

4.7 Zusammenfassung Aufbau der Webpräsenz

Die Webpräsenz ist das Kommunikationsangebot des Betreibers an seine Zielgruppe. Je nach Art des Auftritts sind unterschiedliche Aufbauprinzipien zu beachten, die sich alle am Ziel der Website orientieren. Nach der Zielbestimmung prüft der Webmaster, welche Module auf der Webpräsenz realisiert werden. Nicht jedes Modul spricht die Zielgruppe gleichermaßen an und motiviert die Besucher, sich weiter auf der Website zur Zielaktion hinzubewegen. Die Präsenz muss vor allem relevant für die Fragen und den Bedarf der Zielgruppe sein und einen hohen Wiedererkennungswert haben. Auch in dem Medium „World Wide Web“ wirken bekannte Effekte der Kommunikation und des Marketings.

Eine überzeugende und relevante Website wird in ihrer Gestaltung die Zielgruppe bestmöglich adressieren. Das beginnt bei den Inhalten, die den Besuchern geboten werden. Jede Form von neuen, interessanten Inhalten und Know-how zu dem Themengebiet der Zielgruppe bindet den Besucher und hält seine Neugierde wach. Er wird auf der Landingpage empfangen und durch die Website zu der gewünschten Zielaktion geführt. Es hängt von dem speziellen Ziel des Web-Business ab, wie die Schwerpunkte zwischen Interaktion, Information und Transaktion verteilt werden.

Interaktion,
Information,
Transaktion
ausgerichtet auf
Zielgruppe

Das Web schränkt zwar einerseits die Kommunikation auf den Austausch digitalisierbarer Informationen ein, andererseits erlaubt es aber wie kein anderes Medium die intensive Analyse des Erfolgs im Marketing. Wie gut die Ziele erreicht werden, welche Module die Zielgruppe ansprechen und mit welchen Mitteln sie im Marketing bekannt gemacht werden, ist ein Ergebnis des ausgefeilten Data-Minings in den Bewegungsprofilen der Besucher.