

Die Website des ICV

www.icv-controlling.com

Anforderungen an die Website der Zukunft

Überblick

- Status Quo
- Was haben wir vor – und warum?
- Was hat die Website der Zukunft?
- Wo stehen wir aktuell mit unserer Website bei Google?
- Die nächsten Schritte für die ICV-Website: Was muss jetzt getan werden?
- Your turn!

Status Quo

Unsere Website und ihre wichtigsten Mitstreiter

ControllingWiki
CMS *MediaWiki*

Mitgliederportal VereinOnline
CMS *Individuelle Software*

Website
CMS *TYPO3*

Controlling-Blog
CMS *WordPress*

ICV auf Social Media
LinkedIn/Instagram
Indiv. Plattformen

Google Business Profile
Google

Was haben wir vor – und warum?

1. Controlling-Wiki in den Wissensbereich der Website integrieren

Getrennte Plattformen auflösen, Wissensinhalte zusammenführen: starke Controlling-Wissensseite aufbauen.

2. Content Management System (CMS) für die Website prüfen

Anlass: Aktuelle Agentur stellt Betreuung für derzeit verwendetes CMS Typo3 ein.

Ziel: Reduzierung der CMS-Anzahl






3. Website strategisch, strukturell und optisch optimieren

Ziel 1: Aufmerksamkeit und Reichweite für den ICV erzeugen auch bei denjenigen, die uns noch nicht kennen (> Fokus: Google!)

Ziel 2: Mehr Nutzerfreundlichkeit und Attraktivität (> Fokus: Website mit Inhalten, Funktionen und Features)

Was hat die Website der Zukunft?

Blick 1: Was hat die ICV Website heute schon?

1. Responsives Design 
2. Schnelle Ladezeiten 
3. Sicherheit 
4. Datenschutz und Compliance 
5. SEO 
6. Barrierefreiheit/ Voice Search und Sprachsteuerung
7. Social Media Integration
8. Personalisierung
9. Künstliche Intelligenz (KI), Chatbots und interaktive Inhalte
10. Nachhaltigkeit

> Optimierungsbedarf! <

Wo stehen wir aktuell mit unserer Website bei Google?

Ziel 1: Aufmerksamkeit und Reichweite für die ICV-Website

Die Daueraufgabe Google

SEO (Search Engine Optimization)

sorgt für eine gute Platzierung in den Google Suchergebnissen.

Erklärtes **Ziel** jedes Website-Inhabers:

Mit den wichtigsten Keywords auf **Google Seite 1** vertreten sein.

Es gibt **9 Plätze** für ein organisches Ranking auf Seite 1
(*organisch: Platzierungen aufgrund von Inhalten;*
nicht-organisch: Anzeigen)



POSITION	KEYWORD	VERÄNDERUNGEN	VOL.	SD
1	controlling kongress Deutsch / Deutschland	1 → 1 ▲ 0		
1	controlling kongress Deutsch / Deutschland	1 → 1 ▲ 0		
1	controlling award Deutsch / Deutschland	1 → 1 ▲ 0		
1	controlling events Deutsch / Deutschland	1 → 1 ▲ 0		
1	controller beruf Deutsch / Deutschland	1 → 1 ▲ 0	1.000	37
1	controlling arbeitskreis Deutsch / Schweiz	1 → 1 ▲ 0	0	17
1	controlling wissen Deutsch / Schweiz	1 → 1 ▲ 0	10	18
1	controller congress Deutsch / Schweiz	1 → 1 ▲ 0	10	18
1	controlling award Deutsch / Schweiz	1 → 1 ▲ 0	0	17
1	controlling events Deutsch / Schweiz	1 → 1 ▲ 0	10	18
1	controller beruf Deutsch / Schweiz	1 → 1 ▲ 0	50	41
1	controlling arbeitskreis Deutsch / Österreich	1 → 1 ▲ 0	0	17
1	controlling kongress Deutsch / Österreich	1 → 1 ▲ 0	10	27
1	controller congress Deutsch / Österreich	1 → 1 ▲ 0	10	27
1	controlling fachtagung Deutsch / Österreich	1 → 1 ▲ 0	0	17
1	controlling award Deutsch / Österreich	1 → 1 ▲ 0	0	17
1	controlling events Deutsch / Österreich	1 → 1 ▲ 0	10	18

Volumen - Die Anzahl der Suchanfragen, des Keywords während eines Monats.

