

# ONLINE-PRÄSENZ LEICHT GEMACHT.

*Checkliste für Deine neue Website*

## Das erwartet Dich!

Die ultimative Website-Erstellungs-Checkliste: Erfolgreiche Tipps für eine hochwertige und konversionstarke Website!

Expertenwissen.

### ÜBER UNS.

OUTRANGE Media ist eine inhabergeführte „Agentur“ und nun schon seit 2015 erfolgreich dabei, Marketingträume und Zielvorhaben von Unternehmern in die Realität umzusetzen.

[www.outrange.media](http://www.outrange.media)

### KONTAKT.

+49 3671 5242978

info@outrange.media

[@](#) [f](#) [in](#) /outrangedia

**OUTRANGE**  
**MEDIA**

# MAXI MIGDAL.

---

Maxi, eine versierte Online-Marketing-Expertin, blickt bereits auf eine spannende Laufbahn zurück, in der sie eine Vielzahl von Projekten begleitete und zum Erfolg führte. Ihre Anfänge fand sie im Bereich Performance- und PPC- Marketing, in der sie fundiertes Wissen und praktische Erfahrung sammeln konnte. Mittlerweile decken ihre Fähigkeiten eine breite Palette von Online-Marketing-Funktionen ab, doch ihre größte Leidenschaft ist zweifellos Website- und Online Shop Erstellung.

## Websites & E-Commerce ▼

---

Ihre Fähigkeit, benutzerfreundliche und optisch ansprechende Websites und E-Commerce-Plattformen zu erstellen, hat vielen Marken geholfen, ihr Online-Angebot zu stärken.

Ihre umfassende Erfahrung in verschiedenen Branchen hilft dabei, die vielfältigen Anforderungen und Zielgruppen zu verstehen und maßgeschneiderte Lösungen anzubieten.

## SEO ▼

---

Durch strategische Anpassungen und fortlaufende Überwachung sorgt Markus dafür, dass Websites in den Suchmaschinenrankings ganz oben stehen.

## Performance Marketing ▼

---

Erst durch regelmäßige Analyse und Optimierung kann eine Website oder Shop erfolgreich werden. Maxi weiß, dass dies der Schlüssel zu langfristigem Unternehmenserfolg ist.



## E-Mail Marketing ▼

---

Durch effektive Segmentierung, A/B-Tests und Personalisierung hat Maxi E-Mail-Kampagnen erstellt, die konstant hohe Öffnungs- und Klickraten erzielen.

## Leadgenerierung ▼

---

Mit einem ausgeprägten Verständnis für Verkaufstrichter und Zielgruppenidentifikation hat Maxi effektive Funnel entwickelt, die Interessenten konsequent in qualifizierte Leads verwandeln.

## Facebook Ads ▼

---

Maxi hat eine bewährte Erfolgsbilanz bei der Steigerung der Markensichtbarkeit und Konversionen durch zielgerichtete Facebook-Werbekampagnen.

# Inhalt

---

1. Einleitung	<i>Seite 3</i>
2. Definiere das Ziel Deiner Website	<i>Seite 4-5</i>
3. Zielgruppenanalyse	<i>Seite 6-10</i>
4. Benutzerfreundliches Design	<i>Seite 10</i>
5. Responsives Design	<i>Seite 11-12</i>
6. Content Management System	<i>Seite 12-14</i>
7. Suchmaschinenoptimierung (SEO)	<i>Seite 14-16</i>
8. Call-to-Action (CTA)	<i>Seite 17</i>
9. Kontaktinformationen	<i>Seite 18</i>
10. Ladezeiten optimieren	<i>Seite 18-20</i>
11. Analytik einrichten	<i>Seite 20-21</i>
12. Fazit	<i>Seite 21</i>
<hr/>	
13. Anhang	<i>Seite 22</i>



# ONLINE-PRÄSENZ LEICHT GEMACHT.

*Steigere Deine Online-Präsenz und erreiche somit mühelos Interessenten und Kunden mit unserer umfassenden Website-Erstellungs-Checkliste!*

In der heutigen digitalen Geschäftswelt ist eine gut strukturierte und responsive Website von entscheidender Bedeutung für den Erfolg von Unternehmen. Eine Website ist das digitale Aushängeschild Deines Unternehmens und oft der erste Berührungspunkt zwischen potenziellen Kunden und Deiner Marke. Eine strukturierte Website, die auf die Bedürfnisse Deiner Zielgruppe zugeschnitten ist, schafft Vertrauen und fördert die Interaktion. Sie dient als effektives Werkzeug, um qualifizierte Leads zu generieren, die sich aktiv für Deine Produkte oder Dienstleistungen interessieren.

Mit unserem umfassenden Leitfaden bieten wir Dir klare Schritte und Strategien, um sicherzustellen, dass Deine Website nicht nur beeindruckend aussieht, sondern auch ihre Konversionkraft maximiert.

Verpasse nicht die Gelegenheit, Deine Online-Marketingziele zu erreichen und Deinem Unternehmen den digitalen Vorsprung zu verschaffen, den es verdient. Worauf wartest Du?

**Lass uns loslegen!**

# KAPITEL 1

## Definiere das Ziel Deiner Website.

Bevor Du mit der Erstellung Deiner Website beginnst, ist es entscheidend, die Ziele zu definieren, die Du mit einer Unternehmensseite erreichen willst. Diese Ziele können je nach Art des Unternehmens und seiner Strategie variieren. Es ist wichtig, klare und messbare Ziele zu setzen, um den Erfolg der Website zu verfolgen und zu bewerten. **Hier sind ein paar Beispiele:**

### LEADGENERIERUNG:

Sammeln von qualifizierten Kontakten und potenziellen Kunden, um Verkäufe und Conversions zu steigern.

### PRODUKTVERKAUF:

Direkter Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen über die Website, um den Umsatz zu steigern.

### INFORMATIONSBEREITSTELLUNG:

Bereitstellung von relevanten Informationen über Produkte (DL), Veranstaltungen oder Nachrichten für Kunden und Interessenten.

