

Responsive Web Design Workflow

von Felix Kirmaier

Über mich

Felix Kirmaier

Frontendentwickler aus
München

TYPO3 Integrator

RWD Hardliner

@felixk76

[https://www.xing.com/profile/
Felix_Kirmaier](https://www.xing.com/profile/Felix_Kirmaier)



Alter „Wasserfall“-Workflow



Analyse

- zu oberflächlich
- nicht im Team und / oder ohne Kunde
- wenig Hintergrundinformationen
- gehemmt

Konzeption

- Anforderungen unklar
- Kunde ist die Technik unbekannt
- finanzieller Druck der Agentur
- Dokumentation aufwendig

Design

- aufwendig
- unstrukturiert
- realitätsfern
- kaum Mehrwert



Umsetzung

- Schwierigkeiten / Versäumnisse fallen erst jetzt auf
- Layoutvorlagen oftmals einzige Dokumentation
- Nachträgliche Änderungen schwierig / teuer
- Fehlerhafte Erwartungshaltung des Kunden

Test / Abnahme

- „Big Reveal“ ist schlecht
- Neue Anforderungen
- Missverständnisse / andere Erwartungen
- Kunde ist überfordert

Fazit

- Kundenkommunikation schwierig
 - Planung für Agentur schwierig
 - Bessere Dokumentation / Layouts notwendig
 - wenig Teamwork
- ➡ Ein neuer Workflow wird benötigt

Was ist RWD (nicht) ?

- nicht Mobiles Internet
- kein Feature
- kein Trend
- Reagiert auf Anforderungen des Users

RWD Anforderungen

- Mobile First
- Content First
- Future - friendly
- Performance
- Device Agnostic

RWD Workflow Anforderungen

- mehr Planung
- kleine iterative Schritte
- „Fail Fast“
- im Medium arbeiten
- interdisziplinäre Zusammenarbeit

Der neue RWD Workflow



Workshop

- Prozess erklären
- RWD erklären
- Ziele der Website definieren
- Materialsichtung und -sammlung
- Personas / User Stories / Scenarios
- „Mood Board“ - Fragen

Personas

- Repräsentieren die Hauptzielgruppen
- Haben die relevantesten Bedürfnisse an die Site
- Zeigen die Erwartungen und das Userverhalten auf
- Helfen neue Funktionen und Features zu entwickeln
- Beschreiben realistische User

Warum Personas ?

- Schaffen Bezug zu den Usern und realen Anforderungen
- Test und Priorisierung von Funktionen

Sie helfen:

- Entscheiden bei der Bewertung neuer Funktionen
- Designern beim Look & Feel der Website
- Texter schreiben passenderen Content

Persona Daten

Persönlich

Name, Alter, Geschlecht, Ausbildung,
Familiärer Hintergrund, Zitat

Beruflich

Berufserfahrung, Werdegang, Tätigkeiten

Technisch

Affinität, Device, Software, Zugang, Webnutzung

Website

Bedürfnisse, Interessen, Ziele, Kontext,
andere Quellen

Persona: Marketing



Persönlich

Cornelia Mayrhofer

44 Jahre

verheiratet, 2 Kinder

MBA

„Ich will schnell die richtigen Informationen finden“

Persona: Marketing

- Beruflich** seit 14 Jahren bei einer privaten Vermögensverwaltung für die redaktionellen Texte der Website verantwortlich
- Technisch** nutzt Internet überwiegend beruflich am Desktop, privat nur Facebook, Youtube und E-Mail am Tablet (älteres iPad), besitzt ein iPhone überwiegend für Messaging.
Beruflich Breitband privat DSL6000.
MS-Office Kenntnisse.
- Website** schnell und einfach die Informationen finden, Sucht nach neuer Agentur für Relaunch, interessiert sich für Referenzen und Qualifikationen, kommt über Google oder XING auf die Website, informiert sich bei Mitbewerbern

Content Strategy

„Generally speaking, your web content is useless unless it does one or both of the following:

- Supports a key business objective*
- Supports a user (or customer) in completing a task“*

Kristina Halvorson, Content Strategy for the Web

Content Strategy Phasen

- Content Inventory
- Content Audit
- Content Planung
- Content Produktion
- Content Reference Wireframe
- Content Test

Content Inventory

- Auflistung aller vorhandener Seiten(-typen)
- ID, Title, URL, Template, Owner, State, Comment
- Jedes Template in Content Elemente und Assets gliedern

