

Die Präsenz im World Wide Web (www) kostet Geld, sei es bei der Erstellung oder bei der weiteren Pflege der Internetseiten. Dank eines effizienten Internetauftritts lassen sich nicht nur Produkte und Dienstleistungen einer Firma verkaufen – die Website kann einem Betrieb auch Geld und Zeit einsparen.

Die Firma im Internet

Organisierte Website spart Geld und Zeit

Durch die Integration eines Servicebereichs in die Website kann sich der Besucher selber mit den erforderlichen Informationen bedienen. Anwender können selbständig Gebrauchsanleitungen, Produktblätter, Preislisten, Prospekte, Rezepte, Tipps und Tricks und andere nützliche Dinge herunterladen, die sich digital ablegen lassen. Was der Kunde, respektive der Website-Besucher selbst macht, entlastet gleichzeitig sowohl den Innen- als auch den Aussendienst eines Unternehmens.

Fragen und Antworten

Für die Beantwortung von häufigen Fragen wird auf der Website eine ausführliche FAQ angeboten. FAQ steht für «frequently asked questions» und ist eine Liste mit immer wieder gestellten Fragen und den entsprechenden qualifizierten Antworten. Mit organisierten Antwortsammlungen verringert man den eigenen Arbeitsaufwand. Aber auch für die Fragesteller bieten FAQ mehrere Vorteile: Der Surfer muss kein Kontaktformular ausfüllen, um die gewünschten Informationen zu erhalten.

Lagerkontrolle

Bei Produkten, deren Herstellung länger dauert, kann der Kunde online den Fortschritt seines Auftrags überprüfen. Um den Käufer auf dem Laufenden zu halten, ist oftmals keine teure Software notwendig. Es reicht aus, eine Datenbank, die bestimmte Informationen sowieso schon beinhaltet, den

Kunden unter Inanspruchnahme eines Passworts für einen externen Zugriff, zur Verfügung zu stellen. Kunden können so auch prüfen, ob ein bestimmter Artikel zurzeit verfügbar ist. Diese praktische Dienstleistung wird auch der eigene Aussendienst zu schätzen wissen.

E-Mail-Antwortsystem

Ferner kann man den Besuchern so genannte Autoresponder zur Verfügung stellen. Ein Autoresponder ist ein automatisiertes E-Mail-Antwortsystem. Hierzu wird ein beliebiger Text mit einer E-Mail-Adresse verknüpft. Wenn an diese Adresse eine E-Mail geschickt wird, antwortet der Autoresponder und sendet den angeforderten Text sofort an den Absender der E-Mail. Ein Hinweis auf den Autoresponder ist an geeigneter Stelle in der Website sowie in E-Mail-Signaturen zu integrieren. E-Mail-Anwender können mit Autorespondern zum Beispiel eine aktuelle Preisliste oder Menüliste herunterladen, ohne dass sie dafür extra eine Website ansurfen müssen.

Stellenangebote

Offene Stellen sollen, sofern möglich, frühzeitig in einer geeigneten Rubrik oder unter «News» publiziert werden. So kann man sich die hohen Inserate- beziehungsweise Personalberaterkosten sparen. Weiterer Vorteil: Das Veröffentlichliche von Stellenanzeigen gibt auch positive Signale nach aussen: Unser Betrieb wächst, trotz schwierigen Zeiten.

Weiterbildung

Um den Support zu entlasten, lassen sich Lernprogramme online stellen. Wiederverkäufer nicht allzu komplexer Produkte können beispielsweise auf diese Art und Weise multimedial auf neue Artikel eingeschult werden. Die Anwendung dieser Produkte und die wichtigen Argumente für die Angebote lassen sich mit Text, Bild, Video und Ton interessant gestalten. Bestenfalls erspart man sich so Investitionen in eigenen Kursräumen oder kann sie gering halten. Selbstverständlich müssen dabei die Finanzierungskosten für die Lernprogramme in diesen Projekten gegeneinander abgewogen werden. Weiter können Videofilme auf der Website etwa den Gebrauch einer Maschine erklären. Besser informierte Kunden vermeiden den exzessiven Gebrauch der Hotline und des teuren Supportteams.

Presse informieren

Wenn man Informationen für die Presse bereithält, lohnt es sich, einen Medienbereich in die Website zu integrieren. Dort können sich Journalisten mit aktuellem Material eindecken: Pressemitteilungen, Informationen über wichtige Termine, Geschäftsberichte, Bilder und Grafiken in diversen Formaten oder auch kleine Videosequenzen. Die Medien werden diese Informationen jedoch nur verwenden, wenn Text und Bild in drucktauglicher Qualität vorhanden ist.

Marktforschung

Eine Website bietet zudem Hilfe, um die wahren Bedürfnisse der Kundschaft zu ergründen. Ein Internetauftritt kann auch für die Markt- und Meinungsforschung verwendet werden. Schnell und kostengünstig können Umfragen durchgeführt werden. Die Fragen lassen sich multimedial ergänzen. Solche Umfragen eignen sich für Abklärungen wie beispielsweise: «Welches Bild gefällt Ihnen besser?» oder «Welche Musik berührt Sie mehr?». Die Webstatistik des Servers, wie es jeder Hosting-Provider anbietet, zeigt

an, welche Seiten (bzw. Produkte) auf das grösste Kundeninteresse stossen. Diese Statistik gibt wertvolle Hinweise, wie Angebote neu gestaltet oder anders vermarktet werden müssen. Mit weiteren Experimenten kann man ermitteln, wie viel ein Produkt oder eine Dienstleistung kosten darf. Wie viel ist ein Kunde bereit, für ein bestimmtes Produkt zu bezahlen? Wo liegt beim Konsumenten die Schmerzgrenze? Wo liegt der optimale Preis?

Stichwort-Suche

Für Websites mit mehr als 50 Seiten wird die Möglichkeit einer Volltextsuche empfohlen. Der Besucher kann anhand eines Suchschlitzes nach einem bestimmten Stichwort auf der Website recherchieren. Die gesuchten Begriffe werden protokolliert und ausgewertet. Unter Umständen zeigen sich Trends, wonach am meisten gesucht wird. Auch diese Informationsbrösel können wertvolle Hinweise vermitteln, welche Produkte mehr in den Mittelpunkt gestellt werden müssen.

Diskussionsforum

Hier zeigt sich, wo den Kunden der Schuh drückt. Auf Grund der Fragestellung erkennt man effizient, welche Produkte und Dienstleistungen in welcher Hinsicht verbessert werden müssen. Das Bereitstellen eines betreuten Diskussionsforums kann noch einen zweiten, positiven Zweck erfüllen: Die Klientel erkennt, dass sich der Lieferant um sie kümmert und ihre Anregungen ernst genommen werden.

Fazit

Es gibt keine einfachere und kostengünstigere Möglichkeit, Marktpartner kurzfristig und umfassend auf dem Laufenden zu halten, als per World Wide Web. Prospekte und weitere Informationen lassen sich als marktconforme PDF-Dateien zur Verfügung stellen. Die Besucher können sich so Tag und Nacht umfassend orientieren, die Dateien herunterladen und in guter Qualität ausdrucken. Das Onlinestellen einer Datei ist x-fach günstiger und schneller, als Farbprospekte zu drucken und zu versenden. Ob dennoch Prospekte auf Papier zur Verfügung gestellt werden müssen, ist von Fall zu Fall abzuklären. ■



Walter B. Walser

Technischer Kaufmann, Inhaber
Walser Organisation
Taschenstrasse 4, 9410 Heiden
Tel. 071 890 01 90
info@task-force.ch
www.task-force.ch