Keywordranking 23.9.23

Organische Ergebnisse
(= ohne Anzeigen)

Seite 1 Platz 1
Platzierungen
unserer Keywords
auf Google-Seiten
in der D-A-CH-Region

Vol. (Volume)
Anzahl Suchanfragen
während eines Monats

SD (SEO Difficulty)
Geschätzte Konkurrenz in der organischen Suche. Je höher die Zahl (zwischen 1 und 100), umso höher die Konkurrenz.

ICV Keywords auf Google Seite 1

Für D-A-CH, Sept. 2023

Controller
Controlling
Controllerin
Controlling Wissen
Controlling Fachtagung
Nachhaltigkeit Controlling
Green Controlling
Controlling Kongress
Controller Congress
Controlling Award
Controlling Events
Controller Beruf
Controlling Arbeitskreis
Agiles Controlling
Controlling Netzwerk

Ziel: **Keywordstrategie!**

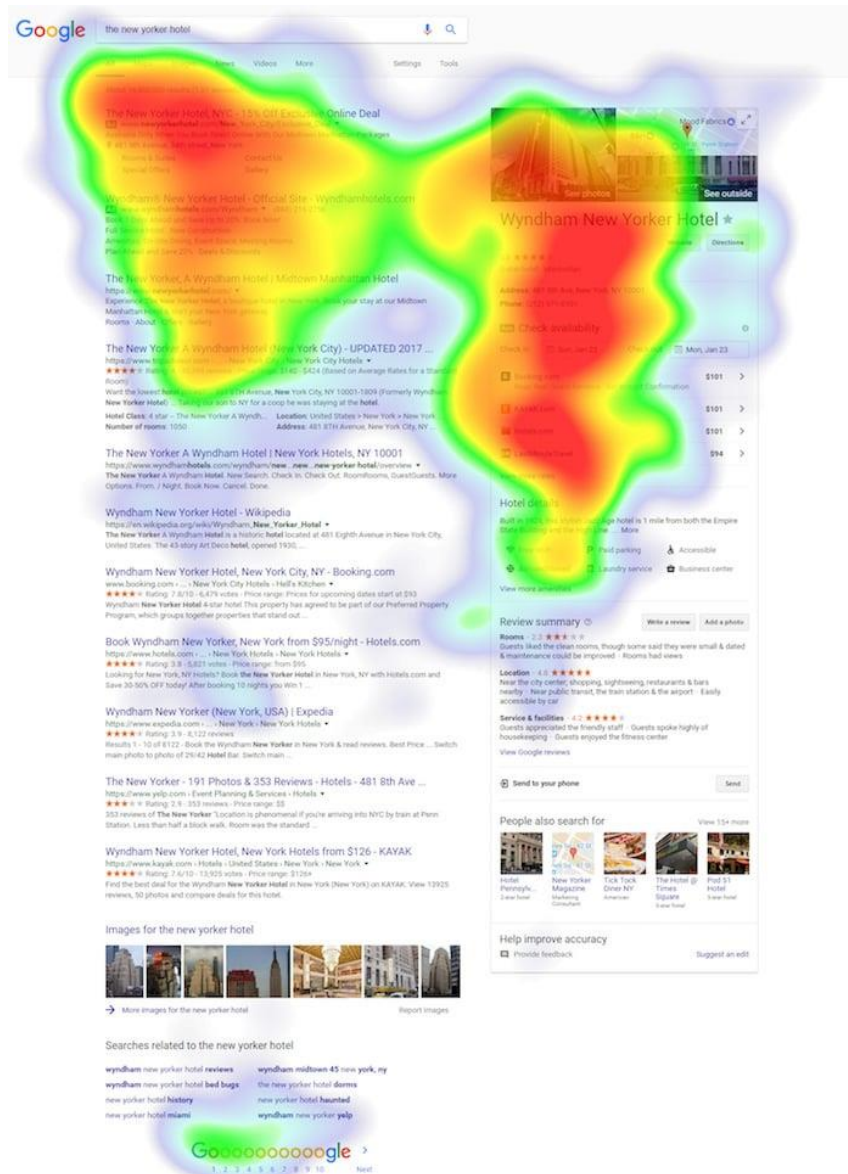
ICV mit Keyword ‚CFO‘
auf Google Seite 1!