### MARKENBEKANNTHEIT:

Steigerung der Sichtbarkeit und des Bewusstseins für die Marke, um das Vertrauen der Kunden zu stärken.

### KUNDENBINDUNG:

Schaffung von Inhalten und Ressourcen, um bestehende Kunden zu binden und langfristige Beziehungen aufzubauen.

### KUNDENSERVICE UND SUPPORT:

Bereitstellung von Online-Support, FAQs und Chat-Funktionen, um Kundenfragen zu beantworten und die Kundenzufriedenheit zu steigern.

### DATENANALYSE UND -ERFASSUNG:

Sammlung und Analyse von Daten über das Benutzerverhalten, um die Website und Marketingstrategien zu optimieren.

### E-MAIL MARKETING

Aufbau und Pflege von E-Mail-Listen, um Marketingkampagnen durchzuführen und die Kundenkommunikation zu verbessern.

Die Ziele solltest Du unbedingt nach dem SMART-Konzept formulieren. SMART steht für ein bewährtes Konzept zur Formulierung von Zielen. Sie hilft dabei, Ziele klar, spezifisch, messbar, erreichbar, relevant und zeitlich begrenzt zu gestalten. Hier ist die Bedeutung jedes Teils des SMART-Akronyms:

**S**

**Spezifisch (specific):** Das Ziel sollte klar und präzise formuliert sein. Es sollte keine Zweideutigkeiten oder allgemeine Aussagen enthalten. Spezifische Ziele beantworten die Fragen "Was will ich erreichen?" und "Warum ist das wichtig?"

**M**

**Messbar (measurable):** Es sollte möglich sein, den Fortschritt und den Erfolg des Ziels zu messen. Dies erfordert die Festlegung von konkreten Kennzahlen oder Indikatoren, anhand derer der Fortschritt bewertet werden kann.

**A**

**Erreichbar (achievable):** Das Ziel sollte realistisch und erreichbar sein. Es ist wichtig sicherzustellen, dass die notwendigen Ressourcen, Fähigkeiten und Zeit vorhanden sind, um das Ziel zu erreichen. Übertriebene oder unrealistische Ziele können frustrierend sein.

**R**

**Relevant (relevant):** Das Ziel sollte zur Gesamtstrategie oder den langfristigen Zielen des Unternehmens passen. Es sollte einen klaren Nutzen oder Wert für das Unternehmen haben. Relevante Ziele sind sinnvoll und unterstützen die Unternehmensziele.

**T**

**Zeitlich begrenzt (Time-Bound):** Das Ziel sollte einen klaren Zeitrahmen für seine Erreichung haben. Durch die Festlegung eines Enddatums wird sichergestellt, dass das Ziel innerhalb einer angemessenen Zeitspanne erreicht wird. Dies fördert die Verantwortlichkeit und Motivation.

Die Verwendung des SMART-Prinzips bei der Zielsetzung hilft dabei, Ziele so zu gestalten, dass sie klar verständlich und realistisch sind, während sie gleichzeitig die Einhaltung und Messbarkeit fördern. Dies ist besonders wichtig im Geschäftsumfeld, da klare und messbare Ziele dazu beitragen, die Leistung zu steigern und den Erfolg zu verfolgen.

# KAPITEL 2

## Kenne Deine Zielgruppe

Eine gründliche Zielgruppenanalyse ist unerlässlich und ein entscheidender Schritt bei der Website-Erstellung. Die Analyse stellt sicher, dass Deine Website gezielt auf die Bedürfnisse und Interessen Deiner potenziellen Kunden ausgerichtet ist. Hierbei solltest Du die Bedürfnisse, Interessen und Schmerzpunkte Deiner Zielgruppe identifizieren. Erstelle Personas, um Deine potenziellen Kunden besser zu verstehen. Dies hilft Dir dabei, Inhalte und Design auf die spezifischen Bedürfnisse Deiner Zielgruppe zuzuschneiden.

Wie genau Du eine effiziente Zielgruppenanalyse durchführst, erklären wir Dir hier.

### Schritt 1: Sammle Informationen über deine Zielgruppe ▼

Beginne mit den grundlegenden Informationen wie Alter, Geschlecht, geografischer Standort, Einkommen und Beruf. Diese **demografischen Merkmale** helfen Dir dabei, eine allgemeine Vorstellung von Deiner Zielgruppe zu bekommen.

Betrachte zudem die Lebensweise, Werte, Interessen und Verhaltensweisen Deiner Zielgruppe. **Psychografische Merkmale** können Einblicke in ihre Kaufentscheidungen und Vorlieben bieten.

### Schritt 2: Erstelle Zielgruppen-Personas ▼

Basierend auf den gesammelten Informationen erstellst Du "Personas" oder fiktive Vertreter Deiner Zielgruppe. Gib diesen Personas Namen und gestalte sie mit den gesammelten demografischen und psychografischen Merkmalen. Dies hilft, die Zielgruppe menschlicher und greifbarer zu machen.

Wie das genau geht? **Wir verdeutlichen Dir das Vorgehen beispielhaft für eine Persona für einen Onlineshop, der Kaffee verkauft:**



#### DEMOGRAFISCHE MERKMALE

- ▶ Alter: 35-45 Jahre
- ▶ Geschlecht: Männlich
- ▶ Familienstand: Verheiratet, zwei Kinder
- ▶ Beruf: Marketing Manager in einem mittelständischen Unternehmen
- ▶ Einkommen: Überdurchschnittlich

## PSYCHOGRAFISCHE MERKMALE

**Leidenschaft für Kaffee:** Ken ist ein begeisterter Kaffeeliebhaber und genießt hochwertigen Kaffee zu Hause und im Büro.

