



## SUCHE

## MARKE-X MAGAZIN

### AKTUELLE AUSGABE

Lesen Sie die aktuelle Ausgabe von Marke-X

### BISHERIGE AUSGABEN

Alle bisherigen Ausgaben mit kurzer Inhaltsangabe

### MARKE-X ARCHIV

Kostenlos! Gezielte Suche nach Schlüsselwörtern

### INFO CENTER

Links zu Hunderten von Artikeln

### BÜCHER

Aktuelle Buchempfehlungen

## SERVICE

## KONTAKT

## ÜBER MARKE-X

## IMPRESSUM

## MEDIADATEN

## Das Klick-Geheimnis - Mit psychologischen Tricks mehr Kunden gewinnen

von Sascha Langner



**Nicht jeder Klick hat den selben Wert. Keine andere Beobachtung hat einen so gewaltigen Einfluss auf den Erfolg von Online-Werbekampagnen. Aber wie so vieles andere auch wird die**

**Bedeutung dieser Erkenntnis unterschätzt: Eine große Chance für clevere Marketing-Füchse.**

Die Art und Weise wie Menschen auf Informationen reagieren, ist stark abhängig von der jeweiligen Präsentationsform. Auch wenn jeder meint nicht beeinflussbar zu sein, wirken sich die richtigen Rahmenbedingungen in beeindruckender Weise auf das Kaufverhalten aus.

An einem Beispiel lässt sich dies verdeutlichen:

Stellen Sie sich vor, Sie kommen in der Innenstadt an einem Bücherstand vorbei. Der Verkäufer sieht ein wenig heruntergekommen aus und die alten Bücher, die er verkauft, hat er lieblos in Umzugskartons platziert. Als Sie näherkommen ruft er Ihnen mit einem zerfledderten Buch in der Hand zu: "Ey, kaufen Sie das Buch hier, 50,00 EURO, ist echt antik!".

In einer solchen Situation, würden Sie wahrscheinlich höflich lächeln und weitergehen.

Nehmen wir nun das gleiche alte Buch und platzieren es in die hochwertige Vitrine eines Antiquariats in einem vornehmen Stadtteil von Hamburg. Fügen wir noch zwei gutgekleidete Personen hinzu, die sich interessiert über das Buch austauschen. Als Sie gerade ebenfalls einen Blick auf das Werk werfen wollen, kommt der Besitzer des Ladens zu Ihnen und fragt, ob Sie sich das Buch einmal näher anschauen möchten.

Hat sich Ihre Sichtweise bezüglich des Buches verändert?

Wenn Sie ehrlich sind, dann würden Sie im Rahmen des zweiten Szenarios wesentlich eher davon ausgehen, dass es sich um ein seriöses und vertrauenswürdige Angebot handelt als beim ersten Szenario (außer Sie sind ein

## NEWSLETTER

Abonnieren Sie Marke-X®, das kostenlose Web Marketing Magazin

Kostenlos dazu: Sascha Langner's Top 10 Tipps für erfolgreiche Newsletter

E-Mail



ausgesprochener Buchkenner). Es liegt in der menschlichen Natur, Dinge nicht separat, sondern im Kontext zueinander wahrzunehmen. Diese Erkenntnis hat einen großen Einfluss auf Ihre Internet Marketing Aktivitäten, d.h. Ihre Website und Ihre Promotion-Bemühungen.

### **Häufig stimmen die Rahmenbedingungen nicht**

Nicht jeder Besucher, der Ihre Website erreicht, mag auch an Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung interessiert sein. Studien belegen, dass 30-60% der Besucher einer Website, diese nach der Startseite wieder verlassen. Häufig erwarten Besucher einfach etwas ganz anderes als das, was sie bekommen.

Dennoch zielt die Masse der Online-Werbekampagnen darauf ab, möglichst viele Klicks zu erzielen. Dabei spielen die Rahmenbedingungen, d.h. wie die Klicks zu Stande gekommen sind, in der Regel eine untergeordnete Rolle. Die Werbetreibenden erhalten auf diese Art und Weise zwar eine Menge Traffic, ob jedoch die Besucher die richtige Sichtweise haben und das Angebot tatsächlich dem entspricht, was sie erwarten, ist häufig fraglich.

### **Die wichtige Frage**

Stellen Sie sich deshalb bezüglich Ihrer Marketingaktivitäten die Frage: "Wie gelangen Nutzer auf meine Website?". Stimmt der Kontext? Wird ein Bild aufgebaut, das Ihren Leistungen gerecht wird oder gelangt der Nutzer womöglich über ein Banner auf Ihre Website, was etwas ganz anderes verspricht, als das, was Sie bieten?