Aktuelles Ranking ‚CFO‘:
ICV in Deutschland
Platz 48, Volume 14.800, SD 36

ICV in Österreich
Platz 55, Volume 1.600, SD 35

ICV Schweiz
kein Ranking, Volume 2.400, SD 44

Das Leseverhalten auf Google



Aktuelle Eye-Tracking-Studie (Quelle: Neil Patel):

- Anzeigenbereiche im Seitenkopf dominieren die Aufmerksamkeit
- Der Kampf um Seite 1 für organische Platzierungen wird härter.

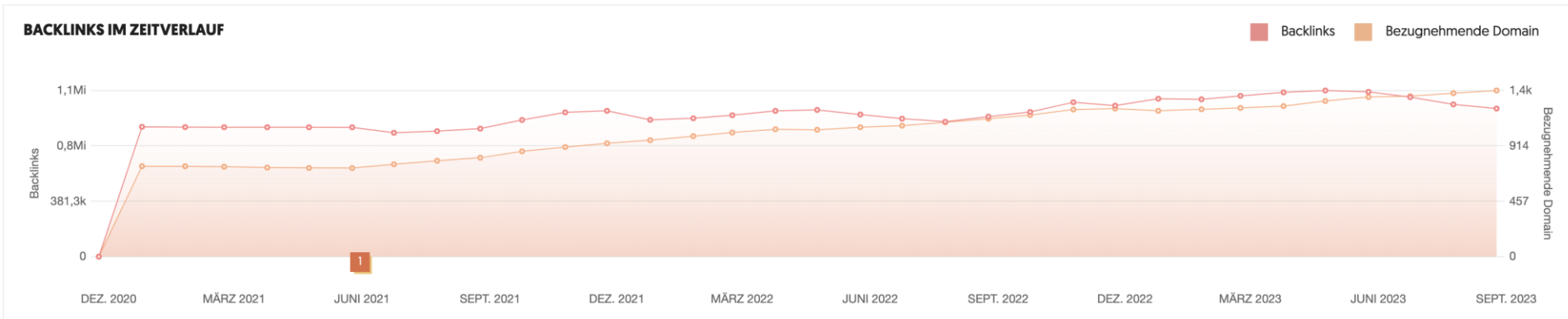
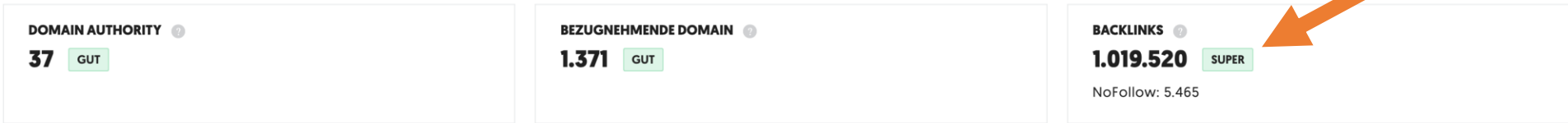
Was tun?

Empfehlung der SEO-Experten:

- **Google Business Profile** (Tobias Neukötter)
- **Marke ICV stärken** (Google liebt Marken!)
- **Linkbuilding!**

Anforderung Linkbuilding – wie gut sind wir aufgestellt?

