

Der Relaunch von www.spedition-seefracht.de

23.02.2021, 11:15 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von:
Presseagentur: WIV GmbH



Kann sich über einen gelungenen Website-Relaunch freuen: Andreas Pfefferle, Geschäftsführer

Wie eine neue Webseite interne Ressourcen freisetzt und langfristige Sichtbarkeit aufbaut

Optisch komplett überarbeitet, in puncto Technik und Sicherheit auf dem neuesten Stand gebracht und funktional so ausgestattet, dass Besucher sich leicht zurechtfinden und idealerweise zum Neukunden werden – so könnte man das Ergebnis des Website-Relaunchs der Seefracht-Sparte der Spedition Transway GmbH beschreiben. WIV-Projektmanager Denis Tischler hat nach dem Livegang der neuen Website mit Transway-Geschäftsführer Andreas Pfefferle über die Motivation hinter dem Relaunch, aber auch über die Ziele gesprochen, die mit der neuen Webseite erreicht werden sollen.

Schön, wenn das neue Jahr auch eine neue Website mit sich bringt. Vom ersten Wireframe und Layout über die technische Umsetzung und die Implementierung von Software-Tools bis zum endgültigen Feinschliff und Livegang von www.spedition-seefracht.de am 27. Januar 2021 sind etwa sechs Monate vergangen. Wie hinter den meisten Relaunches, steckt auch in diesem eine Menge Arbeit – und diesen Aufwand macht man sich als Unternehmer nicht, weil einem bloß das Design der alten Webseite nicht mehr gefällt.

Herr Pfefferle, warum hat sich Transway für eine neue Webseite entschieden?

"Hier war die Frage nicht ob, sondern wann eine neue Internetpräsenz gestaltet werden musste. In den letzten Jahren hat sich auch ein so traditionsbehaftetes Geschäft wie die Seefracht nicht dem digitalen Fortschritt entziehen können. Die Idee des elektronischen Verkäufers ist stärker denn je und hat bereits 2010 der Transway Int. Sped. GmbH ein enormes Potential aufgezeigt, welches wir nun erneut für uns gewinnen möchten."

Nun ist eine optisch ansprechende, technisch brandneue Website das Eine – das Andere ist, was man mit ihr erreichen möchte. Daher sollte bereits vor dem Beginn eines so umfangreichen Projekts klar definiert sein, wohin die Reise letztendlich gehen soll.

Welche Ziele verfolgen Sie mit der neuen Webseite?

"Ganz klar die Generierung und Akquisition von Neukunden. Durch die Vielzahl von neuen Kontakten bekommen wir die Möglichkeit unsere Geschäftsbereiche neu zu strukturieren und neue Geschäftsfelder zu erobern. Wir können so vor allem unsere eigentlichen Stärken wieder zum Vorschein bringen – die Abwicklung von komplexen Projektgeschäften. Der Fokus

bei diesem Projekt lag daher vor allem darauf, wettbewerbsfähig zu bleiben. Die Internetpräsenz und das Anbieten von Tools wird in den nächsten Jahren ein maßgebender Faktor auf dem Markt sein."

Websites im B2B-Bereich müssen heute immer mehr können – da ist es je nach Branche nicht mehr nur mit einem Anfrageformular getan, ganz zu schweigen von der optimalen Darstellung auf mobilen Endgeräten. Ein Relaunch sollte dem Unternehmen daher bestenfalls Arbeit im Geschäftsalltag abnehmen und diese vereinfachen.

Wie ändern sich durch die neue Website künftig interne Prozesse?

"Mit der Implementierung des Pricing-Tools werden sich unsere Arbeitsprozesse stark verschlanken. Es können neue Kapazitäten geschaffen werden, welche vor allem in den Kundenservice fließen sollen. Weiterhin schafft die neue Internetpräsenz und das Kick-Off von WIV ein sensibleres Umgehen mit den über die Website generierten Anfragen."

Grundsätzlich ändert sich mit dem technischen Fortschritt von Websites auch das Nutzerverhalten. Anhand unserer Analysetools sehen wir zum Beispiel sehr häufig, dass unsere Kunden Anfragen von Interessenten bekommen, die via Smartphone unterwegs waren. Unserer Erfahrung nach machen Anfragen von Mobilgeräten bei vielen Unternehmen bereits mehr als die Hälfte aller Kontaktaufnahmen aus. Tendenz steigend. Gleichmaßen steigt aber auch der Anspruch des Besuchers an die Funktionalität.

Wie ist Ihre Einschätzung, werden ihre Kunden nicht nur am stationären PC sitzen, sondern auch über mobile Endgeräte bei Ihnen anfragen und kommunizieren?

"Ein Großteil unserer Kundschaft sitzt nach wie vor an einem stationären PC, allerdings zeigt die Covid-19 Situation, dass auch unsere Branche, bzw. unsere Kunden zukünftig vermehrt von zu Hause, bzw. aus Coworking-Places heraus arbeiten werden. Unabhängig von der Entwicklung von Covid-19 wird sich die Wirtschaft zukünftig mit dem Gedanken auseinander setzen müssen ihre Belegschaft mobil einzusetzen, daher ist es für uns nun der richtige Zeitpunkt rechtzeitig die Möglichkeit und die Optimierung der Website für mobile Endgeräte zu schaffen."

Was störte Sie am meisten an der alten Website?

"Das Layout der alten Website war nicht mehr zeitgemäß. Weiterhin hat die alte Website nicht unsere Corporate Identity, bzw. unsere Unternehmensphilosophie widerspiegeln können."

Fazit von WIV-Projektmanager Denis Tischler:

"Unsere Aufgabe für Transway war, nicht nur eine neue Webseite zu entwickeln, sondern dem Kunden ein Vertriebstool mit an die Hand zu geben. Bei diesem Projekt wurde sich im Vorfeld die Frage gestellt: "Wie tickt der Kunde von Transway und was sind seine Bedürfnisse?" Auf dieser Grundlage haben wir zuerst Buyer Personas, dann Wireframes erstellt, was schlussendlich das Layout bestimmte.

Bei der Entwicklung wurde der Fokus auf eine schlanke und sehr stark mobil-genutzte Webseite gelegt. Alle Funktionen basieren auf Googles "Mobile First"-Gedanken und können sowohl mobil als auch über den stationären PC problemlos genutzt werden. Gerade eine Cross-Device Nutzung ist auch heute im B2B-Geschäft von Relevanz und sollte bei jedem Webseite-Projekt berücksichtigt werden.

Die Zeiten, dass man einfach mal eine neue Webseite auf Grundlage von eigenem Geschmack und Befindlichkeiten baut sind vorbei. Heutige Webseiten müssen dem Kunden „schmecken“ und nur so hat man auch eine realistische Chance auf eine Sichtbarkeit im Netz. Um letztendlich den Kunden dann zu erreichen, wenn er Bedarf an Produkten und Dienstleistungen hat."

Portrait

Nur eine Webseite, die für Sie verkauft, ist eine gute Website. Das ist unser Motto. Deshalb arbeiten wir von der WIV seit mehr als 20 Jahren daran, das Online-Marketing unserer Kunden mit zukunftsfähigen Methoden nach vorn zu bringen. Um einfach mehr für Sie rauszuholen.

News-ID: 1205572 • Views: 825 (Stand: 26.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1205572/Der-Relaunch-von-www-spedition-seefracht-de.html>