



Die-Weingut-Website.de

**Stefan Hollmann |
Webseiten für Weingüter und den
Weintourismus**

*Tipps für
mehr Erfolg mit
Ihrer Weingut-
Website*

Inhaltsverzeichnis

Mehr Erfolg mit Ihrer Website	3
Vermeiden Sie Wechsel zwischen „Du“ und „Sie“	3
Sprechen Sie den Webseitenbesucher immer direkt an	3
Schreiben Sie alle wichtigen Informationen direkt auf Ihre Website	3
Fordern Sie Ihre Webseitenbesucher auf jeder Seite zu einer Aktion auf	3
Stellen Sie die Informationen auf Ihrer Website für Google lesbar dar	3
Gestalten Sie Ihre Website nicht als One-Pager	4
Ihre Website und Ihr Online-Shop sollten eins sein.....	4
Sammeln Sie an jeder möglichen Stelle Ihrer Website Newsletterabonnenten ein	4
Impressum.....	5

Mehr Erfolg mit Ihrer Website

Wenn Sie mit Ihrer Website erfolgreich sein möchten, dann sind viele Aspekte zu berücksichtigen. Ich möchte Ihnen hier einige Anregungen geben, die Sie vielleicht noch nicht kennen.

Vermeiden Sie Wechsel zwischen „Du“ und „Sie“

Halten Sie die Ansprache Ihrer Webseitenbesucher einheitlich; entscheiden Sie sich entweder für „Sie“ oder für „Du“, aber springen Sie nicht hin und her, denn das wirkt unprofessionell.

Sprechen Sie den Webseitenbesucher immer direkt an

Sprechen Sie nicht „über“ den Webseitenbesucher („Wer möchte, kann uns gerne anrufen“), sondern „mit“ ihm („Rufen Sie uns gerne jederzeit an!“). Sprechen Sie ihn in Ihren Texten direkt an, dann ist es fast wie ein Dialog mit Ihnen, und der Kontakt wird gleich viel persönlicher.

Schreiben Sie alle wichtigen Informationen direkt auf Ihre Website

Verstecken Sie keine Informationen in PDF-Dokumenten, z.B. zu Veranstaltungen wie Online-Weinproben. Vermeiden Sie es, Informationen wegzulassen (z.B. welche Weine sind im Weinprobierpaket enthalten), denn es werden Nachfragen kommen, die für Sie zusätzliche Arbeit bedeuten. Außerdem werden Webseitenbesucher sich eventuell für ein anderes Weingut entscheiden, weil sie sich dort besser informiert fühlen.

Fordern Sie Ihre Webseitenbesucher auf jeder Seite zu einer Aktion auf

Selbst wenn Sie meinen, auf der Seite stehen ja nur Hintergrundinformationen wie z.B. über Ihre Weinlagen. Sagen Sie dem Webseitenbesucher, was er nun tun soll, fordern Sie ihn zu einer Aktion auf. Sorgen Sie dafür, dass er sich weiter auf Ihrer Website bewegt, bis er z.B. Wein gekauft hat oder eine Anfrage getätigt hat. Verlinken Sie z.B. bei einer Weinlage auf die zugehörigen Weine, damit diese vom Webseitenbesucher gekauft werden. Halten Sie sie ihm „unter die Nase“. Oder binden Sie ein Kontaktformular ein, damit er eine Anfrage stellen kann. Führen Sie ihn mindestens immer auf eine weitere Webseite, damit Sie ihn nicht verlieren.

Stellen Sie die Informationen auf Ihrer Website für Google lesbar dar

Google empfiehlt dafür sog. strukturierte Daten, das ist so etwas wie eine tabellarische Darstellung z.B. von Weindaten oder von Informationen zu Ihren Veranstaltungen im Hintergrund Ihrer Website. Auf diese Weise kann Google besser erkennen, um was es auf Ihrer Website geht, und kann diese Informationen dann besser den Suchanfragen der Internetnutzer zuordnen. Effekt ist eine bessere Darstellung in den Suchergebnissen, z.B. auch in der Veranstaltungsübersicht von Google, und damit mehr Reichweite für Ihre Website und Ihr Weingut.