ID	Title	Template	URL	Owner	State	Comment
1.0.	Home	Startseite	http://dummyagentur.de/	admin	alt	About us, TYPO3 Hosting, Referenzen Slider, Jobs
2.0.	Agentur	Unterseite	http://dummyagentur.de/about	admin	aktuell	About us
2.1.	Daten und Fakten	Unterseite	http://dummyagentur.de/daten	admin	alt	Unternehmensdaten
2.2.	Partner	Unterseite	http://dummyagentur.de/partner	admin	alt	
2.3.	Engagement	Unterseite	http://dummyagentur.de/engagement	admin	aktuell	
3.0.	Unsere Leistungen	Startseite	http://dummyagentur.de/leistungen	admin	aktuell	kann vermutlich ergänzt werden

Assets Content Inventory dummyagentur.de

Template	ID	Asset Name	Consists of	File
Unterseite	1	Logo	Bild	logo_green.gif
	2	Keyvisual	Bild	header_left.jpg
	3	Claim	Bild	header_right.jpg
	4	Suchfeld	Label + Text Input	
	5	Breadcrumb	mehrere Textlinks	
	6	Hauptnavi	mehrere Textlinks	
	7	Content	Freitext	
	8	Kontaktbox	Telefonnummer + Kontaktformular	phone.png, form.png
	9	Footer	Copyrighttext + Textlinks	

Content Audit

- Bewertung des vorhandenen Contents
 - behalten / löschen
 - überarbeiten
 - neu erstellen
- Identifizieren von Content Elementen

