

Meine Visitenkarte 2.0

LABORALLTAG Wenn man heutigen Medien und Analysen glauben darf, dann werden Kontakte zu 80 Prozent im Internet generiert. Das stimmt, doch es stimmt auch nicht ganz. Die Frage ist, wie kommen neue Kunden an Ihren guten Namen und wer ist für die Initialzündung zuständig?



ist es so wichtig, dass Sie im Internet gefunden werden. Dabei spielt es keine Rolle, ob Sie eine Web-Visitenkarte haben (zwischen einer und vier Seiten), eine Internetpräsenz (zwischen vier und zehn Seiten) oder einen Internetauftritt, der über zahlreiche Ebenen geht – mit Haupt- und Nebenseiten, vielen Texten, Fotos und Videos. Über wichtige Aspekte für alle Internetauftritte lesen Sie hier im Einzelnen.

Lesbarkeit und Schriftgröße

Ein wichtiger Punkt ist die Lesbarkeit des Textes, der sich auf Ihrer Homepage oder Ihrer Seite befindet. Dieser sollte nicht zu klein gehalten sein, sondern eine ausreichende Schriftgröße haben. Ist der Text zu klein und nur anstrengend zu lesen, verliert der Besucher schnell das Interesse, Ihre Seite weiter anzuschauen oder gar darauf zu verweilen. Eine klare, deutliche Schriftgröße ist daher wichtig.

Farbe und Form

Viele Farben, Formen und Bilder sind hübsch anzusehen, jedoch sind die meisten Menschen daran gewöhnt, schwarze Schrift auf weißem oder hel-

lem Untergrund zu lesen. Grüne Schrift auf rotem Untergrund oder auch gelbe Schrift auf rosa Untergrund verleihen dem Internetauftritt zwar eine persönliche Note, sind jedoch weniger leserfreundlich. Je einfacher sich ein Text überfliegen lässt und je leichter verständlich, desto besser und umso schneller die Akzeptanz. Fotos, Logos und andere Mediadateien sind zur Gestaltung wichtig, jedoch sollten diese nicht im Bereich der Schrift und der eigentlichen Information stehen. Informationen sollten so sachlich und klar wie möglich formuliert sein. Hintergrundbilder sind nur dann zu empfehlen, wenn sie so dezent sind, wie früher die Wasserzeichen auf Briefpapier platziert wurden.

Schriftart

Die Vielfalt an Schriftarten ist mittlerweile grenzenlos, ob geschwungen wie Schreibschrift oder Kalligrafie oder auch in Versalien – wer die Wahl hat, hat die Qual. Hierbei ist es besonders wichtig, dass diese deutlich und einfach zu lesen ist. Es gibt Untersuchungen und daraus resultierende Empfehlungen, welche Schriftart der Mensch am besten lesen kann, und zwar ist es die, die am häufigsten benutzt wird. Bekannt

Hier sind andere Ereignisse maßgebend. Es spielt keine Rolle, ob ein Zahnarzt von einem Kollegen einen Tipp bekommt oder auf einer Messe, einer Fachveranstaltung oder in der Freizeit Ihren Namen erfährt. Nach der Initialzündung ist der Ablauf immer der gleiche. Der Zahnarzt erhält einen Namen und eventuell eine Region oder einen Ort. Was machen wir heutzutage damit? Früher haben wir Gelbe Seiten benutzt, heute befragen wir Google. Als erstes wird der Name eingegeben, eventuell noch Ort und Region, und wir sind gespannt, was angezeigt wird. Dies ist der Grund für die eingangs erwähnte hohe Quote, denn 80 Prozent der Menschen gehen so vor. Genau deswegen



Das Kunststück von CeraFusion evo.