**Zeitmangel:** Als berufstätiger Vater ist Ken oft beschäftigt und schätzt die Bequemlichkeit des Online-Shoppings.

**Wert auf Qualität:** Ken legt Wert auf Qualität und achtet auf Herkunft und Röstverfahren des Kaffees.

**Nachhaltigkeit:** Er ist auch umweltbewusst und bevorzugt umweltfreundliche und ethische Kaffeeoptionen.

**Technikaffin:** Ken ist versiert im Online-Shopping und bevorzugt mobile Apps für seinen Einkauf.

## BEDÜRFNISSE UND ZIELE

**Hochwertigen Kaffee:** Ken sucht nach einer breiten Auswahl an hochwertigen Kaffeesorten aus verschiedenen Regionen.

**Bequemlichkeit:** Er möchte Kaffee online bestellen und bequem nach Hause geliefert bekommen, um Zeit zu sparen.

**Umweltfreundlichkeit:** Ken bevorzugt umweltfreundliche Verpackungen und nachhaltig angebauten Kaffee.

**Kaffee-Erlebnis:** Er schätzt Informationen zur Herkunft des Kaffees und Tipps zur Zubereitung.

## PSYCHOGRAFISCHE MERKMALE

- ▶ Ken sucht regelmäßig nach neuen Kaffeesorten und Angeboten online.
- ▶ Er folgt Kaffeeblogs und Social-Media-Seiten, um mehr über Kaffee zu erfahren.
- ▶ Ken nutzt mobile Apps, um Produkte online zu kaufen, und bevorzugt schnelle und unkomplizierte Bestellprozesse.

Die Persona "Kaffeeliebender Ken" repräsentiert einen typischen Kunden für einen Kaffee-Onlineshop. Indem Du diese Persona im Hinterkopf behältst, kannst Du Inhalte, Produkte und Marketingstrategien entwickeln, die auf seine Bedürfnisse und Interessen zugeschnitten sind. Dies trägt dazu bei, die Konversionsrate zu erhöhen und das Online-Kaffeeerlebnis für Kunden wie Ken zu verbessern.

## Schritt 3: Identifiziere Bedürfnisse und Schmerzpunkte



Recherchiere, welche Bedürfnisse, Herausforderungen und Probleme Deine Zielgruppe hat. Überlege, wie Deine Produkte oder Dienstleistungen dazu beitragen können, diese Bedürfnisse zu erfüllen oder diese Probleme zu lösen. An unserer Beispielpersona Ken könnte dies wie folgt aussehen:

## SCHMERZPUNKT 1: ZEITMANGEL

Als vielbeschäftigter Berufstätiger und Vater hat Ken nicht immer Zeit, in Geschäfte zu gehen und nach Kaffee zu suchen. Lange Einkaufsprozesse sind für ihn unpraktisch und frustrierend.

### LÖSUNGSVORSCHLAG ZUR UMSETZUNG DER WEBSITE:

- ▶ **Schneller Checkout:** Biete einen schnellen und unkomplizierten Checkout-Prozess an, der Ken Zeit spart.
- ▶ **Abonnementdienst:** Ermögliche Kaffee-Abonnements, bei denen Ken regelmäßige Lieferungen erhält, ohne jedes Mal erneut bestellen zu müssen.
- ▶ **Mobile App:** Entwickle eine mobile App, die das Einkaufen von unterwegs aus ermöglicht, sodass Ken seinen Kaffee bestellen kann, wann immer es ihm passt.

## SCHMERZPUNKT 2: MANGELNDE AUSWAHL

Wenn Ken keine Vielfalt an Kaffeesorten findet, die seinen Erwartungen entsprechen, fühlt er sich enttäuscht und eingeschränkt in seinen Möglichkeiten.

### LÖSUNGSVORSCHLAG ZUR UMSETZUNG DER WEBSITE:

- ▶ **Große Produktpalette:** Biete eine breite Auswahl an Kaffeesorten aus verschiedenen Regionen und mit verschiedenen Röstungen an.
- ▶ **Kaffeebewertungen:** Integriere Kundenbewertungen und -kommentare, um anderen Kunden bei der Auswahl zu helfen und das Vertrauen in die Qualität des Angebots zu stärken.
- ▶ **Kaffeequiz:** Füge ein interaktives Kaffeequiz hinzu, das auf die Vorlieben und den Geschmack von Ken zugeschnitten ist und personalisierte Empfehlungen bietet.

## SCHMERZPUNKT 3: UMWELTBEDENKEN

Ken macht sich Sorgen um die Umweltauswirkungen seines Konsums. Produkte, die nicht seinen Nachhaltigkeitsstandards entsprechen, verursachen Unzufriedenheit.

### LÖSUNGSVORSCHLAG ZUR UMSETZUNG DER WEBSITE:

- ▶ **Nachhaltige Beschaffung:** Betone die Nachhaltigkeit deiner Produkte, indem du Informationen zur umweltfreundlichen und ethischen Herkunft deines Kaffees bereitstellst.
- ▶ **Umweltfreundliche Verpackung:** Verwende umweltfreundliche Verpackungsmaterialien und betone dies auf der Website.
- ▶ **Spenden und Partnerschaften:** Zeige Engagements für Umweltprojekte und gemeinnützige Partnerschaften, um Ken zu zeigen, dass du Umweltwerte teilst.

### SCHMERZPUNKT 4: MANGEL AN INFORMATIONEN

Wenn Ken keine Informationen über die Herkunft und Qualität des Kaffees erhält, kann dies sein Interesse am Produkt mindern und ihn dazu veranlassen, anderswo nach Informationen zu suchen.

### LÖSUNGSVORSCHLAG ZUR UMSETZUNG DER WEBSITE:

- ▶ **Kaffeeherkunft:** Biete detaillierte Informationen zur Herkunft des Kaffees, inklusive Anbaugesbiet, Bauern und Erntebedingungen.
- ▶ **Qualitätszertifikate:** Zeige Qualitätszertifikate und Auszeichnungen, die die Qualität deines Kaffees bestätigen.
- ▶ **Kaffeeblog:** Füge einen Blog hinzu, der informative Artikel über Kaffeeanbau, Röstung und Zubereitung enthält, um Kens Wissensdurst zu stillen.

