

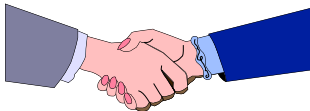


## **20 gute Gründe im Internet präsent zu sein**

### **1. Um Präsenz zu markieren**

Weltweit haben über 1 Milliarde Menschen Zugriff auf das World Wide Web (WWW). Was immer auch Ihre Geschäftstätigkeiten sind, Sie können nicht mehrere Millionen Menschen ignorieren. Haben Sie Teil an dieser Gemeinschaft. Zeigen Sie, dass sie interessiert sind, etwas zu leisten. Dazu müssen Sie im Internet sein! Ihre Konkurrenz ist es auch.

### **2. Um zu kommunizieren**



Ein grosser Teil des Geschäftslebens ist nichts anderes als Kontakte knüpfen. Jeder versierte Geschäftsmann weiss: Es ist nicht nur wichtig was man kennt, sondern auch wen man kennt. Es ist üblich, bei einem Treff die Visitenkarten auszutauschen, und mancher Geschäftsmann könnte erzählen, wie aus einem zufälligen Treffen eines Tages das grosse Geschäft wurde. Stellen Sie sich vor, Sie könnten Ihre Visitenkarte tausendfach oder sogar millionenfach an potentielle Kunden verteilen, um Ihnen zu zeigen, was Sie tun, und wie Sie zu erreichen sind. Genau das können Sie, rund um die Uhr, einfach und billig auf dem Internet.

### **3. Um über Ihre Firma zu informieren**

Welches sind die fundamentalen Informationen? Denken Sie an die Einträge im Branchentelefonbuch. Wie sind Ihre Geschäftszeiten? Was bieten Sie an? Wie kann man Sie kontaktieren? Welche Zahlungsarten akzeptieren Sie? Wo befindet sich Ihr Geschäftssitz? Und nun stellen Sie sich vor, Sie könnten Ihren Eintrag in den Gelben Seiten tagtäglich à jour halten. Welche Aktion läuft heute? Der gegenwärtige Zinsfuss? Wann findet der nächste Rampenverkauf statt? Sie könnten doch Ihren Umsatz steigern, wenn es Ihnen gelänge, Ihren Kunden laufend alle guten Kaufargumente zu übermitteln. Und genau das gelingt Ihnen auf dem Internet.

### **4. Um für Ihre Kunden da zu sein**

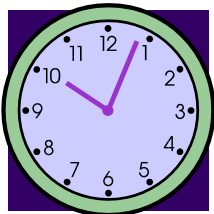
Informationen über Ihr Geschäft zu vermitteln ist eine der wichtigsten Aufgaben. Aber Sie werden noch weitere Dinge entdecken, die mittels der WWW-Technologie möglich sind: Mittels einem Formular, die Ihre WWW-Besucher online ausfüllen können, haben sie z.B. die Möglichkeit, nach der Verfügbarkeit eines bestimmten Artikels zu suchen, oder sogar ihre Aussicht auf einen Abzahlungskauf oder einen Kleinkredit zu ermitteln.



## 5. Um das Interesse der Öffentlichkeit zu wecken

Sie werden Newsweek kaum dazu bringen, über die Eröffnung Ihres Ladens in Ihrem Dorfe zu berichten. Aber eventuell können Sie Ihre WWW-Adresse dort platzieren. Mit dieser kleinen Nachricht ist irgend jemand, irgendwo - wenn er oder sie Zugriff auf das Internet hat - ein potentieller Besucher auf Ihrer Webseite und damit ein möglicher Kunde.

## 6. Um kritische Informationen zum richtigen Zeitpunkt freizugeben



Was tun, wenn Ihre Informationen nicht vor Mitternacht freigegeben werden sollen? Der Jahresabschluss, der Gewinner des Preisausschreibens, die Pressenotiz für den heiss erwarteten Film, die Fusionsnachricht? OK, Sie geben eine Sperrfrist an, in der Hoffnung, dass sich alle daran halten. Im Internet können Sie die Nachricht zu irgendeinem Zeitpunkt freigeben, zusammen mit allem

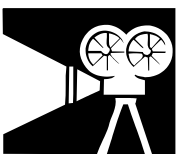
Begleitmaterial wie Fotos, Biographien usw. Die Ankündigung "Die News werden ab 00:01 Uhr auf dem WWW abrufbar sein" wird einschlagen. Diejenigen werden den Primeur haben, welche auf Ihre Nachricht warten und nicht diejenigen, welche Ihre Neuigkeiten zu früh publizieren.