CeraFusion evo ist eine echte Komet-Innovation für Ihr Labor. Das Kunststück: Einfach und schnell aufgesprüht, diffundiert das transparente Lithiumsilikat beim Brennvorgang in die ZrO_2 Restauration. Das Ergebnis ist ein optimaler Haftverbund, der zuverlässigen

Langzeitschutz garantiert. Die zeitaufwendige Politur und die Glasur entfallen, es ist keine Nacharbeit notwendig. Ein Kunststück von CeraFusion evo, das Ihre tägliche Arbeit deutlich effizienter macht.



www.kometdental.de

home

design

typo

about us

vita

works

contact

location



sind z. B. Times New Roman und Arial – die Standards –, abgeleitet von der früheren Form der Tastatur von Schreibmaschinen. Das ist die Art, die man über Jahre gelesen hat und die in Büchern verwendet wird und die somit am besten gelesen werden kann. Es spricht natürlich nichts dagegen, dass Sie vor einem Absatz – wie in alten Schriften – den ersten Buchstaben großschreiben oder zwischendurch auch einmal Großschreibung verwenden. Dies sollte jedoch so wenig wie möglich und nur für besondere Zwecke verwendet werden. Großschreibung ist mal für einen Newsletter oder eine schöne Zeile geeignet, da man Worte, die nur in Großbuchstaben geschrieben werden, nicht richtig lesen kann. Dabei entstehen Schwierigkeiten und die Informationen kommen beim Empfänger nicht korrekt an. Somit entsteht leicht Verwirrung, es muss öfter gelesen werden und strengt an. Doch die „Online-Visitenkarte“ sollte einfach zu verstehen sein. Bei der Wahl von Schriftart und Schriftgröße gilt somit die Regel: Weniger ist mehr!

Wiedererkennungseffekt

Meine wichtigste Erkenntnis der letzten Jahre ist: Die Menschen sind „Augen-

tierchen“. Das menschliche Gehirn funktioniert wie ein Bilderbuch, indem es sich Bilder merkt und auch Situationen in Bildern abspeichert. Der Mensch verfügt über ein gut funktionierendes fotografisches Gedächtnis. Bilder erzeugen sofort Emotionen im Unterbewusstsein des Empfängers: Bei Text kann das entstehen, aber nur wenn er gelesen wird, verstanden wird und es für den Empfänger von aktuellem Interesse ist. Ein tolles Lächeln, ein weinendes Kind, ein tollpatschiges junges Kätzchen und viele andere Bilder erzeugen sofort eine Reaktion im Kopf. Nutzen Sie diese Leistung und sorgen Sie dafür, dass IHRE SEITE das nutzt. Das bedeutet, wir brauchen Bilder, Fotos, Zeichnungen. Ein Bild von einer Maschine ist gut und manchmal vielleicht angebracht, jedoch viel mehr Emotionen entstehen bei Betrachtung von Menschengruppen und Gesichtern, die lachen. Fordern Sie Ihre Augentierchen.

Einzigkeit zeigen

Um die Einzigartigkeit des Unternehmens zu demonstrieren, gibt es viele verschiedene Möglichkeiten. Für den Einstieg kann zum Beispiel ein markantes Foto Ihres Unternehmens oder Hau-

ses gewählt werden. Sie können die Eingangstür oder auch besondere bauliche Dinge fotografieren, die dann auf der Einstiegsseite des Internetauftritts zu sehen sind. Doch das wichtigste, das auf einer Internetseite erscheinen muss, und wenn es geht relativ schnell und gut erkennbar auf der Oberfläche, ist ein Bild, so wie es Ihr Kunde sieht, wenn er das Unternehmen betritt. Dies dient als „Willkommen“ für den neuen Kunden. Menschen, die zum ersten Mal in ein fremdes Unternehmen gehen, sind unsicher, sie wissen nicht, was sie erwartet, sie haben Scheu, sie sind also in einer kritischen Situation, sie fühlen sich unwohl. Sie sind „unter Strom“. Es wird Adrenalin ausgeschüttet. Genau das können Sie verhindern, indem auf der Homepage ein Foto vom Eingang zu sehen ist. In dem Moment, in dem der neue Kunde das Unternehmen betritt, erkennt er das Bild aus dem Internet wieder, denn das Bild ist abgespeichert. Der Besucher denkt sofort: „Hey, das kenne ich. Genauso wie im Internet!“. Mit dieser Assoziation ist Ihr Labor nicht mehr fremd und er hat keinen Stress mehr an der Anmeldung. Er weiß, wo die Rezeption ist und wohin der Mantel kommt. Auch wer ihn anlächelt und begrüßt, weiß er. Das ist der schönste