Content Planung

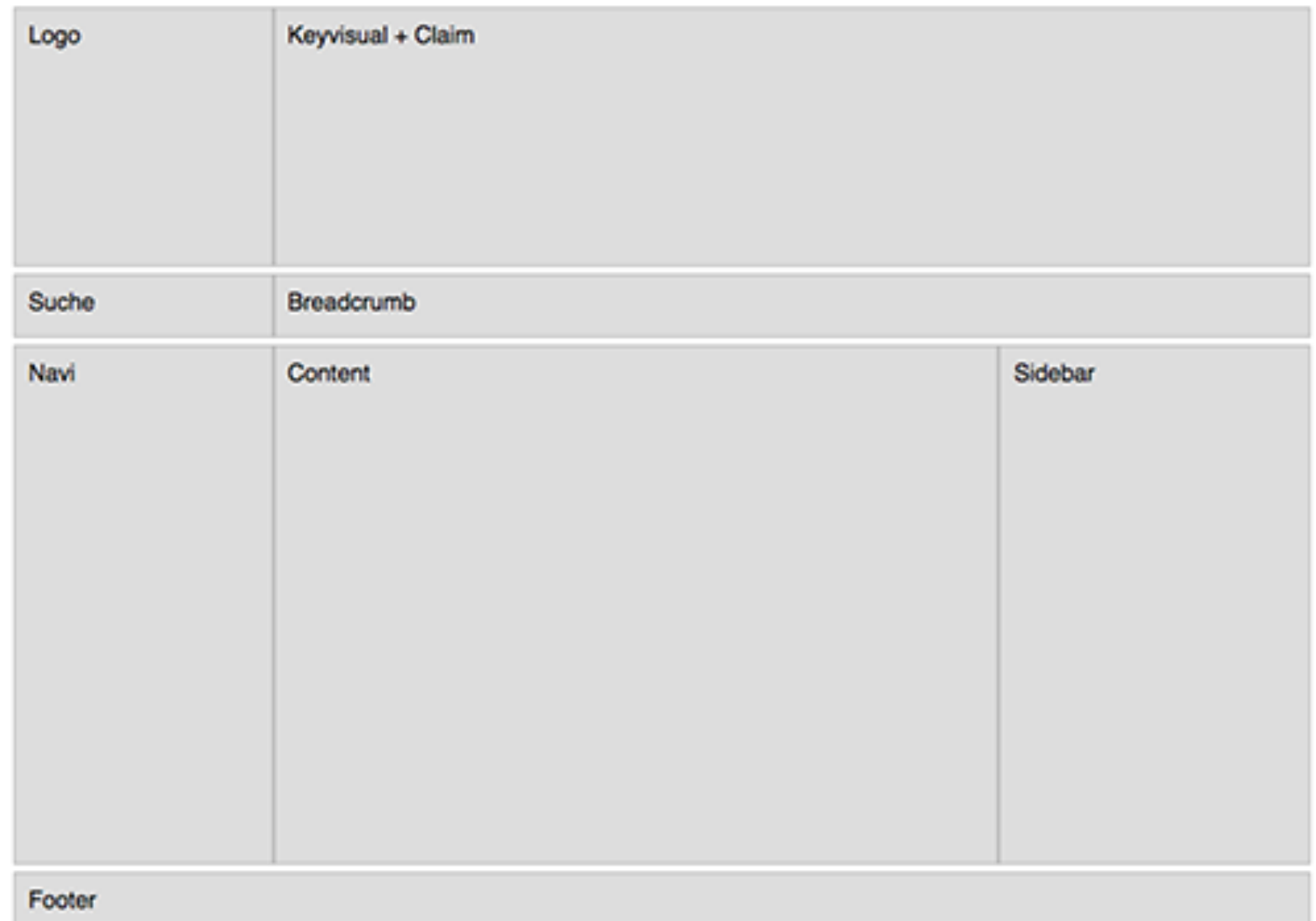
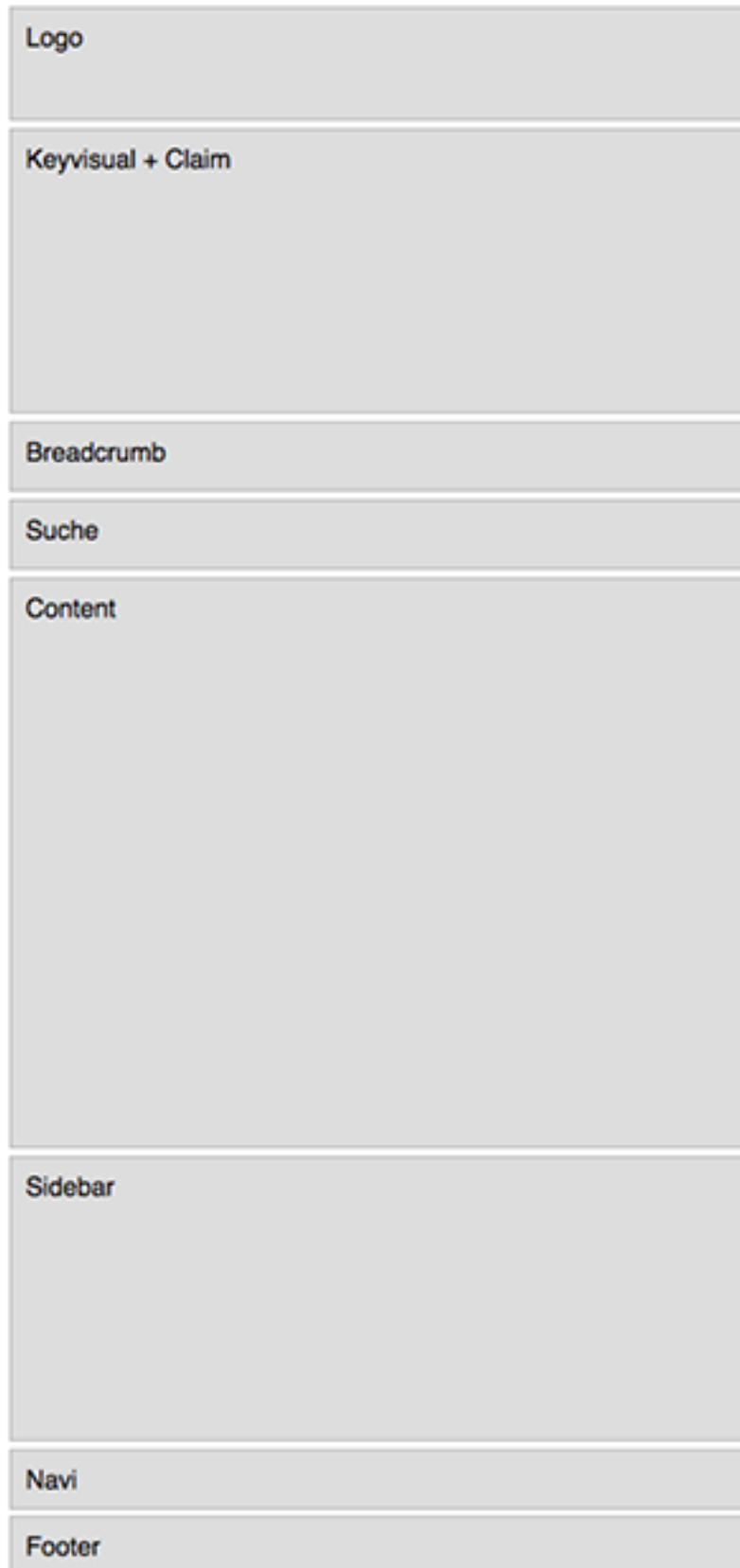
- Für jedes Template eine einfache Liste aller Elemente / Funktionen die enthalten sein sollen
- Jedes Element möglichst einfach aufbauen und hinterfragen
- Prüfen ob Assets bereits vorhanden und recycled werden können