### **Qualität ist besser als Quantität.**

Der Kontext ist entscheidend für den Erfolg Ihrer Marketinganstrengungen. Ein Besucher, der über eine Empfehlung einer Fachzeitschrift Ihre Website erreicht, wird eine andere Sichtweise auf Sie und Ihr Unternehmen haben, als jemand, der über einen Suchmaschinenlink zu Ihnen gelangt.

Folgende Dinge müssen Sie deshalb unbedingt bedenken:

- **Aussagekraft Ihrer "externen" Texte**  
Achten Sie auf alle Texte, die auf Ihre Website verweisen (seien es Banner, Links, Suchmaschinenergebnisse, etc.). Welches Bild bauen diese beim Nutzer auf? Stimmt dies mit Ihren Leistungen überein?

Vergleichen Sie die folgende Empfehlungen zu ein und derselben Website:

Alles rund um Wellensittiche  
<http://www.vogelfutterparadies.de>

und...

Ich war zunächst skeptisch, aber die Anleitungen und Empfehlungen zum Thema Vogelfutter waren hervorragend. Mein Wellensittich ist aufgeweckt wie nie...  
<http://www.vogelfutterparadies.de>

Welcher Text liefert wohl den besseren Rahmen und erzeugt das genauere Bild von der Leistung der Website? Natürlich der zweite. Er zeigt anschaulich, was die angegebene URL wohl bietet.

- **Relevante Informationen**

Ihre Texte müssen nicht nur aussagekräftig sein, sondern auch das beschreiben, was Sie bieten. Viele Promotion-Taktiken basieren darauf, Nutzern ein falsches Bild zu vermitteln, nur um Klicks zu erzielen. Da wird geworben mit kostenlosen MP3 Downloads, Bannern mit gefakten Navigationselementen (siehe Abbildung 1) oder umfangreichen kostenlosen Softwarearchiven.



Abbildung 1: Fake-Banner

Vorgehensweisen dieser Art werden in der Regel von Anbietern sogenannter "general interest" (dt. von allgemeinem Interesse) Produkten und Dienstleistungen angewendet. Dahinter verbirgt sich der Irrglaube, dass es keinen Unterschied mache, wie der Nutzer auf die Website komme. Da es sich ja um ein Angebot handele, das eigentlich jeden interessiere, würde der Besucher allein von den Vorteilen des Produktes gefesselt und bliebe.

Doch was würden Sie als erstes tun, wenn Sie ein Freewareverzeichnis erwarten und auf der Produktseite einer Suchmaschineneintragssoftware landen? Natürlich, sofort auf den Back-Button klicken. Werben Sie also immer mit dem, was Sie auch anbieten.

- **Ihre Website - Kern des Erfolgs**

Wie Ihre Website wahrgenommen wird, entscheidet maßgeblich über die Kaufentscheidung. Es gibt keine zweite Chance für den ersten Eindruck. Nutzer können Ihr Unternehmen und Ihre Produkte als seriös und vertrauenswürdig sehen oder aber auch als billig und unsicher einschätzen und nie wieder kommen. Gestalten Sie Ihren Internetauftritt so, dass er die richtigen Rahmenbedingungen liefert, Ihre Leistungen sinnvoll zu präsentieren.

### **Kein Besucherstrom ist wertlos**

Nutzer, die unter Annahme falscher Tatsachen auf eine Website kommen, mögen zwar nicht zu Kunden werden, es gibt aber andere Möglichkeiten auch diese Besucherströme zu nutzen. Eine effiziente Taktik ist, nicht ein Produkt zu verkaufen, sondern zu versuchen Newsletter-Abonnenten zu gewinnen. Dieses ist in der Regel effektiver, da die Hemmschwelle seine e-Mail-Adresse zu nennen, niedriger ist, als etwas zu kaufen. Über den Newsletter ist es dann

einfacher, die passenden Rahmenbedingungen zu schaffen,  
und das eigene Produkt im richtigen Licht zu präsentieren.

Weiter zu:

[Die richtige Wortwahl - Mehr Umsatz mit effektiven  
Web-Texten](#)

[Effektive Internet Werbung - Wie Sie die Werbedichte  
durchbrechen](#)

---

Bestellen Sie den monatlichen E-Mail Newsletter, **Marke-X Internet Marketing**<sup>®</sup>. Mit über 2500 Abonnenten ist Marke-X einer der erfolgreichsten Internet Marketing Newsletter in Deutschland. [Bisherige Ausgaben.](#)

E-Mail Adresse:

---

[Startseite](#) - [Aktuelle Ausgabe](#) - [Archiv](#) - [Info Center](#) - [Bücher](#)

[Kontakt](#) - [Über Marke-X](#) - [Impressum](#)

© Copyright 1999-2003 [Marke-X](#), Magazin für Internet Marketing.  
Aller Rechte vorbehalten. E-Mail: [sascha.langner@marke-x.de](mailto:sascha.langner@marke-x.de)  
Ihre Web Marketing Infoquelle: <http://www.marke-x.de>