Moment, er kennt es schon und fühlt sich nicht fremd. Das wichtigste Foto auf der Internetseite in der ersten Ebene. Die richtigen Bilder im Netz machen Fremdes zu Vertrautem.

Erreichbarkeit

Das wichtigste Instrument zur Kommunikation ist das Telefon, d.h. wenn ein Mensch auf eine Internetseite geht, dann möchte er wissen, wie er Ihr Unternehmen erreichen kann. Ein wichtiger Grundsatz ist daher: Immer wenn das Telefon klingelt, heißt es Umsatz. Aus diesem Grund ist die Angabe der Telefonnummer der Eintritt in eine glückliche Unternehmensstruktur. Die Telefonnummer sollte daher idealerweise auf der ersten Seite stehen, ebenso die Öffnungs- und Telefonzeiten. Und auch an dieser Stelle ist weniger manchmal mehr, denn einfache Angaben wie „Montag bis Freitag von 8 bis 18 Uhr“ sind leichter zu merken.

Digitaler Brief

Neben der Telefonnummer ist heutzutage die Verfügbarkeit via E-Mail ebenso wichtig. Eine E-Mail-Adresse oder ein Kontaktformular, in der die Angaben und das Anliegen des Interessenten eingetragen werden können, sollten ebenso gut auffindbar innerhalb des Internetauftritts eingebunden werden. Die E-Mail-Adresse sollte im Idealfall ihrer Domain entsprechen, wie zum Beispiel service@guteslabor.de oder lachen@krone.com, und keine Werbung für andere Mail-Anbieter sein. Eine professionelle E-Mail-Adresse ist enorm wichtig.

Anfahrt

Zum Schluss sollten Sie natürlich auch leicht zu finden sein. Eine Anfahrsbeschreibung ist daher unerlässlich. Sinnvoll sind Anfahrtsskizzen oder ein Foto aus dem Internet oder eine Verknüpfung zu einem Routenplaner. Hier ist es außerdem wichtig, die Rechte der Drittanbieter zu wahren. Besonders in größeren Städten sind auch Informationen zu Parkplätzen – und auch deren Kosten – sowie die Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln von großer Bedeutung.

Ich wünsche Ihnen im digitalen Umfeld viel Arbeitsspaß.

INFORMATION

Hans J. Schmid
Benzstraße 4
97209 Veitshöchheim
Tel.: 0170 6333888
service@arbeitsspass.com
www.arbeitsspass.com

Infos zum Autor



DGSHAPE

DWX-52DC

Automatisiertes Dentalfräsen, Tag und Nacht



Automatischer
Rohlingswechsler

NEU



5-Achs-Dentalfräsmaschine mit automatischen 6-fach-Blankwechsler.

Sie wünschen höhere Produktivität oder größere Flexibilität, dann ist die DWX-52DC das Mittel der Wahl mit 6-fach-Blankwechsler, der Ihnen automatisiertes Fräsen unterschiedlicher Materialien ermöglicht.

Ihr Wunsch geht mit der DWX-52DC in Erfüllung: Tag und Nacht zuverlässig fräsen mit gleichbleibend hoher Qualität.

Entdecken Sie Ihre Vorteile mit der DWX-52DC im digitalen Workflow Ihres Labors.