Content Produktion

- Semantisch Strukturiert
 - Plaintext
 - Versionierbar
 - Cross Plattform
- ➡ Markdown, HTML etc.

Content Reference Wireframe

- Umsetzung mit HTML und CSS (kein Design)
- abstrakt
- Content Priorisierung
- Content Choreography



Content Test

- Gliederung und Struktur
- Textmenge
- Umbrüche
- Semantik

Style TILES

A Visual Web Design Process *for* Clients & the Responsive Web



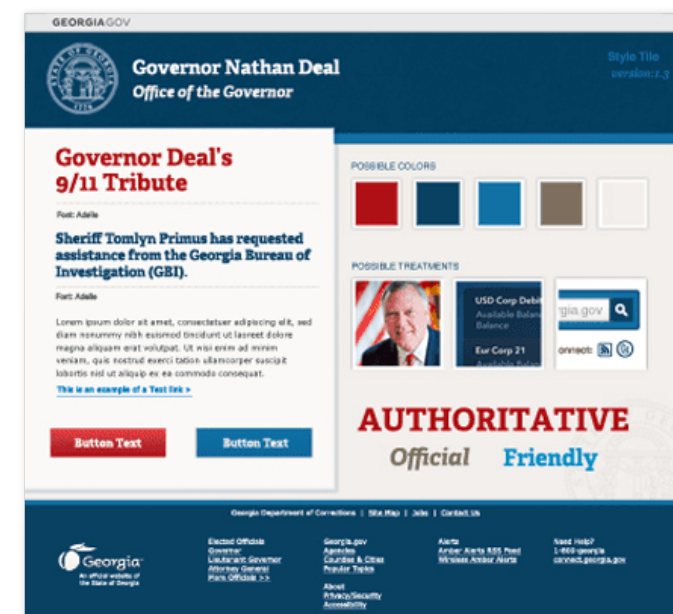
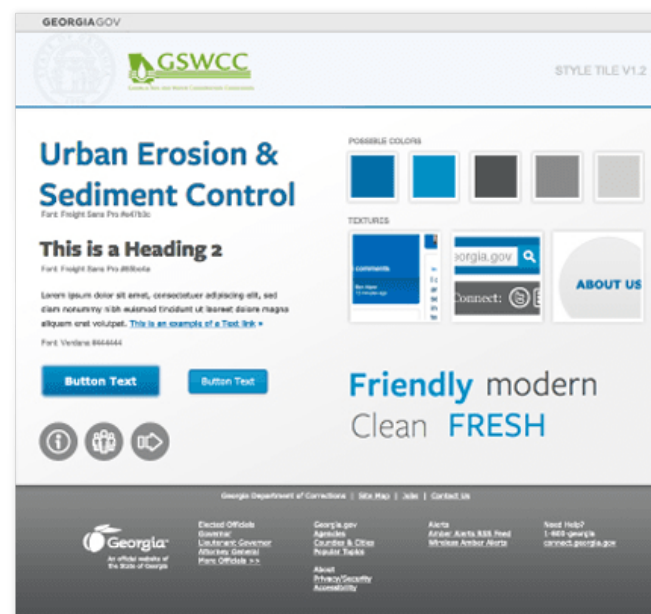
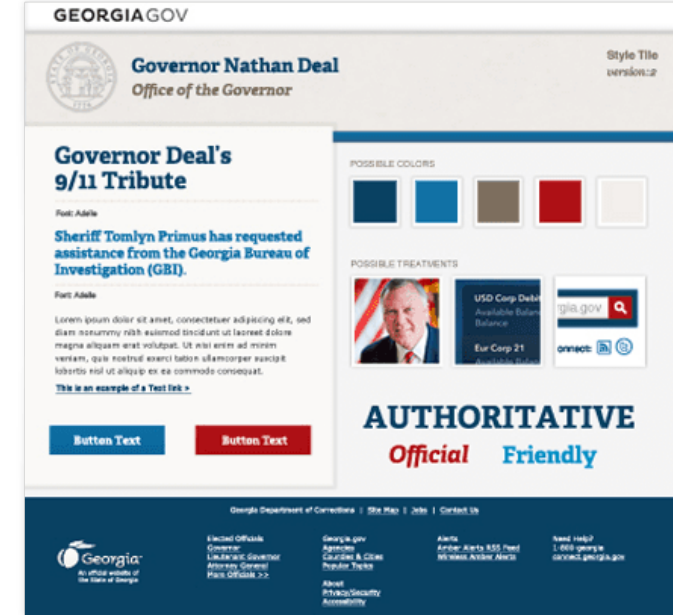
Beispiel: georgia.gov