Backlinks : icv-controlling.com



Domain Authority: Ranking-Leistung einer Website (zwischen 1 und 100)

Bezugnehmende Domains: Websites, die auf unsere Website verweisen

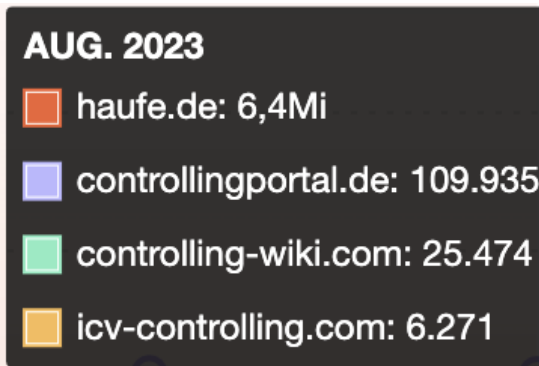
Backlinks: Links von anderen Seiten auf unsere Website

Organischer Traffic und unsere Mitbewerber

Organischer Traffic bezeichnet alle Besuche auf der Website, die durch einen Klick auf ein unbezahltes Suchergebnis in Suchmaschinen generiert werden.

Organischer Traffic August 23:

ICV: 32.000
Haufe: 6.400.000



Was macht Haufe anders als wir?

1. Alle Inhalte liegen auf der URL www.haufe.de/... Alle Aufrufe zahlen auf die Website ein.
2. Haufe hat **Backlinks** von namhaften Portalen und generiert darüber starken Traffic:

amazon

https://www.haufe.de/steuern/taxulting/steuerberatung-amazon-fba-und-fbm_598848_6035...

37,2Mi

ebay

<https://www.haufe.de/finance/haufe-finance-office-premium/ebay-verkaeufe-und-verkaeufe-...>

11,1Mi






paypal

<https://www.haufe.de/finance/haufe-finance-office-premium/paypal-6-kosten-die-dem-zahlu...>

4,1Mi

Was hat die Website der Zukunft?

Blick 2: Wo müssen wir die ICV-Website noch verbessern?

1. Responsives Design 
2. Schnelle Ladezeiten 
3. Sicherheit 
4. Datenschutz und Compliance 
5. SEO 
6. Barrierefreiheit/ Voice Search und Sprachsteuerung
7. Social Media Integration
8. Personalisierung
9. Künstliche Intelligenz (KI), Chatbots und interaktive Inhalte
10. Nachhaltigkeit

> Optimierungsbedarf! <

Funktionen und Features für die Zukunftsfähigkeit unserer Website



Voice Search, Sprachsteuerung,
Barrierefreiheit

Sprachgesteuerte Suchanfragen und Interaktionen unterstützen

Social Media Integration

Verlinkte Icons, eingeblendete Feeds, neu: Social Sharing Buttons, Social Media Logins, Social Proof: Social Media Testimonials hinzufügen / Follower der ICV Kanäle auf der Website zeigen

Personalisierung/Segmentierung

System schlägt Nutzer auf Basis seiner Vorbesuche vor, was ihn interessieren könnte, auch dank KI und Chatbots.

ICV Mobile News

Push-Nachrichten, wenn neue Inhalte eingestellt werden (Nutzer wählt aus, was ihn interessiert)

Interaktive Inhalte

Videos, Animationen, 3D-Grafiken innerhalb eines Beitrags/einer Seite

Nachhaltigkeit

Nachhaltige Praktiken in Bezug auf Hosting-Anbieter, Energieverbrauch und Design prüfen

Live-Chat

Hilfe über Pop-Up-Fenster direkt auf der Website

Kontaktformular

Schnelle Möglichkeit zur Kontaktaufnahme/für Feedback

Drucken/Teilen-Funktion auf relevanten Seiten

Erleichtert das Weiterverarbeiten und Empfehlen unserer Inhalte

Verbesserte Suchfunktion

Komfortablere Suche, eindeutigere Suchergebnisse

Blog optisch in Website integrieren

Schnelleres, einfacheres Auffinden ohne Plattformwechsel

Shop / Paid Content auf Website

Kein Wechsel der Plattform für den Einkauf
> weniger Klicks von der Kaufentscheidung zum Kauf
Direkt bezahlen (Paypal) / SEO!

Was muss jetzt getan werden?

Ziel 2: Mehr Nutzerfreundlichkeit & Attraktivität für die ICV-Website

Lastenheft für den Website-Relaunch erstellen:

1. Zielgruppen/Personas definieren

Grobstruktur Zielgruppe bereits im Life-Cycle-Poster.