Durch die Implementierung dieser Lösungen kannst Du sicherstellen, dass die Website die Anforderungen von Kaffeeliebhaber Ken erfüllt und ihm ein bequemes, vielfältiges, umweltfreundliches und informatives Einkaufserlebnis bietet. Dies trägt dazu bei, seine Zufriedenheit zu steigern und seine Loyalität zu gewinnen.

## Schritt 4: Analyse des Online-Verhaltens



Untersuche, wie Deine Zielgruppe online agiert. Welche Websites besuchen sie? Welche sozialen Medien nutzen sie? Welche Suchbegriffe verwenden sie? Dies ermöglicht es Dir, die Online-Präsenz Deiner Zielgruppe besser zu verstehen und entsprechend zu agieren.

## Schritt 5: Konkurrenzanalyse



Analysiere auch die Webseiten Deiner Konkurrenten, die die gleiche Zielgruppe ansprechen.

Welche Ansätze verwenden sie, um diese Zielgruppe anzusprechen? Welche Art von Inhalten bieten sie an?

## Schritt 6: Erstellung von Inhalten und Design



Basierend auf den Erkenntnissen aus den vorherigen Schritten, gestalte die Inhalte und das Design Deiner Website so, dass sie die Bedürfnisse und Interessen Deiner Zielgruppe ansprechen. Achte darauf, dass die Website benutzerfreundlich und leicht verständlich ist.

Näheres zum Design Deiner Website erfährst Du im nächsten Kapitel.

# KAPITEL 3

## Benutzerfreundliches Design

Stelle sicher, dass Deine Website benutzerfreundlich und intuitiv ist. Das bedeutet, klare Navigation, verständliche Menüs und intuitive Bedienelemente. Denke an die Benutzererfahrung (User Experience, UX) und teste die Benutzerfreundlichkeit, um sicherzustellen, dass Besucher leicht finden, wonach sie suchen.

Hier sind 6 Richtlinien für ein benutzerfreundliches Webdesign, die dazu beitragen können, die Effektivität Deiner Website zu steigern:

### ► Klare Navigation:

Stelle sicher, dass die Navigationsmenüs und -links deutlich sichtbar und benutzerfreundlich sind. Verwende klare und verständliche Bezeichnungen für die Menüpunkte.

### ► Intuitive Benutzerführung:

Gestalte die Website so, dass Besucher leicht herausfinden, wie sie zu den gewünschten Informationen gelangen. Dies umfasst eine sinnvolle Seitenstruktur und konsistente Layouts.

### ► Schnelle Ladezeiten:

Achte auf kurze Ladezeiten, da langsame Websites Besucher verlieren können. Optimize Bilder und minimiere die Anzahl der HTTP-Anfragen.

### ► Lesbarkeit:

Verwende gut lesbare Schriftarten und ausreichend Kontrast zwischen Text und Hintergrund. Halte den Text gut strukturiert und in Abschnitten organisiert.

### ► Grafiken und Multimedia:

Verwende Bilder, Videos und andere Multimedia-Inhalte sparsam und sinnvoll. Stelle sicher, dass Medieninhalte schnell laden und für Benutzer relevant sind.

### ► Call-to-Action (CTA):

Platziere klare Handlungsaufforderungen auf jeder Seite, um die Besucher zur gewünschten Aktion zu motivieren, wie zum Beispiel "Jetzt kaufen" oder "Kostenlose Anmeldung."



# KAPITEL 4

## *Responsives Design*

Deine Website sollte auf verschiedenen Geräten gut aussehen und funktionieren. Verwende responsives Design, um sicherzustellen, dass sie auf Smartphones, Tablets und Desktops optimal angezeigt wird. Teste die Darstellung auf verschiedenen Geräten, um sicherzustellen, dass die Benutzererfahrung konsistent ist.

### ► **Mobile First-Ansatz:**

Beginne mit dem Design für mobile Geräte und passe es dann für größere Bildschirme an. Dies stellt sicher, dass die Website auf Smartphones gut funktioniert.

### ► **Fließendes Layout:**

Verwende ein fließendes Layout, das sich an die Bildschirmbreite anpasst, anstatt feste Breiten zu verwenden. Dies ermöglicht eine flexible Anpassung an verschiedene Bildschirmgrößen.

### ► **Flexibles Grid-System:**

Verwende ein Grid-System, das sich je nach Bildschirmgröße und -ausrichtung anpasst. CSS-Frameworks wie Bootstrap bieten solche Funktionen.

### ► **Media Queries:**

Nutze Media Queries in CSS, um das Layout und die Stilvorgaben je nach Bildschirmgröße anzupassen. Definiere Breakpoints für unterschiedliche Geräte.

### ► **Touchscreen-Optimierung:**

Stelle sicher, dass interaktive Elemente groß genug sind, um auf Touchscreens verwendet zu werden. Vermeide winzige Schaltflächen oder Links, die schwer zu treffen sind.

### ► **Verzicht auf Flash und Pop-ups:**

Vermeide den Einsatz von Flash-Elementen, da sie auf vielen Mobilgeräten nicht unterstützt werden. Pop-ups sollten ebenfalls vermieden werden, da sie auf kleinen Bildschirmen oft störend sind.

### ► **Test auf verschiedenen Geräten:**

Überprüfe das responsive Design auf verschiedenen Geräten und Browsern, um sicherzustellen, dass alles wie geplant funktioniert.

### ► **Bilder und Videos optimieren:**

Komprimiere Bilder und Videos, um die Ladezeiten zu reduzieren. Verwende responsive Bilder und Videos, die sich an die Bildschirmgröße anpassen.

### ► **Navigationsmenü:**

Vereinfache das Navigationsmenü für mobile Geräte. Verwende beispielsweise ein ausklappbares Menü oder ein Hamburger-Menü, um Platz zu sparen.

### ► **Performance-Optimierung:**

Achte auf die Ladezeiten und reduziere unnötige Ressourcen. Nutze Browser-Caching und minimiere die Anzahl der HTTP-Anfragen.