Vorteile Style Tiles

- schnell erstellt und geändert
- entwickeln einer Visual Language
- Fokussiert den Entscheider

Beispiel: georgia.gov





Style Tile Template

Logo Here

Project Name

Style Tile
version:1

Possible Colors

Textures

This is an example of a Button

Submit Button Example Here

This is an Example of a Header

Font: Name #hexcode

This is an Example of a Sub Head

Font: Name #hexcode

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel feugait nulla facilisi.

Font: Name #hexcode

This is an example of a Text link »

Adjectives

Lorem

Sit

Ipsum

Amet

Dolor

Magna

Weitere Infos

- <http://styletil.es/>
- <http://alistapart.com/article/style-tiles-and-how-they-work>
- <http://blog.kulturbanause.de/2012/04/style-tiles-design-konzepte-fur-websites-entwickeln/>
- <http://designshack.net/articles/graphics/style-tiles-the-flip-side-of-wireframes/>

Atomic Design

Atomic Design ist eine Methode um Design Systeme zu erstellen.

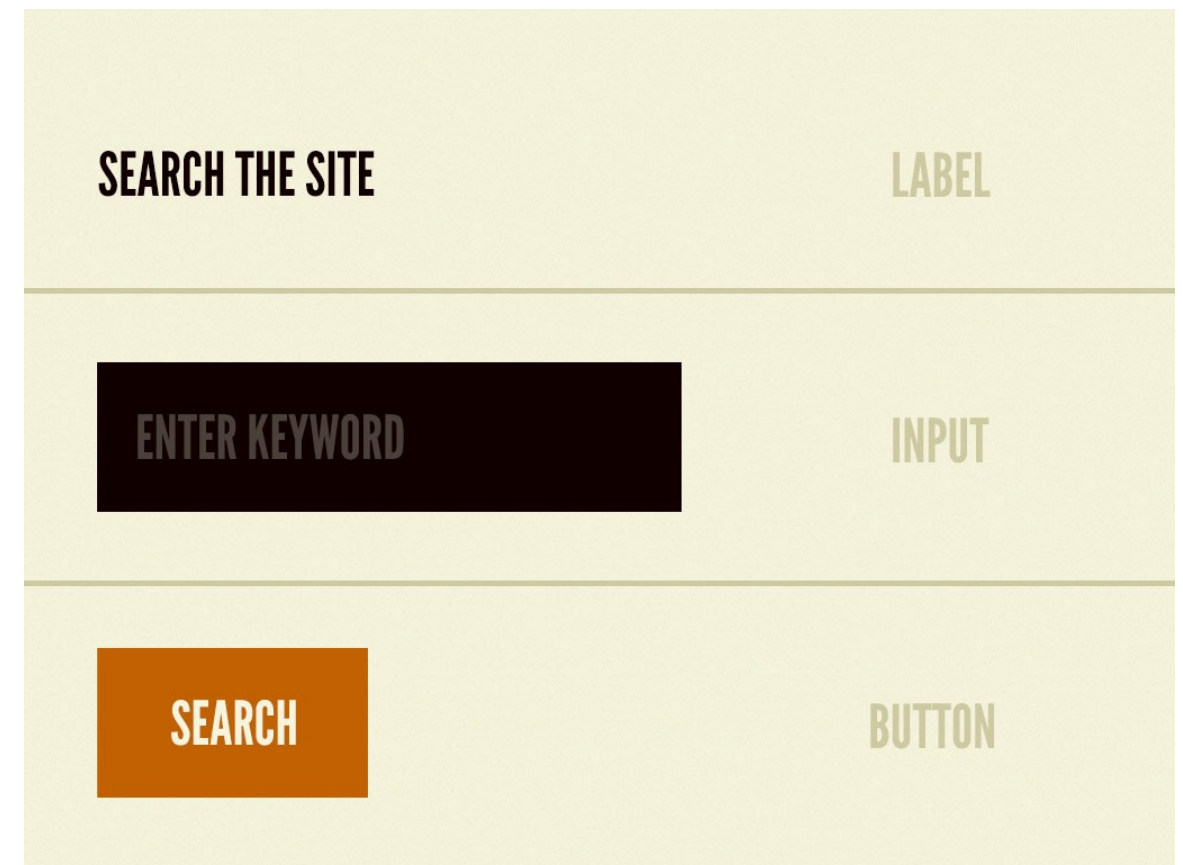
„Tiny bootstraps for every client“ — **Dave Rupert**

