

# Onlingang

## das musst du wissen



[www.dieberater.de](http://www.dieberater.de)



0351/ 87446264



[info@dieberater.de](mailto:info@dieberater.de)



Autor: Malte Helmhold

# Checklist Onlinegang

## ✓ URL's kontrollieren

Kontrolliere vor einem Online-Gang deine URL's. Sind die Pfade eindeutig und beschreiben, auf der jeweiligen Unterseite, was dort zu finden ist?

## ✓ Deine Website erweckt vertrauen

Bei ca. 80 % aller Websites, die wir sehen wurde mehr Zeit in das Design gesteckt, als in Vertrauensbildende Maßnahmen wie: Teambilder, Ansprechpartner auf jeder Seite, Tripwire-Produkte um Vertrauen aufzubauen. Begehst du gerade auch den gleichen Fehler?

## ✓ Conversion Optimierung

Du hast maßnahmen ergriffen um deine Conversions von Anfang an zu optimieren. Außerdem hast du hoffentlich alles eingerichtet, um in Zukunft zu wissen, was deine Conversions erhöht. Hierzu gehört Website-Tracking.

## ✓ Website Tracking

Du hast Google Analytics auf der Website eingebunden. Außerdem richten wir von Anfang an Facebook-Tracking Pixel auf der Website ein. Beides machen wir mit dem Google Tag Manager.

## ✓ Retargeting in Google Analytics aktivieren

Wir empfehlen von anfang an. Also schon beim Website Relaunch in Analytics das sammeln von Retargeting-Daten zu aktivieren. Bitte nicht vergessen.

## ✓ Die Website in allen Browsern testen

Oft wird nur in den Browsern des Betreibers getestet. Wir empfehlen unbedingt in allen Browsern das Design und die Funktionalitäten zu testen vor dem Online-Gang.

## ✓ Website auf verschiedenen Geräten testen

Wir empfehlen auf iPhone, Android, iMac, Fernseher, iPad und Laptops die neue Website zu testen. Na klar, heutzutage gibt es zu viele Geräte um alle auszuprobieren. Aber 3-4 Verschiedene Geräte sollten schon im Pool mit drin sein.

## ✓ Mit dem Onlinegang nicht auf St. Nimmerleinstag warten

Wir empfehlen trotz Rechtschreibfehler, kleinerer Darstellungsprobleme so früh wie möglich online zu gehen. Die perfekte Website wird es niemals geben. Entweder die Funktionalität, der Inhalt oder das Design weisen irgendwie immer Fehler auf. Also geh bitte so schnell

wie möglich online und konzentriere dich auf dein Angebot. Es gewinnt nicht der Unternehmer mit Rechtschreibkonformen Website Texten. Wir empfehlen mit einem Conversion-Optimierten Produkt (also der Website) online zu gehen und während des Website-Betriebs auf Datenbasis nachzubessern. Es lohnt sich **nie** alles zu perfektionieren, wenn man später aufgrund der Nutzerdaten sieht, dass man alles wieder umbauen muss. Das ist ein sehr agiler Ansatz, den deine Wettbewerber meist nicht drauf haben! Es sollten beim Online-Gang eher die URL's stimmen, bevor jeder einzelne Fehler behoben wird in Punkto Rechtschreibung. Leider denkt der Unternehmer oft perfektionistischer.

### ✓ **Wiederkehrungs-Wert**

Auf einer Website ist das Angebot am wichtigsten. Nicht nur das kommerzielle Angebot (das ist auch sehr wichtig), aber auch das inhaltliche. Hast du Informationen und Inhalte, die deine Nutzer dazu bewegen wiederzukommen? Wenn nein, dann gewinnen deine Wettbewerber den Kampf um den Verkauf. Wiederkehrungs-Werte sollten von Anfang an auf einer Website geschaffen werden.

### ✓ **Website Geschwindigkeit**

Um das beste Plugin für WordPress, welches die Seitenladezeit verbessert, streiten sich die Geister. Fakt ist: die meisten Lösungen rufen Fehler hervor. Das praktikabelste ist einen teuren Host zu wählen, bei dem du dir um Caching und solche Plugins keine Gedanken machen musst. Denn die meisten Plugins kosten Nerven, Zeit und manchmal auch Geld und am Ende hast du eventuell sogar-obwohl eine schnelle Website versprochen wird-eine langsamere Website mit vielen Fehlern und doppelt so vielen Warenkorbabbrüchen. Wir empfehlen Raidboxes als Host und serverseitige Caching Lösungen, mit denen du nichts zu tun haben musst. Die Website Geschwindigkeit ist übrigens nicht so wichtig, wie viele behaupten. Sie ist eher eine ganze Industrie, mit der durch Angsterzeugung viel Geld verdient wird. Setze auf Inhalte und treue Kunden, die auch 2-3 Sekunden warten können. Übrigens geht es bei langsamen Websites auch Google nicht um die Millisekunde!

### ✓ **Ganz wichtig: dein Mail-Server**

Wenn du dir von einer Agentur die Website umziehen lässt oder du es selber machst, zieh nicht leichtfertig die Domain um, wenn ein E-Mail Postfach mit der Domain deines Unternehmens verbunden ist. Wenn du weiterhin z. B. Google Apps for Work oder deinen bestehenden E-Mail Provider nutzen willst, kläre vorher ganz genau mit dem Host ab, was zu tun ist. Eine sichere Variante ist erstmal nur den A-Record in den DNS Einstellungen auf den neuen Server zu zeigen. Dabei gehen E-Mail-Postfächer nicht kaputt. Beim Umzug der Domain mit dem "Auth-Code" schon. Hier musst du aufpassen, dass auch beim neuen Domain-Provider die MX-Records richtig konfiguriert sind (Mail-DNS-Eintrag = MX-Record).

✓ **Traffic Quellen**

Du weißt, dass SEO ein steiniger Weg ist und du dich bloß nicht nur auf SEO verlassen solltest. Gerade für den Anfang sind besucher über Google Ads oder Facebook ads wichtig. Mit dem richtigen Content Marketing (das übrigens in Summe teurer ist als z. B. Google Ads), wirst du kurzfristig mehr Erfolge haben. Langfristig, kann dir eine Content Marketing Strategie allerdings einen großen Branchenvorteil schaffen. Du bist dir also bewusst, dass Besucher nicht von alleine kommen und weißt, mit welchen Strategien du vor allem relevante Besucher auf deine Website bekommst.