## KAPITEL 5

### *Content Management System (CMS)*

Wähle ein Content Management System (CMS), das Deinen Anforderungen entspricht. Populäre Optionen wie WordPress, Joomla und Drupal bieten eine einfache Möglichkeit, Inhalte zu verwalten. Du kannst Vorlagen und Plugins nutzen, um Deine Website anzupassen. Stelle sicher, dass Du regelmäßig Inhalte aktualisieren und hinzufügen kannst, um die Relevanz Deiner Website aufrechtzuerhalten.

Wir haben Dir die 6 beliebtesten Systeme zusammengestellt:

#### **WORDPRESS:**

**Vorteil:** WordPress ist eines der am weitesten verbreiteten CMS-Systeme und bietet eine große Auswahl an Themes und Plugins. Es ist benutzerfreundlich und vielseitig.

**Nachteil:** Aufgrund seiner Popularität ist WordPress anfälliger für Sicherheitsprobleme, wenn Themes und Plugins nicht regelmäßig aktualisiert werden.

## JOOMLA:

**Vorteil:** Joomla ist ein leistungsstarkes CMS mit umfangreichen Funktionen. Es eignet sich gut für komplexe Websites und Online-Portale.

**Nachteil:** Die Lernkurve für Joomla kann steil sein, und die Anpassung von Templates erfordert oft mehr technisches Wissen.

## DRUPAL:

**Vorteil:** Drupal ist besonders leistungsfähig und flexibel, ideal für große und komplexe Websites. Es bietet eine robuste Sicherheit und Benutzerverwaltung.

**Nachteil:** Es kann komplex und herausfordernd für Anfänger sein, und die Entwicklung von Erweiterungen erfordert technisches Fachwissen.

## WIX:

**Vorteil:** Wix ist ein benutzerfreundliches, visuelles Website-Baukasten-CMS, das schnelle und einfache Erstellung von Websites ermöglicht, ohne Programmierkenntnisse.

**Nachteil:** Die Flexibilität ist begrenzt im Vergleich zu Open-Source-CMS-Systemen, und du bist an die Wix-Plattform gebunden.

## SQUARESPACE:

**Vorteil:** Squarespace ist ein elegantes und visuell ansprechendes CMS mit vielen kreativen Designmöglichkeiten. Es eignet sich gut für Portfolio-Websites und Blogs.

**Nachteil:** Es ist weniger anpassbar als Open-Source-CMS, und die Preise können im Vergleich zu anderen Plattformen höher sein.

## MAGENTO:

**Vorteil:** Magento ist ein leistungsstarkes E-Commerce-CMS, das sich gut für Online-Shops eignet. Es bietet umfangreiche E-Commerce-Funktionen und Skalierbarkeit.

**Nachteil:** Die Einrichtung und Anpassung von Magento erfordert technisches Wissen, und es kann ressourcenintensiv sein.

Die Wahl des richtigen CMS hängt von den individuellen Anforderungen und Fähigkeiten ab. WordPress ist in der Regel eine gute Wahl für Benutzerfreundlichkeit und eine breite Unterstützung, während andere CMS-Systeme wie Joomla und Drupal sich für umfangreiche oder spezialisierte Websites eignen. Wix und Squarespace sind ideal für Anfänger, die einfache Websites erstellen möchten, während Magento sich auf den E-Commerce spezialisiert.

## Du möchtest eine E-Commerce Website erstellen? Dann aufgepasst! ▼

---

Die Wahl des richtigen Content Management Systems (CMS) für Deinen Onlineshop ist entscheidend für deinen Geschäftserfolg. Dabei gelten im Vergleich zur einer rein informativen Website viele weitere Faktoren, die den Erfolg Deines Shops beeinflussen können.

Ein gutes CMS macht die Verwaltung Deiner Produkte, Bestellungen und Inhalte effizient und benutzerfreundlich. Wir arbeiten gerade an einem umfassenden Workbook, das Dir bei der Auswahl des besten CMS für deinen Onlineshop hilft. Wir werden wichtige CMS-Optionen, Schlüsselfaktoren und hilfreiche Tipps abdecken, um sicherzustellen, dass Dein E-Commerce-Geschäft auf einem soliden Fundament steht.

**Bleib dran – das Workbook ist bald verfügbar!**

# KAPITEL 6

## Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Die Suchmaschinenoptimierung ist entscheidend, um organischen Traffic zu generieren. Verwende relevante Keywords in Deinem Content, optimiere Deine Meta-Tags und Sorge für eine klare Struktur Deiner Website. Erstelle hochwertigen, einzigartigen und nützlichen Inhalt, der Besucher und Suchmaschinen anspricht.

Wir haben die wichtigsten Schritte bei der Suchmaschinenoptimierung Deiner Website kurz zusammengefasst:

### Schritt 1: Keyword-Recherche ▼

---

Identifiziere relevante Keywords und Phrasen, die sich auf dein Geschäft und Deine Inhalte beziehen. Nutze Keyword-Recherche-Tools wie Google Keyword Planner oder Übersuggest, um Suchvolumen und Wettbewerb zu analysieren.

### Schritt 2: On-Page-Optimierung ▼

---

Integriere ausgewählte Keywords strategisch in den Inhalt Deiner Website, einschließlich Überschriften, Meta-Tags, Bild-Alt-Tags und im Text. Achte darauf, dass die Keyword-Integration natürlich und relevant ist.

### **Schritt 3: Qualitativ hochwertiger Inhalt**

---

Erstelle qualitativ hochwertigen, informativen und einzigartigen Inhalt. Stelle sicher, dass Deine Texte für die Besucher wertvoll sind, da Suchmaschinen qualitativ hochwertigen Inhalt bevorzugen.

### **Schritt 4: Website-Struktur**

---

Entwickle eine klare und benutzerfreundliche Seitenstruktur. Nutze eine klare Hierarchie von Seiten und Unterverzeichnissen. Das verbessert die Benutzererfahrung und die Crawlbarkeit der Website.