„We’re not designing pages, we’re designing systems of components.“ — **Stephen Hay**

Die 5 Stufen des Atomic Designs

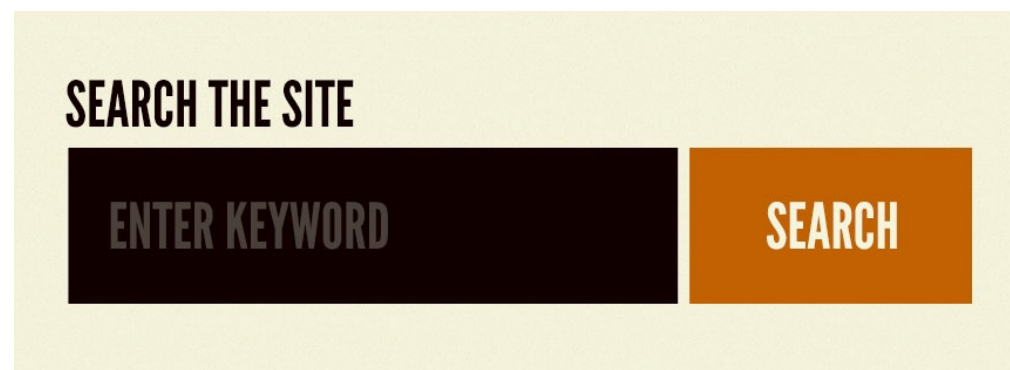
Atome

- HTML Elemente
- Farben
- Schriftarten
- Icons
- Bilder
- etc.