## 7. Um zu verkaufen

Oft wird angenommen, dies sei die wichtigste Sache im WWW. Wir haben es hier lediglich an die siebte Stelle genommen, um klar zu machen, dass Sie Verkauf im Internet erst in Betracht ziehen sollten, wenn Sie all die obigen sechs Dinge - und eventuell einige dazu - bereits realisiert haben. Warum? Die Antwort ist nicht ganz einfach und wird am besten mit einer Gegenfrage gekontert:

Betrachten Sie das Telefon als das beste Verkaufsinstrument? Vermutlich nicht. Wahrscheinlich betrachten Sie das Telefon als eines von mehreren Werkzeugen, um mit Ihren Kunden zu kommunizieren, welches schlussendlich hilft zu verkaufen. Ähnlich verhält es sich mit dem WWW. Die Technologie ist natürlich eine andere. Bevor jemand Ihnen etwas abkauft, will er etwas über Sie, Ihr Produkt und Ihre Dienstleistungen wissen. Und genau das können Sie einfach und günstig auf dem Internet bekannt machen. Danach können Sie ihn als Kunden gewinnen.

## 8. Um mit Bildern, Klängen und Filmsequenzen aufzuwarten



Ihr Angebot ist ein Knüller, aber die Leute möchten es in Aktion sehen. Die neue CD ist genial, aber ohne einen Ausschnitt zu hören, wird niemand wissen, wie exzellent der Sound ist. Ein Bild sagt mehr als tausend Worte, aber wer liest schon tausend Worte? Im WWW können Sie Ihre Message - wenn es Ihnen nützlich erscheint - mit Klängen, Bildern und sogar kurzen Filmsequenzen untermalen. Keine noch so aufwendige Broschüre kann das bieten.



## 9. Um einen hoch erwünschten demographischen Markt zu erreichen

Die Internet-Benützer repräsentieren vermutlich den Markt mit den kaufkräftigsten Konsumenten. Normalerweise sind es Leute mit einer höheren Bildung und adäquatem Einkommen, oder Leute in entsprechender Ausbildung mit einem später erwarteten höheren Verdienst. Es ist kein Wunder, dass das 'Wired Magazine' (das Internet-Magazin, publiziert auf dem Internet) keine Probleme hat, Inserate für High-End-Güter zu akquirieren.

## 10. Um häufig gestellte Fragen zu beantworten

Sie wissen es aus Erfahrung, Ihr Telefonverkaufspersonal verbringt die meiste Zeit damit, immer wieder und wieder die gleichen Fragen zu beantworten. Es sind genau die Fragen, welche Ihre Kunden und Interessenten zum Voraus beantwortet haben möchten, bevor Sie mit Ihnen in Kontakt treten. Bringen Sie diese Fragen und Antworten auf eine Webseite, damit verkleinern Sie die Hürde, mit Ihnen Kontakt aufzunehmen, und Sie sparen erst noch wertvolle Zeit.

## 11. Um Ihren Aussendienst auf dem Laufenden zu halten



Ihre Aussendienstmitarbeiter benötigen die aktuellsten Informationen. Damit können sie besser verkaufen um gezielt zum Abschluss kommen. Wenn Sie diese Daten zur Verfügung haben, stellen Sie diese Ihren Mitarbeitern (und nur ihnen) auf dem WWW zur Verfügung. Ihre Mitarbeiter können diese jederzeit - und zum Lokaltarif - über die Telefonleitung abrufen und dies erst noch, ohne jemanden von Ihrem Innendienst zu beanspruchen.

## 12. Um internationale Märkte zu öffnen



Es ist nicht immer einfach, die Post, das Telefon und sämtliche Vorschriften in all Ihren potentiellen internationalen Märkten zu verstehen. Mit einer Webseite können Sie mit internationalen Märkten Kontakte aufnehmen, als wären Sie vor Ihrer Türe. Tatsächlich müssen Sie, bevor Sie aufs Netz gehen, sich entscheiden, wie Sie auf ausländische Anfragen reagieren wollen. Denn es ist so gut wie sicher, dass sich internationale Geschäftsmöglichkeiten eröffnen, unabhängig davon, ob Sie diese beabsichtigen oder nicht. Zudem, wenn Sie Vertriebsstützpunkte im Ausland haben, können diese die Informationen zum Tarif von Lokalgesprächen in Ihrem Hauptsitz abholen.



### **13. Um 24 Stunden präsent zu sein**

Die Zeitverschiebungen im internationalen Geschäft sind eine unangenehme Hürde für Telefongespräche. Wir sind halt nicht alle im gleichen Takt. Business ist international, aber Ihre Geschäftszeiten sind es nicht. Anders bei den Webseiten: Sie dienen den Kunden und Partnern 24 Stunden im Tag, sieben Tage die Woche. Sie können die Informationen auf dem Web entsprechend präsentieren und wichtige Informationen entgegennehmen. So erhalten Sie einen Vorsprung auf die Konkurrenz, sogar bevor diese im Büro eingetroffen ist.