### **Schritt 5: Mobile Optimierung**

---

Stelle sicher, dass Deine Website für mobile Geräte optimiert ist. Google bevorzugt mobilfreundliche Websites und zeigt sie in den mobilen Suchergebnissen höher an.

### **Schritt 6: Saubere URLs**

---

Verwende saubere, verständliche URLs mit relevanten Keywords. Kürze unnötige Parameter und nutze Bindestriche zur Worttrennung.

### **Schritt 7: Meta-Tags optimieren**

---

Schreibe ansprechende und relevante Meta-Tags für jede Seite, einschließlich Titel-Tags und Meta-Beschreibungen. Dies sind die Informationen, die in den Suchergebnissen angezeigt werden.

### **Schritt 8: Sitemaps erstellen**

---

Erstelle eine XML-Sitemap und reiche sie bei Google und anderen Suchmaschinen ein. Dies erleichtert den Crawlern das Auffinden und Indexieren Deiner Seiten.

### **Schritt 9: Bildoptimierung**

---

Optimiere Bilder für die Webseitengeschwindigkeit und füge aussagekräftige Alt-Tags hinzu, die die Bilder beschreiben.

## Schritt 10: Interne Verlinkung

---

Setze interne Links, um die Navigation zwischen den Seiten zu erleichtern. Dies fördert die Benutzererfahrung und unterstützt die Crawlbarkeit.

## Schritt 11: Externe Verlinkung

---

Achte auf hochwertige, relevante externe Verlinkungen (Backlinks) von vertrauenswürdigen Quellen. Dies kann die Autorität Deiner Website stärken.

## Schritt 12: Geschwindigkeitsoptimierung

---

Achte auf die Ladezeiten Deiner Website. Reduziere die Größe von Bildern, minimiere HTTP-Anfragen und nutze Browser-Caching, um die Geschwindigkeit zu erhöhen.

## Schritt 13: Monitoring und Anpassung

---

Nutze SEO-Analysetools wie Google Analytics und Google Search Console, um den Erfolg Deiner SEO-Bemühungen zu verfolgen. Passe Deine Strategie basierend auf den Ergebnissen an.

## Schritt 14: Benutzererfahrung

---

Schaffe eine benutzerfreundliche Website mit leicht verständlicher Navigation und gut lesbaren Inhalten. Zufriedene Benutzer können zu besseren Platzierungen in den Suchergebnissen führen.

## Schritt 15: Lokale SEO (falls zutreffend)

---

Wenn dein Unternehmen lokale Dienstleistungen anbietet, stelle sicher, dass Du Deine Website für lokale Suchanfragen optimierst. Verwende strukturierte Daten, um lokale Informationen hervorzuheben.

Diese Schritte helfen Dir, während des Erstellungsprozesses Deiner Website eine starke SEO-Grundlage zu legen. Denke daran, dass SEO ein fortlaufender Prozess ist, und es ist wichtig, regelmäßig zu überwachen und Anpassungen vorzunehmen, um die Sichtbarkeit Deiner Website in den Suchergebnissen zu maximieren.

# KAPITEL 7

## Call-to-Action (CTA)

Setze klare Handlungsaufforderungen (CTAs) ein, um die Besucher zum Handeln zu bewegen. Platziere sie an strategischen Stellen auf Deiner Website, wie in Headlines, in der Seitenleiste oder am Ende von Artikeln. Verwende ansprechende CTA-Texte und Farben, die auffallen. Stelle sicher, dass die CTA-Buttons leicht zu finden und mobiloptimiert sind.

Hier sind 8 ansprechende Call-to-Action (CTA)-Beispiele, angelehnt an unser Beispiel aus Kapitel 2, dem Onlineshop, der Kaffee verkauft:

**JETZT ENTDECKEN**

Ideal für die Startseite oder Kategorienseiten, um Besucher zur Erkundung deines Produktsortiments zu ermutigen.

**KOSTENLOSE PROBE ANFORDERN**

Biete Besuchern die Möglichkeit, eine kostenlose Kaffeeprobe zu bestellen, um ihr Interesse zu wecken.

**JETZT KAUFEN**

Platziere diesen Button auf den Produktseiten, um Kunden direkt zum Kauf zu führen.

**ABONNEMENT STARTEN**

Verwende diesen CTA, um Kunden zu ermutigen, sich für ein regelmäßiges Kaffee-Abonnement anzumelden.

**UNSERE GESCHICHTE ENTDECKEN**

Führe Besucher zur Seite mit der Geschichte deiner Marke, um sie emotional zu binden.

**SONDERANGEBOTE ERHALTEN**

Biete Besuchern die Möglichkeit, sich für Newsletter oder Benachrichtigungen über Rabattaktionen anzumelden.

**KAFFEEBERATUNG ERHALTEN**

Lade Kunden ein, Fragen zu stellen oder Expertenberatung zu erhalten, um ihre Kaufentscheidungen zu erleichtern.

**BEWERTUNG ABGEBEN**

Bitte Kunden, Bewertungen und Erfahrungsberichte zu hinterlassen, um das Vertrauen potenzieller Käufer zu stärken.

Diese CTAs können je nach Seite und Kontext variieren, aber sie sind alle darauf ausgerichtet, die Interaktion und die Konversion auf Deinem Onlineshop zu fördern.

# KAPITEL 8

## *Kontaktinformationen*

Die Kontaktinformationen sollten leicht zugänglich sein. Füge eine Kontaktseite hinzu, auf der Du klare Informationen wie Telefonnummer, E-Mail-Adresse und eine Karte mit Deinem Standort bereitstellst. Du kannst auch ein Kontaktformular einbinden, um Interessenten die Kontaktaufnahme zu erleichtern. Hier sind folgende Punkte zu beachten:

### ► **Datenschutz:**

Stelle sicher, dass Du eine Datenschutzerklärung bereitstellst und die Zustimmung zur Verarbeitung personenbezogener Daten einholst, falls erforderlich.

