihnen einfache und logische Handlungsmöglichkeiten.

Oder lieben Sie es, sich allein durch den Dschungel zu schlagen?

„Welche Hose soll ich nun nehmen?“ – „Das müssen Sie schon selbst entscheiden, welche Ihnen besser gefällt, da stecke ich ja nicht drin.“



Bild: [Bundesarchiv B 145 Bild-F088823-0008, Bonn, Kaufhof, Sommerschlussverkauf](#)

Überlebenskampf im Dschungel „Schlussverkauf“.

Was Kundenorientierung bedeutet

Nicht Konkurrenz oder die technologischen Möglichkeiten gelten als Maßstab des eigenen Denkens und Handelns, sondern die Wünsche, Erwartungen und Erfahrungen der (potenziellen) Kundinnen und Kunden. Vorteil: Man wird – wenn dies im Unternehmen gelebt wird – nicht so rasch nachlässig.

Marktführerschaft, wenn sie auf dem Vergleich mit der Konkurrenz basiert, führt oft zu Nachlässigkeit, zu einem Nachlassen in Innovation und Service – man ist ja bereits der Beste! Aber nur gegenüber der Konkurrenz, nicht unbedingt in den Augen der Kundinnen und Kunden.

Kundenerwartungen als Leitlinie

Der Erfolg von Unternehmen wie Google oder Amazon beruht zum großen Teil auf der Ausrichtung des gesamten Unternehmens auf die Zielgruppe. Noch ein Vorteil: Die Wünsche der Kundinnen und Kunden weisen in der Regel eine höhere Stabilität auf als das Verhalten der Konkurrenz oder die technologische Entwicklung.

Was wird sich in den nächsten fünf bis zehn Jahren nicht ändern?
[Jeff Bezos, Amazon-Chef.](#)

Was wollen die Kundinnen und Kunden eigentlich?

Wichtig ist natürlich, dass man weiß, was die Verbraucher wollen. Einige Basics gelten wohl für fast alle Bereiche: Eine gewisse Auswahl an Produkten oder Dienstleistungen, ein als angemessen empfundenes Preis-Leistungs-Verhältnis, ein guter Service und schnelle Bearbeitung von Kundenwünschen.

Google lebt dies – zumindest in den "zehn Grundsätzen" (klingt irgendwie nach 10 Geboten) des Unternehmens – vor.

***1. Der Nutzer steht an erster Stelle, alles Weitere folgt von selbst.** Seit der Unternehmensgründung konzentrieren wir uns bei Google darauf, dem Nutzer eine optimale und einzigartige Erfahrung zu bieten.*
[Aus den zehn Grundsätzen von Google.](#)

Diesen Artikel finden Sie auch auf meiner Website:

<http://www.imarketinx.de/artikel/7-tipps-für-eine-kundenorientierte-website-30-09-2015.html>