**Warum jedes Unternehmen eine eigene Website haben sollte**

Unternehmen, die eine eigene Website haben, machen in der Regel deutlich mehr Umsatz als andere ohne Internetauftritt. Warum eine Website für jedes Unternehmen, das in den kommenden zehn Jahren noch bestehen möchte, von Relevanz ist, erklärt dieser Artikel.

**Wachsende Konkurrenz**

Dank des Internets ist es Unternehmen inzwischen möglich, nicht nur vor Ort, sondern auch deutschlandweit oder sogar weltweit ihre [Produkte online anzubieten und zu verkaufen](https://buildtogrow.de/online-verkaufen/).   
  
Folglich wächst die Konkurrenz je nach Marktnische gefühlt täglich.   
Geschäftsinhaber, die nicht mit ihrem Unternehmen online gehen, laufen Gefahr, dass sie über kurz oder lang immer weniger Umsatz machen oder sogar das Geschäft schließen müssen.  
  
Doch trotz der vielen Vorteile, die ein Internetauftritt mit sich bringt, sträuben sich noch immer Unternehmer davor, online zu gehen.   
  
Potenzielle Kunden, die sich über ein Produkt informieren möchten, nutzen die Suchmaschine oder eine soziale Plattform. Ist ein Unternehmen, das dieses Produkt im Angebot hat, online zu finden, dann kann sich der potenzielle Kunde wie in einem digitalen Schaufenster einen ersten Einblick verschaffen und Informationen zum gesuchten Produkt sowie Kontaktmöglichkeiten bei offenen Fragen erhalten.   
  
Vermittelt die Unternehmenswebsite Glaubwürdigkeit und Vertrauen, ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass es zum Kauf kommt.  
Ist ein Unternehmen jedoch nicht online, dann findet es niemand und dementsprechend geht der Umsatz verloren.  
  
Deswegen ist es jetzt an der Zeit, das Unternehmen und die Produkte online zu vermarkten. Zudem ist mit der richtigen Werbung deutlich mehr Umsatz möglich als zuvor ausschließlich im Offline-Geschäft. Zusätzlich wächst das Unternehmen und gewinnt mehr Marktanteile.

**Erstellung der Unternehmenswebsite**

Unternehmen können einfach eine [Domain kaufen und registrieren](https://www.ionos.de/domains/domain-registrieren).   
Wichtig zu beachten ist nur, dass man sich vorher Gedanken über den Domainnamen macht. Im Idealfall enthält er den Firmennamen und ist prägnant.   
  
Alles, was man tun muss, ist, den Wunschnamen einzugeben und anschließend zu prüfen, ob dieser noch frei ist. Ist das der Fall, sichert man sich einfach die Domain.  
  
Je nach Domainendung unterscheiden sich die monatlichen Kosten. Unternehmen, die ausschließlich hierzulande ihre Produkte bewerben möchten, reicht die .de Endung aus. Wer überlegt, auf lange Sicht international zu verkaufen, sollte sich im besten Fall gleich die .com Endung mit sichern.   
  
Neben der Domain erhält man bei der Anmeldung eine E-Mail-Adresse passend zur Domain. Das SSL-Wildcard-Zertifikat ist im Preis inbegriffen.  
  
Nachdem die Domain gesichert ist, geht es an die Arbeit an der Erstellung des Onlineshops. Geschäftsinhaber haben die Wahl zwischen [Shopware oder einem anderen Shopsystem](https://www.marktmeinungmensch.de/studien/die-vorteile-von-shopware-gegenueber-anderen-e-com/).  
Wer nicht damit vertraut ist oder generell keine Ahnung von Technik hat, sollte am besten die Dienstleistung einer erfahrenen Onlinemarketing-Agentur in Anspruch nehmen.

**Marktforschung**

Die schönste Website mit Onlineshop bringt keinen Umsatz, wenn sie nicht von der Zielgruppe gefunden wird. Daher kommen Unternehmer nicht drumherum, sich um die Suchmaschinenoptimierung, Suchmaschinenwerbung und soziale Netzwerke zu kümmern. Wer es von Anfang an richtig machen will, stellt sich ein kleines Team im Unternehmen zusammen, das ausschließlich für diese wichtigen Bereiche tätig ist.  
  
Aufgrund der hohen Konkurrenz ist es für Unternehmen wichtiger denn je, Marktforschung zu betreiben, um zu verstehen, was die Zielgruppe benötigt. So kann man dann maßgeschneiderte Angebote entwickeln und der Konkurrenz stets einen Schritt voraus sein. Dank der Digitalisierung ist die [Markforschung einfacher](https://www.marktmeinungmensch.de/news/wer-hat-angst-vor-daten/), als es noch vor 20 Jahren der Fall war.  
  
Unternehmen, die über den DACH-Raum hinaus verkaufen möchten, sollten die Inhalte der Website professionell übersetzen lassen. Optimalerweise handelt es sich dabei um [SEO-Übersetzungen](https://www.marktmeinungmensch.de/studien/seo-uebersetzungen-wie-passt-das-zusammen/), damit die Website gut in der Suchmaschine des jeweiligen Landes rankt.