### ► **Reaktionszeit:**

Informiere die Besucher darüber, wann sie mit einer Antwort rechnen können. Dies trägt zur Erwartungsmanagement bei.

### ► **Captcha und Spam-Schutz:**

Implementiere Schutzmechanismen gegen Spam, wie Captcha oder andere Sicherheitsprüfungen, um unerwünschte Nachrichten zu minimieren.

### ► **Automatische E-Mail-Bestätigung:**

Sende dem Absender automatisch eine E-Mail-Bestätigung mit den eingereichten Informationen und dem voraussichtlichen Antwortzeitrahmen.

# KAPITEL 9

## *Ladezeiten optimieren*

Schnelle Ladezeiten sind entscheidend, um Besucher zu halten. Die Optimierung der Ladezeit einer Website ist unerlässlich, da schnelle Ladezeiten nicht nur die Benutzerfreundlichkeit verbessern, sondern auch das Suchmaschinen-Ranking und die Conversion-Raten beeinflussen können.

Optimiere Deine Website, indem Du die folgenden Schritte befolgst:

### **BILDOPTIMIERUNG:**

Reduziere die Dateigröße von Bildern, ohne die Qualität zu beeinträchtigen. Verwende komprimierte Bildformate wie JPEG oder WebP. Tools wie Adobe Photoshop, TinyPNG und ImageOptim können bei der Optimierung helfen.

### **BILDFORMAT:**

Verwende das richtige Bildformat für den jeweiligen Verwendungszweck. JPEG eignet sich gut für Fotos, während PNG für Bilder mit Transparenz nützlich ist.

### **LAZY LOADING:**

Implementiere Lazy Loading, um Bilder erst dann zu laden, wenn sie im sichtbaren Bereich des Benutzers sind. Dies reduziert die initiale Ladezeit der Seite.

### **CSS- UND JAVASCRIPT-OPTIMIERUNG:**

Minimiere CSS- und JavaScript-Dateien, indem du überflüssigen Code entfernst und Dateien zusammenfügst. Verwende minimierte Versionen von Bibliotheken und Frameworks.

### **BROWSER-CACHING:**

Aktiviere das Browser-Caching, um Ressourcen auf dem Endgerät des Benutzers zwischenspeichern. Dadurch müssen sie nicht bei jedem Besuch neu geladen werden.

### **CONTENT DELIVERY NETWORK (CDN):**

Nutze ein Content Delivery Network, um Inhalte von Servern in der Nähe des Benutzers auszuliefern. Dadurch werden Ladezeiten durch kürzere Datenwege reduziert.

### **KOMPRIMIERUNG:**

Aktiviere die ZIP-Komprimierung auf dem Server, um Textdateien wie HTML, CSS und JavaScript zu komprimieren, bevor sie an den Browser gesendet werden.

### **MINIMIERE HTTP-ANFRAGEN:**

Reduziere die Anzahl der HTTP-Anfragen, indem du externe Skripte konsolidierst und unnötige Ressourcen entfernst.

### **VERMEIDE UMLEITUNGEN:**

Jede Umleitung (Redirect) führt zu einer zusätzlichen Anfrage und erhöht die Ladezeit. Vermeide unnötige Umleitungen und stelle sicher, dass Weiterleitungen effizient sind.

### **MOBILE OPTIMIERUNG:**

Optimiere die Website für mobile Geräte, da immer mehr Nutzer über Smartphones auf Websites zugreifen. Stelle sicher, dass die mobile Version schnell und benutzerfreundlich ist.

### **SERVERLEISTUNG:**

Wähle einen zuverlässigen Hosting-Anbieter und überwache die Serverleistung. Eine zu geringe Serverleistung kann zu langsamen Ladezeiten führen.

### **TESTWERKZEUGE VERWENDEN:**

Verwende Tools wie PageSpeed Insights von Google, GTmetrix oder Pingdom, um die Ladezeit deiner Website zu überprüfen und Empfehlungen zur Optimierung zu erhalten.

### **KONTINUIERLICHE ÜBERWACHUNG:**

Die Ladezeiten können sich im Laufe der Zeit ändern. Überwache regelmäßig die Leistung deiner Website und führe Optimierungen durch, wenn die Ladezeiten steigen.

Die Optimierung der Ladezeit erfordert regelmäßige Überprüfung und Anpassung, um sicherzustellen, dass Deine Website schnell und benutzerfreundlich bleibt.

Schnelle Ladezeiten tragen nicht nur zur Zufriedenheit der Benutzer bei, sondern können auch das Ranking Deiner Website in den Suchmaschinen verbessern.

## **KAPITEL 9**

### *Analytik einrichten*

Implementiere ein Analysetool wie Google Analytics, um das Verhalten der Besucher zu verfolgen und zu analysieren. Verfolge die Anzahl der Seitenaufrufe, die Verweildauer, die Konversionsraten und andere Metriken. Analysiere die Daten, um zu verstehen, wie Nutzer mit Deiner Website interagieren, und optimiere sie entsprechend.

Die Einrichtung von Web-Analytik auf Deiner Website bietet eine Vielzahl von Vorteilen, die Dir helfen können, den Erfolg Deiner Website zu messen, zu verstehen und zu steigern. Hier sind einige der wichtigsten Vorteile:

#### **► Verständnis der Website-Nutzung:**

Du erhältst Einblicke in die Nutzung deiner Website, wie die Anzahl der Besucher, Seitenaufrufe, Verweildauer, Absprungraten und vieles mehr. Dadurch verstehst du, wie Besucher mit deiner Website interagieren.

#### **► Conversion-Tracking:**

Du kannst den Erfolg deiner Website bei der Erreichung von Zielen verfolgen, sei es der Kauf von Produkten, das Ausfüllen von Kontaktformularen oder das Abonnieren von Newslettern.

#### **► Benutzerverhalten:**

Mit Analysen kannst du das Verhalten deiner Benutzer auf der Website genau untersuchen. Du siehst, welche Seiten sie besuchen, wie sie durch die Website navigieren und wo sie Zeit verbringen.