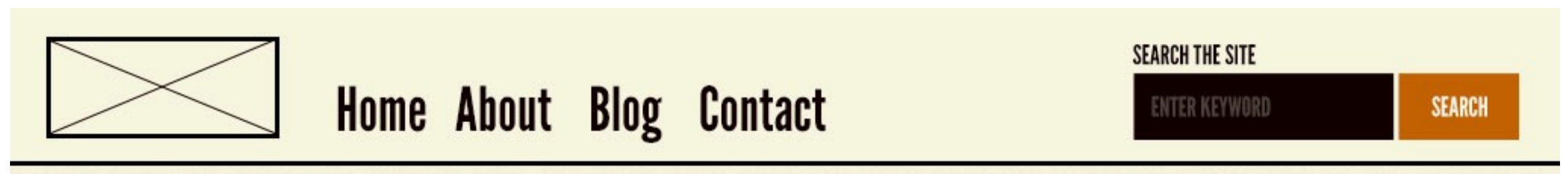
Moleküle

Moleküle bestehen aus Atomen und sollten möglichst modular verwendbar sein



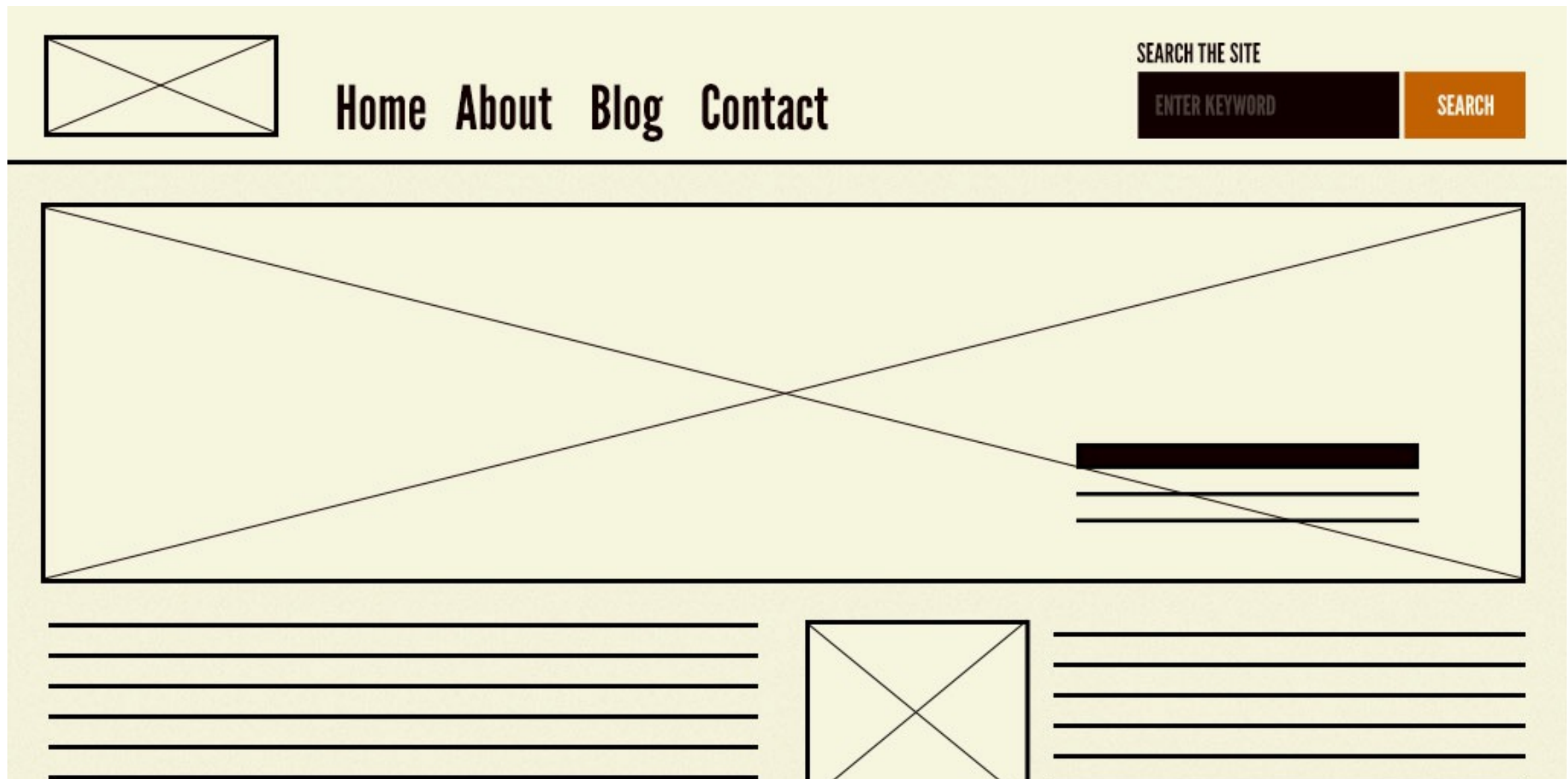
Organismen

Organismen sind Gruppen von Molekülen die zusammen einen relativ komplexen Abschnitt bilden



Templates

Mehrere Organismen bilden ein Template



Seiten



Vorteile Atomic Design

- modular
- skalierbar
- einheitliche Terminologie
- Aufbauen anstatt zerlegen



<http://patternlab.io>

Weitere Infos

- <http://bradfrost.com/blog/post/atomic-web-design/>
- <http://patternlab.io/>
- <http://de.slideshare.net/bradfrostweb/atomic-design>
- <http://bradfrost.com/blog/post/atomic-design-book/>

Prototyp

- Umsetzung in HTML / CSS aller Seitentypen mit echtem Content
- Alle Inhaltselemente sollten umgesetzt werden
- Mobile First für alle Breakpoints

Testing

- auf echten Devices
- verschiedene Browser (Android!)
- unterschiedliche Bandbreiten
- ideal: unterschiedliche Netzbetreiber
- Webview in Apps testen (Facebook, Twitter, etc.)

Fragen ?