Gestalten Sie Ihre Website nicht als One-Pager

One-Pager sind nett, wenn man von oben nach unten scrollend eine Geschichte erzählen will. Aber sie sind nicht geeignet, die vielfältigen Leistungen eines Weingutes darzustellen. Insbesondere sind sie auch nicht besonders suchmaschinenfreundlich, weil alle Informationen auf einer einzigen Seite stehen. Wenn nun jemand in Google nach Ihrem Rotwein sucht, kommt er auf Ihre (einzige) Seite und muss dort nun wieder unter allen Inhalten nach Ihrem Rotwein suchen. Das ist nicht gut und verstörend. Viel besser ist eine gut strukturierte Website, die die Inhalte und Informationen so aufbereitet, dass sie einerseits vom Webseitenbesucher gut über die Navigation erkundet werden können, und andererseits besser in den Suchergebnissen von z.B. Google auftauchen. Wenn es zu einem Thema eine eigene Seite gibt, dann wird diese Seite bei passenden Suchanfragen besser gefunden. Wenn Ihr Webseitenbesucher diese Seite dann anklickt und die gewünschten Informationen schnell findet, haben Sie einen weiteren potenziellen Kunden gewonnen!

Ihre Website und Ihr Online-Shop sollten eins sein

Es gibt verschiedene Online-Shop-Lösungen. Die einen bieten Ihnen einen separaten Shop auf einer weiteren Website mit einer eigenen Domain, die Sie zusätzlich zu Ihrer eigenen Website verwalten müssen. Hier laufen Sie Gefahr, Daten zu Ihren Weinen doppelt pflegen zu müssen. Es sei denn, Sie vermeiden es, auf Ihrer eigenen Website Ihre Weine zu erwähnen. Aber was ist schon eine Weingut-Website ohne Wein drauf? Ihre Webseitenbesucher müssen in diesem Fall Ihre eigentliche Website verlassen, um Ihren Wein zu kaufen. Sie sind dann weg von Ihren weiteren Angeboten wie z.B. Veranstaltungen wie Online-Weinproben, und werden diese weniger wahrnehmen.

Darüber hinaus gibt es Shop-Lösungen, die Sie per sog. iframe in Ihre Website einbinden können, sozusagen eine Website innerhalb einer Website. Das mag praktisch wirken, immerhin bleibt der Internetnutzer auf Ihrer Website. In Sachen Suchmaschinenoptimierung ist dies aber nicht besonders dienlich. Ihre Weine, die auf diese Weise in Ihre Website eingebunden sind, werden Internetnutzer in Suchmaschinen kaum finden.

Ich empfehle die Verknüpfung von Website und Online-Shop als eine Einheit, denn so werden Ihre Weine im Online-Shop über Google direkt auf Ihrer eigenen Website gefunden. Sie können besser die weiteren Angebote Ihres Weingutes ins Spiel bringen, und Sie haben viel mehr Möglichkeiten, Ihre Weine auf Ihrer eigenen Website an beliebigen Stellen zum Kauf anzubieten, z.B. direkt bei den Informationen zu Ihren Weinlagen. Interessiert sich jemand für Ihre Lagen, so können Sie ihm an der Stelle genau die passenden Weine anzeigen, und der Weg zum Kauf wird stark verkürzt.

Sammeln Sie an jeder möglichen Stelle Ihrer Website Newsletterabonnenten ein

Newsletter- und E-Mail-Marketing gehört immer noch zu den wirkungsvollsten und kostengünstigsten Mitteln, aus Interessenten Kunden zu machen oder Kunden zu weiteren Käufen zu animieren. Daher sollten Sie in allen Formularen Ihrer Website (Anfrage, Anmeldung zu Veranstaltungen oder zur Weinprobe, Bestellungen etc.) immer auch das Abonnieren Ihres Newsletters anbieten. Sie können dabei nur gewinnen!

Impressum

Stefan Hollmann | Webseiten für Weingüter und den Weintourismus
Die-Weingut-Website.de
Herchenbachstr. 9
40470 Düsseldorf
Deutschland

Telefon: +49 173 8351323

E-Mail: info@die-weingut-website.de
Website: <https://www.die-weingut-website.de>

Facebook: <https://www.facebook.com/dieweingutwebsite>
Instagram: <https://www.instagram.com/dieweingutwebsite/>
Xing: https://www.xing.com/profile/Stefan_Hollmann11
LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/stefan-hollmann-640a35140/>

*Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, auch die der Übersetzung, des Nachdrucks und der Vervielfältigung des Werkes oder Teilen daraus, sind vorbehalten. Kein Teil darf ohne meine ausdrückliche und schriftliche Genehmigung in irgendeiner Form, auch nicht für Zwecke der Unterrichtsgestaltung reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.
Das eBook ist ohne Ausnahme für den Eigengebrauch bestimmt.*