2. Ziel definieren: was wollen wir mit der Website erreichen

D.h. Leads, Anfragen, Käufe, Internationalität, Mitgliedschaften, Bekanntheit, Funnels (wie führen wir unsere Zielgruppen über unsere Seite) definieren.

3. SEO Keyword Strategie festlegen, damit unsere Inhalte noch besser über Suchmaschinen organisch gefunden werden.

4. Style Guide prüfen

Corporate Design als Grundlage für das Design der Website. Anpassungen notwendig?

5. Entscheidung für ein CMS (Content Management System)

Rückblick:

Umfrage Sommer 2020 an alle ICV-Funktionäre. Fokus: Website

100 Befragte (Vorstand, Kuratorium, Arbeits-/Fachkreisleiter, Regionaldelegierte) /
+10 Antworten

Welche Inhalte lesen Sie auf unserer Website?

- Platz 1 News
- Platz 2 Events
- Platz 3 Wissen
- Platz 4 Arbeitskreise

Welche Inhalte sollten weiter vertieft werden?

- TOP Themen, die als kurze Einspieler oder Präsentationen vorgestellt werden
- Fokus auf: Wie kann man die Unternehmenssteuerung in der Praxis verbessern
- Es geht in Zukunft mehr um Erfahrung als um Wissen, deshalb Videos und Präsentationen mit konkreten Hilfen zu Verbesserung von Methoden/Mindsets
- Praxisnahe Berichte aus Controller Magazin!
- Interne Suche mit erweiterten Suchfunktionen verbessern
- Aktualität, Informationsumfang
- Gute, aktuelle Artikel aus den Arbeitskreisen (was wird dort besprochen?)
- Ideenwerkstatt als Think Tank des ICV prominenter darstellen
- Darstellung optimieren: Teaser, dann Hauptbericht
- Kurzinterviews mit Experten aus dem Finanzbereich

YOUR TURN: Jetzt sind Sie an der Reihe!

[Ihr Blick auf www.icv-controlling.com](http://www.icv-controlling.com)

1. Was ist Ihnen als Nutzer unserer Website besonders wichtig
 - a) technisch (z.B. Ladezeit)
 - b) optisch
 - c) funktional (z.B. Menüführung)
 - d) inhaltlich

2. Was gefällt Ihnen an unserer Website? (3 Schlagworte)

3. Was gefällt Ihnen nicht an unserer Website (3 Schlagworte)

4. Was erwarten Sie von der ICV-Website der Zukunft?

5. Wie gefällt Ihnen der ICV Controlling-Blog?

- 6. Optional:** Welches CMS können Sie uns empfehlen und weshalb?

Wie oft besuchen Sie unsere Website im Monat?

Von ‚ab und zu‘ bis mehrmals die Woche

Welche unserer weiteren Online-Kanäle kennen Sie und lesen Sie – wie oft im Monat?

Blog, LinkedIn, XING, Twitter, Instagram

Andere Websites rund ums Controlling, die gut gefallen?

- <https://www.gpm-ipma.de/startseite.html> - sie wirkt ruhiger.
- Optik: aufgelockerte Anordnung der Inhalte beim Controller Institut, sonst sind wir schon besser als die anderen
- ÖCI und Bund der Logistiker (sind aktueller)
- Generell besser empfinde ich helle, nicht überladene, nicht bunte Seiten mit besserer Struktur
- <https://www.bvl.de/>
- <https://fwiwi.fhws.de/master-international-business/>

Weitere Anmerkungen

- Startseite als Gesicht des ICV – erster Eindruck! Was sollte als solcher gezeigt werden?
- Begrifflichkeiten prüfen (versteht jeder jeden Begriff?)
- Controlling-Wissen strukturieren
- Newsletter prominenter platzieren
- Bulletin dort platzieren, wo auch die Controller Magazin Seiten sind
- Englische Seiten – manches in Englisch, dann innerhalb einer Seite in Deutsch und Englisch
- Selbst mit Suchfunktion findet man Themen nicht
- „Themen finden sich häufig mehrfach“



BESUCHEN SIE ✕
menti.com

GEBEN SIE DEN
CODE EIN

6400 7245

 0