### **14. Um schnelllebige Informationen augenblicklich verfügbar zu machen**

Manchmal ändern gedruckte Informationen bevor sie überhaupt richtig trocken sind. Dann haben Sie einen Stapel von teurem, aber wertlosem Papier. Electronic Publishing ist hier das geeignetere Werkzeug: Kein Papier, keine Druckerschwärze, keine Druckkosten. Sie können sogar Ihre Webseite mit einer Datenbank direkt verbinden, so dass die Webseite zu jedem Zeitpunkt den Inhalt der echten und aktuellen Daten abbildet. Und dies unabhängig davon, wann und wie oft sie die Daten ändern oder ergänzen. Kein noch so schönes und raffiniertes (gedrucktes) Dokument hat diese Flexibilität

### **15. Um Feedback von Ihren Kunden zu erhalten**

Sie haben die Broschüre, den Katalog oder ein Handbuch herausgegeben. Aber es funktioniert nicht. Keine Bestellungen, keine Anrufe, keine Kontakte. Was war falsch? In der einschlägigen Literatur heisst es: Fahren Sie fort den Markt zu testen, und mit der Zeit werden Sie herausfinden, was schief gelaufen ist. Aber Sie haben dazu weder die Zeit noch das Geld. Auf einer Webseite können Sie die Leser auffordern, Ihnen Feedback zu geben, und Sie werden ihn erhalten, sofort und ohne weitere Kosten. Sie können auf Ihrer Webseite einen E-Mail-Schalter einfügen (analog zur Antwortkarte bei Ihrem per Post versandten Prospekt). So erhalten Sie vom Leser die Reaktion, solange er diese top präsent hat; ohne eine Karte zur Post zu bringen, und ohne dass Sie Porto bezahlen.

### **16. Um den Markt für neue Dienstleistungen und Produkte zu testen**

Die Lancierung eines neuen Produktes ist teuer. Inserieren und PR kosten viel Geld. Wenn Sie einmal das Web kennen und wissen, was man von den Lesern Ihrer Page erwarten kann, dann sind diese Leser der am einfachsten und günstigsten erreichbare Markt. Diese Leser lassen Sie wissen was sie von ihrem Produkt halten, schneller und günstiger als irgend ein anders erreichbares Marktsegment. Zu den Kosten für die Erstellung einiger Webseiten erhalten Sie eine magische Kristallkugel, welche Sie darauf hinweist, wie und wo Sie Ihr Produkt im Markt positionieren müssen.



## 17. Um mit den Medien zu kommunizieren



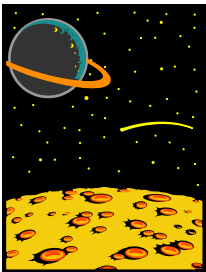
Jede Art von Geschäft benötigt - wie unter Punkt 5 angedeutet - die Publizität, welche die Medien erbringen können. Wie wäre es, wenn Sie ihre Ankündigungen online auf dem Netz anbieten? Die Medienbranche ist die bestvernetzte Branche, da ihr Produkt die Information ist, und Informationen lassen sich am schnellsten, billigsten und einfachsten online abholen. online Pressemappen sind digitale Informationen und dadurch besonders für die Weiterverarbeitung in den Pressebüros geeignet. Digitale

Bilder müssen nicht zuerst noch gescannt werden, Texte können einfach und schnell geändert und in die zum Drucken benötigte Form gebracht werden. All das kann mit dem Internet erreicht werden.

## 18. Um an Jugendliche und den Ausbildungsmarkt zu gelangen

Falls Sie im Ausbildungssektor tätig sind, denken Sie daran, dass praktisch alle Hochschulen ihren Studenten einen Internet-Anschluss zur Verfügung stellen. Andere Bildungsinstitutionen werden folgen oder sind jetzt schon im Netz. Angebote für Bücher, Turnschuhe, Kurse, Jugendmode usw. gehören aufs Netz.

## 19. Um Nischenmärkte zu erreichen



Verkaufen Sie Aquarien, Kunstreproduktionen oder Flugstunden? Sie denken vielleicht, dass das Internet dazu nicht das richtige Instrument sei. Wirklich nicht? Die Internetgemeinschaft besteht längst nicht mehr nur aus Informatikstudenten. Mit den weit über 1 Milliarde Internetbenützern zählt selbst die ausgefallenste Zielgruppe sehr viele Teilnehmer. Und da im Web mächtige Suchmechanismen zur Verfügung stehen, wird man Ihre Firma finden - oder Ihre Mitanbieter.

## 20. Um Ihre lokalen Märkte zu bedienen

Die Mächtigkeit des Internet, um die ganze Welt zu erreichen, wurde bereits erwähnt. Was aber mit Ihrer Nachbarschaft? Wenn Sie im Grossraum Zürich, Frankfurt, Berlin, Wien, ... angesiedelt sind (und wer ist das nicht im deutschsprachigen Raum?), dann ist Ihr Einzugsgebiet gross genug, um Webmarketing zu erwägen. Es gibt bereits Restaurants, welche Tischreservierungen über das Internet entgegennehmen. Unabhängig davon wo Sie angesiedelt sind - wenn Ihr Grosskunde einen Internet-Anschluss hat, sollten Sie auch einen haben.