



Foto: pixelio/Piotr

Onlinestart

Im Vorteil mit der eigenen Webseite

Der professionelle Internetauftritt ist ein einfacher Weg, viele Menschen auf Ihr Kosmetikstudio aufmerksam zu machen und sie so als Neukunden zu gewinnen. Mit relativ geringem Aufwand wird auch Computer-Laien der Weg zur eigenen Homepage ermöglicht.

Es gibt zahlreiche Gründe, warum die Kosmetikerin eine eigene Homepage braucht. Immer mehr Menschen suchen im Internet nach Dienstleistungen und Produkten im kosmetischen Bereich. So geht die Sekretärin auf der Suche nach einer Wellnessbehandlung mal eben in der Mittagspause ins Internet. Oder die potenzielle Kundin stößt beim Googeln zufällig auf die Webseite eines Kosmetikstudios und wird so zum ersten Besuch angeregt. Daher eröffnet die eigene Webseite auch der Kosmetikerin eine einfache Möglichkeit zur Neukundengewinnung. Aber auch zur Kundenbindung trägt die eigene Präsenz im Internet bei,

da bestehende Kundinnen sich auf der Homepage über aktuelle Angebote, Preise, Aktivitäten und Aktionen informieren können. Nicht zuletzt ist ein eigener Internetauftritt auch ein Imagegewinn, der Professionalität vermittelt. Durch die Angabe Ihrer Internetadresse etwa auf Visitenkarten, Flyern oder der Außenwerbung signalisieren Sie Ihren Kundinnen Seriosität.

Kontrollwerkzeug

Der eigene Internetauftritt dient aber nicht nur der Kundin als Informationsforum. Auch die Kosmetikerin selbst kann sich damit über die Resonanz informieren: nämlich an-

hand der Webstatistik als Kontrollwerkzeug für ihre Werbung. Durch eine Webstatistik messen Sie die Werbeerfolge beispielsweise in zwei unterschiedlichen Regionalblättern. Wenn nach dem Einsatz eines bestimmten Werbemediums die Zugriffe auf Ihre Homepage ansteigen, ist das für Sie ein bequemer Wegweiser, wo und wie Sie Ihr Werbebudget am effektivsten zur Wirkung bringen können.

Vorbereitungen

Wer eine Homepage plant, muss sich zunächst überlegen, welche Informationen auf der Seite untergebracht werden sollen. Bei einem Kosmetikinstitut empfiehlt es sich natürlich, die unterschiedlichen Angebote mit den dazugehörigen Preisen vorzustellen. Ansprechende Fotos können dabei unterstützend wirken. Fotos von den Räumlichkeiten und Mitarbeitern geben Neukundinnen schon einmal einen Eindruck zum Ambiente und zur Kundenfreundlichkeit.

Natürlich müssen auch die Basisinformationen wie Adresse, Telefonnummer, E-Mail-Kontakt und Öffnungszeiten auf der eigenen Webseite untergebracht werden. Nicht zu vergessen sind außerdem die rechtlich vorgeschriebenen Informati-

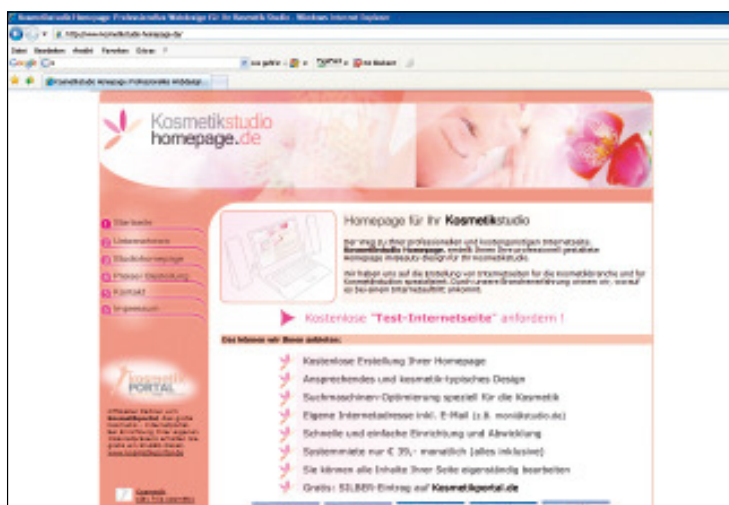
onen, die das Impressum enthalten muss (siehe dazu „Rechtsfalle Internet“ auf Seite 94).

Am wichtigsten ist es aber, sich vorher darüber klar zu werden, wie die Seite gestaltet werden soll. Welchen Eindruck soll sie bei der Kundin vermitteln? Welche Erwartungen soll sie wecken? Darauf können vor allem Farbgebung und Struktur ausgerichtet werden.

Alternativ zur Homepage gibt es die Möglichkeit, lediglich eine Visitenkarte ins Netz zu stellen. Darauf kann die Kosmetikerin die potenziellen Kundinnen zumindest über Standort, Telefonnummer und Öffnungszeiten informieren. Einen umfassenderen Eindruck vom Institut und dessen Angebot bekommt die Kundin natürlich durch eine ausführliche Homepage.

Technische Schritte

Für die eigene Online-Präsentation gibt es verschiedene Möglichkeiten. Um eine eigene Internetseite betreiben zu können, benötigen Sie zunächst eine Internetadresse (Domainname), zum Beispiel www.meinstudio.de. Wer seine persönliche Internetadresse registrieren



Der eigene Internetauftritt gibt Neukunden einen Vorab-Eindruck, was sie im Kosmetikinstitut erwartet. Stammkunden werden über Neuheiten informiert

will, wird aber schnell merken, dass viele .de-Adressen schon vergeben und nicht mehr verfügbar sind. Neue Endungen wie .biz oder .info können da Abhilfe schaffen.

Außerdem wird ein Webspacer benötigt. Auf diesem Webspacer wird Ihre Homepage abgelegt und ist somit über das Internet für jeden erreichbar. Der Webspacer muss dabei nicht zwingend bei kostenpflichtigen Anbietern gebucht werden. Al-

lerdings finanzieren sich die kostenlosen Anbieter über Werbung. Wer keine fremde Werbung auf der eigenen Homepage haben möchte, sollte den Webspacer also lieber bei einem der zahlreichen kostengünstigen Anbieter buchen.

Es gibt zwei Arten von Internetseiten: die statische und die dynamische Internetseite. Die statischen Internetseiten bestehen aus einzelnen, statisch erzeugten HTML-Da-

Kosmetik Spa Kabinenbedarf



Bestellen Sie KOSTENFREI

- unseren Fachkatalog 2008
 - unser Schulungsmagazin 2008
- Bitte schriftlich mit Gewerbebescheinigung und genauen Adress- und Kontaktdaten.



MORAVAN® Warenhandels GmbH
Am Lotfeld 56 · D-81249 München
Tel.: +49 (0)89 8649 87-0 · Fax: +49 (0)89 8649 87-5
E-Mail: info@moravan.de · Internet: www.moravan.de



teien. Dabei gibt es für jede Unterseite, beispielsweise Ihre Rubrik „Leistungen“, eine HTML-Datei, die von einem Webdesigner separat programmiert werden muss.

Bei dynamischen Internetseiten handelt es sich um ein Baukasten-System. Hier haben Sie auch ohne Programmierkenntnisse die Möglichkeit, Ihre inhaltlichen Änderungen selbstständig durchzuführen. Die Änderungen werden mithilfe eines einfachen Programms, das Microsoft Word ähnelt, eingegeben und dann mittels eines Redaktionsprogramms (CMS – Content Management System) automatisch fürs Internet umgesetzt.

Falls sich inhaltliche Änderungen auf Ihrer Homepage ergeben, müssen Sie also bei statischen Internetseiten einen Webdesigner damit beauftragen, diese durchzuführen.

Dynamisch im Vorteil

Bei dynamischen Webseiten sind Sie dagegen an keinen Webdesigner gebunden und können Ihre Internetseite eigenständig aktuell halten. In der Regel fallen monatlich einige Stunden für Änderungs- und Wartungsarbeiten an einer Internetseite

an. Es müssen zum Beispiel neue Mitarbeiter, Studiobilder, Produkte, Termine, Angebote, Aktionen oder Behandlungen vorgestellt werden.

