

Arbeitsprobe

Kategorie: Mitarbeiterzeitschrift

Kunde: rfw – Agentur für Kommunikation, Darmstadt
(für Döhler, Darmstadt)

Jahr: 2003

Klick für Klick in die Döhler Welt

Neuer Internetauftritt präsentiert das Unternehmen noch besser

Der größte Feind des Guten ist das Bessere. So hat auch der bisherige Internetauftritt von Döhler, immerhin seit etwa fünf Jahren erfolgreich online, dem Nachfolger weichen müssen: Seit November sind unter www.doehler.com die neuen Seiten erreichbar. Die Ziele der Neukonzeption waren hoch gesteckt: Mit dem neuen Auftritt galt es, den Bekanntheitsgrad von Döhler zu erhöhen und neben der werblichen Funktion auch ein Mittel zur Verkaufsförderung zu etablieren, für bestehende wie für potenzielle Kunden – gerade auch in neuen Märkten wie zum Beispiel in China oder Indien. Gleichzeitig soll das Internet als marketingpolitisches Instrument für Döhler weiter ausgebaut werden.

Übersichtliche Struktur

Viele kluge Köpfe haben geraucht, bis das neue Konzept den Ansprüchen gerecht wurde. Durch den heterogenen Personenkreis der User, vom Kunden über den Mitarbeiter bis zur Presse, bedurfte es einer ausgeklügelten Struktur, in der sich alle Zielgruppen – trotz der Fülle an Informationen – einfach zurechtfinden. In der neuen und klaren Struktur ist Navigieren denkbar unkompliziert. Bereits auf oberster Ebene wurde der Auftritt heutigen Erfordernissen angepasst: Innovationen stehen nun nicht nur im Unternehmen, sondern auch in der Navigationsleiste an oberster Stelle. Das Produktprogramm wurde sinnvoll aufgeteilt in Produktspektrum und Produktpalette. Ganz neu ist der „Treffpunkt“. Er informiert

ausführlich über Termine, Vorträge und weitere News. Im Pressearchiv finden sich vertiefende Artikel über die Döhler Welt.

Passend zum Corporate Design

Ganz besonderer Wert wurde darauf gelegt, dem Surfer viele kleine Helfer zur Seite zu stellen, um Informationen nicht umständlich suchen zu müssen, sondern quasi auf den ersten Klick zu finden. Die Sitemap – gewissermaßen die Landkarte für den Internetauftritt – hilft dem User, jeden Unterpunkt direkt anspringen zu können. Darüber hinaus bietet jede Seite die Möglichkeit, direkt eine E-Mail mit Fragen loszuwerfen – ohne sich umständlich an einen definierten „E-Mail-Punkt“ zurückzuklicken. Nicht zuletzt fügt sich der Auftritt jetzt auch nahtlos in das Corporate Design von Döhler: Die einzelnen Elemente, Farbklima, Typographie und Bildwelt, sind exakt darauf abgestimmt. Klaus Hirth (Marketing Services, Darmstadt): „Wir sind sicher, in den kommenden Monaten eine deutliche Steigerung an Nutzern und kommunikativer Leistung durch den neuen Auftritt zu erzielen.“ Döhler News wird wieder darüber berichten. Kommentare und Anregungen sind erwünscht.