

Konzept – Shop für nachhaltige Mode

Kurzbeschreibung der Organisation

Bei der Organisation handelt es sich um ein kleines, von Studenten aus den Bereichen Mode- und Kommunikationsdesign, gegründetes Unternehmen, das selbst entworfene und nachhaltige Modeartikel produziert. Außerdem haben sie sich zum Ziel gesetzt die Besucher ihrer Website über das Thema Nachhaltigkeit in der Modeindustrie zu informieren.

Ziele des Projekts

Im Vordergrund steht der Verkauf von nachhaltiger Mode. Außerdem möchten die Organisation über die Qualität und Nachhaltigkeit ihrer Mode informieren. Da die Besucher der Webseite sich offensichtlich für Nachhaltigkeit interessieren hat sich das Unternehmen als zusätzliches Ziel gesetzt auch im Allgemeinen über Nachhaltigkeit zu informieren.

Zielgruppen und deren Bedürfnisse

Von dem Modestil, welcher das Unternehmen anbietet, ist zu erwarten, dass er jungen Erwachsenen am meisten zusagt. Natürlich können sich auch Personen außerhalb dieser Altersgruppe unter den Kunden befinden. Jedoch ist es wahrscheinlich, dass diese Gruppe eher einen kleinen Teil ausmacht. Im Allgemeinen ist es wichtig, dass die Webseite klar strukturiert und leicht bedienbar ist. Für die große Kundengruppe der jungen Erwachsenen ist es drüber hinaus sinnvoll die Ästhetik und Struktur der Webseite an ihnen bekannten Modeseiten anzulehnen.

Die Gesamtheit der Kunden lassen sich in zwei Kategorien unterteilen: die Neu- und Stammkunden. Diese Kategorien können wiederum nochmals in die Personen, welche

die Webseite auf Grund der Nachhaltigkeit besuchen und die, die sie wegen der Mode besuchen differenziert werden.

Bei Neukunden ist es besonders wichtig ihnen einen schnellen Überblick über die Angebote auf der Webseite zu verschaffen und ihnen eine leicht bedienbare Struktur zu bieten. Stammkunden hingegen muss es möglich sein schnell zu den gewünschten Inhalten zu gelangen.

Das primäre Ziel von Personen, welche nur an der Mode interessiert sind oder aber auch schon so viel über das Thema Nachhaltigkeit wissen, dass ihnen die Blogeinträge keine neuen Informationen bieten, ist es auf der Webseite Kleidung zu kaufen. Um ihre Bedürfnisse bestmöglich zu erfüllen muss ihnen ein schneller und unkomplizierter Weg zu den Artikeln geboten werden.

Die Gruppe der Personen welche die Webseite wegen dem Thema Nachhaltigkeit besuchen besteht aus Personen die noch nicht viel über das Thema Nachhaltigkeit generell oder in Bezug auf die Modeindustrie wissen, diesem aber nicht abgeneigt sind, oder aber auch informierte Personen die versuchen mehr darüber zu erfahren möchten, insbesondere in Bezug auf das Unternehmen. Bei dieser Gruppe stehen die Artikel im vorderst im Hintergrund und der Fokus liegt darin ihnen Informationen bezüglich des Themas zu bieten.

Außerdem ist es wichtig den Nutzern, egal welcher Zielgruppe sie angehören, die Möglichkeit zu bieten bei auftretenden Fehlern und Fragen passende Lösungen zu präsentieren, und im Zweifelsfall die Möglichkeit einer Kontaktaufnahme mit dem Unternehmen zu schaffen.

Funktionen

Die Webseite soll den modernen Standards eines Webshops entsprechen und durch den Blog visuell ansprechende, hochwertige Informationen bereitstellen. Um die gewünschten Produkte leicht zu finden werden diese in Kategorien unterteilt.

Ausgehend von der Home-Seite kommt der Kunde mit wenigen Klicks überall hin. Von hier aus geht es über das Bannerbild zu den Kategorien, er kann aber auch über die kleine Blogübersicht auf die neusten Artikel zugreifen. Als letztes werden noch die aktuell besten Angebote angezeigt.

Auf den einzelnen Produktseiten findet man verschiedene Bilder und Beschreibungen zu dem Produkt. Der Blog besteht aus einer Übersicht, die auf die einzelnen Blogseiten verweist. Der Blog enthält Informationsartikel zu Thema Nachhaltigkeit. Einzelne Artikel können sowohl mit Text, Bildern aber auch Videos dargestellt werden. Die About-Seite leitet den Besucher auf Informationen über das Unternehmen und dessen Arbeitsweise.

Falls der Nutzer Fragen oder Probleme hat, kann er auf der FAQ-Seite nach Antworten suchen oder aber auch direkten Kontakt zum Unternehmen über die im Impressum hinterlegten Daten aufnehmen.

Die genannten Funktionen kann der Besucher einfach über den Header oder aber auch die Fußleiste erreichen. In der Fußleiste sind mehr Bereiche direkt erreichbar, wohingegen im Header der Fokus auf den am meisten Besuchten Bereichen steht.

Eine Leiste unter dem Header zeigt dem Nutzer immer seine aktuelle Position in der Seitenstruktur an und ermöglicht eine gute Navigation durch die Seitenstruktur.

- Dem Konzept liegen die ausgearbeiteten statischen HTML Seiten Home, Kategorien, Blogseite und Produktseite bei.
- Außerdem befindet sich im Ordner noch ein PDF, das die prototypisch ausgearbeiteten Designs aller 10 Seiten enthält.

Sitemap