Es gibt zwei Wege zu einer professionellen Homepage: die Erstellung durch eine Webdesign-Agentur oder durch einen Homepage-Baukasten. Im ersten Fall lassen Sie sich individuell eine Homepage von einem Webdesigner erstellen.

Die durchschnittlichen Kosten betragen bei einmaliger Erstellung circa 1 500 Euro und die monatliche Miete für den Webspace circa acht Euro. Weitere laufende Kosten ergeben sich aus dem Stundensatz eines Webdesigners. Bei inhaltlichen Änderungen sind das im Bundesdurchschnitt circa 50 Euro.

Homepage-Baukästen

Im zweiten Fall nutzen Sie das Angebot eines Dienstleisters, der Ihnen einen Homepage-Baukasten zur Verfügung stellt. Hier ist die einmalige Erstellung meistens kostenlos. Die monatliche Miete liegt allerdings zwischen zehn und 100 Euro. Inhaltliche Änderungen werden von Ihnen eigenständig vorgenommen. Somit fallen dafür also keine weiteren Kosten an.

Einer der vielen Anbieter zur eigenen Internetseite hat ein Baukastensystem extra für Kosmetikstudios entwickelt. Die Kosmetikstudio-Homepage bietet seinen Homepage-Baukasten ausschließlich für Kosmetikerinnen an. Damit können Sie Ihr Studio im Internet präsentieren und sparen sich den Programmierer. Da Sie alle Inhalte durch das leicht zu bedienende Programm selbst bearbeiten können, minimieren Sie die laufenden Kosten. Die Einrichtung und Programmierung der Homepage ist kostenlos.

Die Vorteile bei dieser „Branchenlösung“ liegen auf der Hand. Das Design der Homepage ist kosmetiktypisch und somit ansprechend für die Kundinnen. Zusätzlich zu den Informationen über Ihr eigenes Institut wird die Homepage mit kosmetik-typischen „Muster-Inhalten“ ge-

Homepage-Inhalt

Informationen, die auf der Website stehen sollten:

1. Vorstellung des Instituts auf der Startseite: Gründungsjahr, Qualifikation, Schwerpunkte
2. Name, Adresse, Telefonnummer, Öffnungszeiten, E-Mail-Kontakt
3. Impressum mit den rechtlich vorgeschriebenen Informationen (siehe auch Seite 94)
4. Die unterschiedlichen Behandlungsangebote mit Preisliste
5. Bilder vom Studio und den Mitarbeitern
6. Aktuelle Aktionen und Sonderangebote

füllt. Außerdem erhalten Sie zur Gestaltung Ihrer Homepage professionelles Bildmaterial aus dem kosmetischen Bereich. Änderungen können jederzeit eigenständig von Ihnen durchgeführt werden. Vorab kann eine kostenlose Test-Internetseite angefordert werden. Für welche Internet-Variante Sie sich auch immer entscheiden: Wichtig ist, dass Sie sich vorher genau über die Einmal- und die Folgekosten des Anbieters informieren. Denn schließlich soll die Webseite Ihren Umsatz steigern und nicht verringern. ■

Online-Fahrplan

Vorgehensweise bei der Erstellung einer Internetseite – die einzelnen Schritte:

1. Grafisches Layout. Erstellung eines Erscheinungsbildes
2. Keyword-Auswertung. Sie liefern einige Schlüsselwörter für die Suchmaschinen
3. Programmierung und Umsetzung der Internetseite
4. Befüllen der einzelnen Unterseiten mit den von Ihnen gelieferten Inhalten (Texte und Bilder)
5. Onlinestellen auf einem Webspace
6. Publizieren der Homepage. Anmeldung der Seite bei den Suchmaschinen

Auf einen Blick

Autor

Andreas Brendle ist staatlich geprüfter Techniker für Datenverarbeitung und Gesellschafter von Xion Webdesign. Dabei widmet er sich speziell der Erstellung von Internetseiten im kosmetischen Bereich.



Kontakt

info@xion-webdesign.de

Links

www.kosmetikstudio-homepage.de
www.xion-webdesign.de
www.xiongroup.de