#### **► Herkunft des Traffics:**

Du kannst sehen, von welchen Quellen der Traffic auf deine Website kommt, sei es über Suchmaschinen, soziale Medien, Verweis-Websites oder direkte Zugriffe. Dies hilft bei der Ausrichtung deiner Marketingbemühungen.

### ► **Keyword-Analyse:**

Wenn du SEO betreibst, kannst du sehen, welche Keywords Besucher auf Deine Website bringen und wie sie sich auf Deiner Website verhalten.

### ► **A/B-Tests:**

Mit Analysen kannst du A/B-Tests durchführen, um zu ermitteln, welche Versionen von Inhalten oder Seiten besser funktionieren und konvertieren.

### ► **Content-Strategie:**

Du erfährst, welche Inhalte auf Deiner Website am erfolgreichsten sind, was dir hilft, Deine Content-Strategie zu optimieren.

### ► **Datengesteuerte Entscheidungen:**

Web-Analytik ermöglicht es Dir, Entscheidungen auf Grundlage von Daten und Fakten zu treffen, anstatt auf Annahmen oder Vermutungen zu basieren.

### ► **Verbesserung der Benutzererfahrung:**

Durch das Verständnis des Benutzerverhaltens kannst du die Website so optimieren, dass die Benutzererfahrung verbessert wird.

### ► **Optimierung der Website-Leistung:**

Web-Analytik kann Dir dabei helfen, Probleme auf Deiner Website zu identifizieren, die die Benutzererfahrung beeinträchtigen, wie langsame Ladezeiten oder Seitenfehler.

### ► **Zielgruppenanalyse:**

Du kannst deine Zielgruppe besser verstehen, einschließlich ihrer demografischen Daten, Standorte und Interessen.

### ► **ROI-Messung:**

Du kannst den Return on Investment (ROI) Deiner Website und Deiner Marketingbemühungen besser verfolgen und bewerten.

### ► **Benutzerdefinierte Berichte:**

Du kannst benutzerdefinierte Berichte erstellen, die auf die spezifischen Ziele und Bedürfnisse Deines Unternehmens zugeschnitten sind.

Die Einrichtung von Web-Analytik auf Deiner Website ist ein wichtiger Schritt, um den Erfolg deiner Online-Präsenz zu messen und kontinuierlich zu verbessern. Du solltest Dir die Zeit unbedingt nehmen und die Einrichtung gewissenhaft vornehmen, denn es ermöglicht eine datenbasierte Entscheidungsfindung und trägt dazu bei, die Website für Benutzer attraktiver und effizienter zu gestalten.

## **Fazit**

---

Mit diesen detaillierten Schritten und der Checkliste zur Website-Erstellung, die Du im Anhang findest, bist Du nun bereit, eine hochwertige Website zu erstellen, die Leads generiert und Deine Online-Marketingziele unterstützt.

Denke daran, dass die kontinuierliche Pflege und Optimierung Deiner Website genauso wichtig ist wie die Erstellung.

# CHECKLISTE ZUR WEBSITE-ERSTELLUNG

---

## 1. Definiere das Ziel Deiner Website: ▼

---

- Klare Definition der Website-Ziele
- Einhaltung der SMART-Ziele: Spezifisch, Messbar, Erreichbar, Relevant, Zeitlich begrenzt

## 2. Zielgruppenanalyse: ▼

---

- Identifiziere Deine Zielgruppe
- Erstelle Personas für besseres Verständnis
- Passe Inhalte und Design an die Zielgruppe an

## 3. Benutzerfreundliches Design: ▼

---

- Klare Navigation und Menüs
- Intuitive Benutzeroberfläche
- Benutzerfreundliche Gestaltung getestet

## 4. Responsives Design: ▼

---

- Optimiert für verschiedene Geräte (Smartphones, Tablets, Desktops)
- Konsistente Benutzererfahrung auf allen Geräten

## 5. Content Management System (CMS): ▼

---

- CMS (z.B. WordPress) ausgewählt
- Möglichkeit zur einfachen Verwaltung und Aktualisierung von Inhalten
- Regelmäßige Aktualisierung von Inhalten möglich

## 6. Suchmaschinenoptimierung (SEO):



- Verwendung relevanter Keywords im Content
- Optimierte Meta-Tags und Struktur der Website
- Hochwertiger, einzigartiger und nützlicher Inhalt

## 7. Call-to-Action (CTA):



- Klare Handlungsaufforderungen (CTAs) platziert
- Ansprechende CTA-Texte und Farben
- CTA-Buttons leicht zu finden und mobiloptimiert

## 8. Kontaktinformationen:



- Kontaktseite erstellt
- Klare Informationen wie Telefonnummer, E-Mail und Standortkarte bereitgestellt
- Kontaktformular integriert

## 9. Ladezeiten optimieren



- Bilder komprimiert
- CSS- und JavaScript-Dateien minimiert
- Reduzierung der Anzahl von HTTP-Anfragen
- Regelmäßige Überprüfung der Ladezeiten

## 10. Analytik einrichten



- Analysetool (z.B. Google Analytics) implementiert
- Verfolgung von Seitenaufrufen, Verweildauer und Konversionsraten
- Datenanalyse zur kontinuierlichen Website-Optimierung

Arbeite die Checkliste von oben nach unten ab, um sicherzustellen, dass alle wichtigen Aspekte bei der Erstellung Deiner Website berücksichtigt werden. Dies wird Dir helfen, eine hochwertige Website zu gestalten, die Besucher in Leads verwandelt und Deine Online-Marketingziele erreicht. Los geht's!

# BENÖTIGST DU HILFE?

---



## Maxi Migdal

Ansprechpartner für  
Webdesign, E-Commerce und  
Gestaltung

○ [maxi@outrange.media](mailto:maxi@outrange.media)

**Du hast Fragen?  
Wir beraten Dich gerne!**

Buche jetzt einen  
unverbindlichen  
Beratungstermin:

