

Designprozess

Designprozess Übersicht



Strategie



Design



Development

1. Analyse
2. Briefing
3. Konzept

1. Worum geht es?
 - a. Inhalt
2. Kann ich mich gut orientieren?
 - a. Navigation
3. Spricht mich die Website an?
 - a. Design

Briefing

1. Was ist das Hauptziel der Website? Was soll mit der Website erreicht werden?
2. Welche Zielgruppen gibt es? An wen richtet sich die Website?
3. Welche Bereiche sollen auf der Website abgedeckt werden (Umfang, grobe Struktur)?
4. Welche Gestaltungselemente gibt es bereits (Logo, Farbwelt, Typografie)?
Gibt es Designrichtlinien?
Welche Wirkung soll erzeugt werden? Wie soll das Unternehmen wahrgenommen werden?
5. Was funktioniert besonders gut auf der aktuellen Website und sollte erhalten werden?
Welches Feedback von BenutzerInnen gibt es zur aktuellen Website (z.B. Bereiche in denen man sich nicht auskennt)?
6. Welche Mitbewerber gibt es, die Ähnliches anbieten?

Informationsarchitektur



Die Informationsarchitektur hilft dem User das gesuchte zu finden



Die Basis der Informationsarchitektur

User first

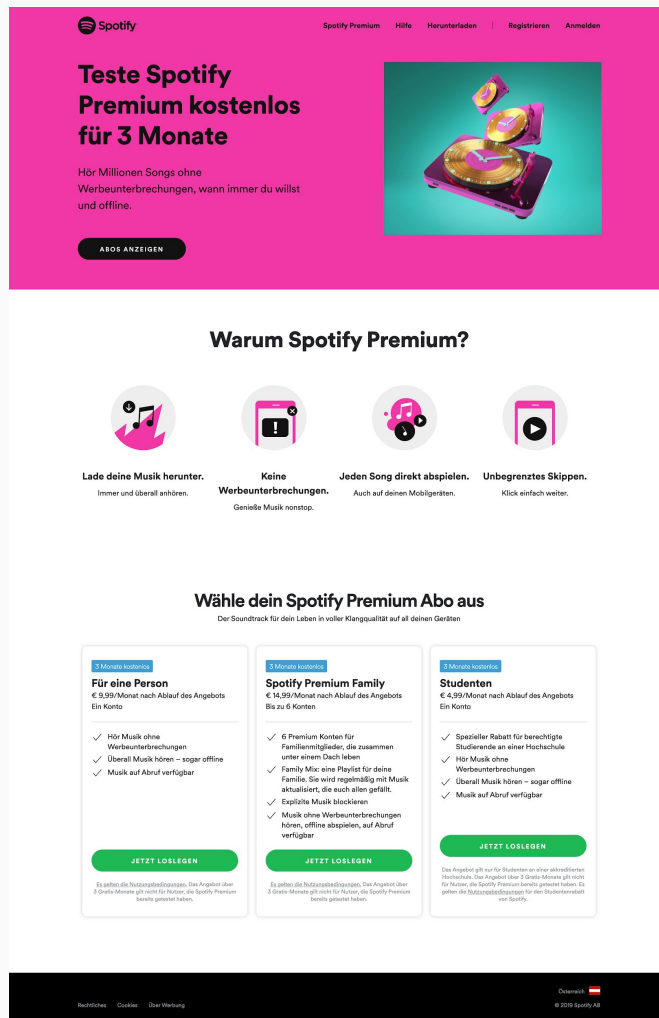
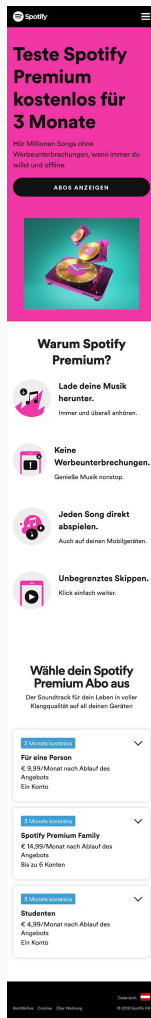
Der Anwender und seine Bedürfnisse sind das Wichtigste.

Page flow

Die Strukturierung der Inhalte ist nicht nur die Aufteilung der Seiten, sondern auch die Aufteilung innerhalb der Seiten. So kann der Nutzer diese schnell überfliegen (scannen).

Navigation

„Die Navigation ist nicht einfach ein Feature einer Website, sie IST die Website“



Content-Strategie

Bei der Content-Strategie müssen zwei Aspekte unter einen Hut gebracht werden:

- 1) Was sind die unternehmerischen Ziele der Website?
- 2) Was sind die Bedürfnisse der Anwender?

Guter Content

- Relevanz und Kontext sind wichtig

Sammeln und Strukturieren

- Bestandsaufnahme
- Strukturierung
- Unique-Selling-Proposition (USP = Alleinstellenmerkmal)

Webdesigner

- Er macht den Kunden auf die Content- Strategie aufmerksam und steht ihm beratend zur Seite.

Produktion und Aktualität

- Wer produziert die neuen Inhalte?
- „Nichts ist so alt wie der Newsstream von letzter Stunde“

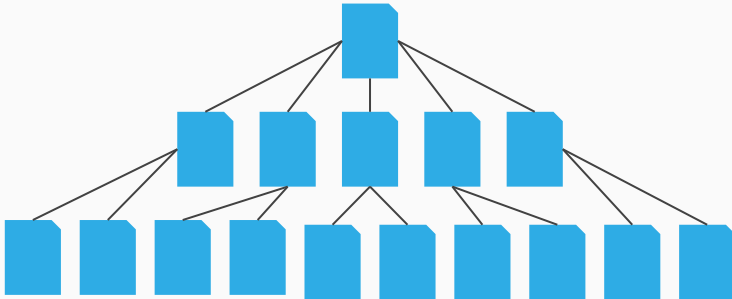
Storytelling

- Das Erzählen von Geschichten ist die älteste Ausdrucksform der Menschheit.

Inhaltsstruktur entwickeln

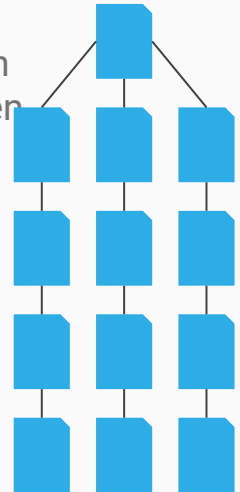
Flache Struktur

- Weniger Gliederungsebenen
- Mehr Auswahlmöglichkeiten
- Besser für Suchmaschinen
- Bounce-Rate sinkt



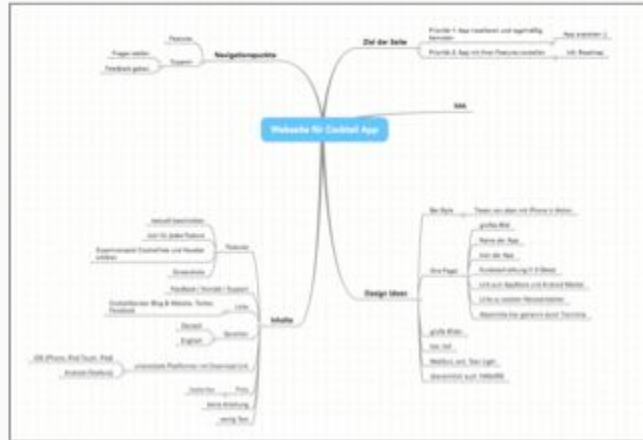
Tiefe Struktur

- Viele Gliederungsebenen
- Weniger Auswahlmöglichkeiten
- Suchmaschinen und User finden vielleicht nicht alle Seiten



Methoden und Tools

- Mindmaps
- Card Sorting
- Gliederung



Tool mindmeister.com



»Ben Sorting Cards« by Yandle is licensed under CC BY 2.0

Inhaltsstrukturierung

Wording

- Klarheit und Einheitlichkeit
- Denglisch?
- Genaue Bezeichnungen

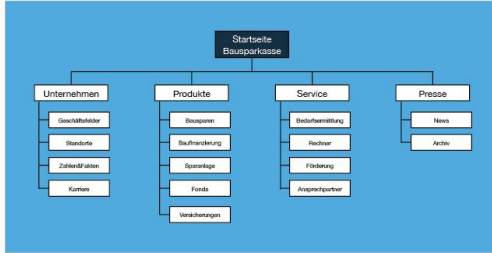
Navigationsprinzipien

- Auf allen Seiten gleiche Navigationselemente
- Bestimmte Positionierungen
- Überblick geben
- Die Sieben-plus/minus-zwei-Regel
- 3-Klick-Regel

Case Studies

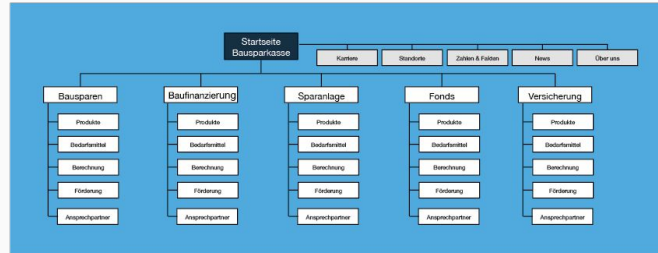
- Die Struktur der Inhalte lassen sich aus verschiedenen Sichten darstellen.
- Seine Wahrnehmung und das Nutzererlebnis kann so beeinflusst werden.

Beispiel



Unternehmenstruktur
steht im Mittelpunkt

Schwerpunkte und
Einzelprodukte werden
hervorgehoben



Die Bedarfssituation
des Anwenders steht
im Vordergrund

