



Checkliste für die Planung einer Webseite

Egal ob Sie ein kleineres oder umfangreiches Webprojekt planen sollten Sie sich möglichst detailliert Gedanken zur Struktur, Funktionalität und dem Design einer Webseite machen. Je genauer Sie hier arbeiten, desto besser kann Ihr Briefing an externe Dienstleister, den eigenen Programmierer oder die interne Marketingabteilung werden. Behalten Sie jedoch bitte im Hinterkopf, dass Sie nicht alle Eventualitäten berücksichtigen können und sollen. Eine Webseite ist ein lebendiges Medium, welches gepflegt werden soll und muss. Somit wird eine Webseite nie abgeschlossen sein und Sie werden immer neue Inhalte veröffentlichen. Dieser Grundsatz gilt für kleine Portfolio-Webseiten, genau so wie für die umfangreiche Unternehmenswebseite oder den umfangreichen Webshop.

Vorarbeiten

Bitte berücksichtigen Sie unbedingt folgende Punkte, bevor Sie mit der eigentlichen Planung und Checkliste beginnen. Dies erleichtert Ihnen die weitere Arbeit. Stellen Sie sich folgenden Fragen:

1. Was ist der Einsatzzweck Ihrer Webseite? (Shop, Unternehmensseite, Portfolio, Bewerbung, Soziales)
2. Mit wie vielen monatlichen Besuchern rechnen Sie?
3. Wie viele Newsletteranmeldungen werden Sie erreichen?
4. Wie hoch schätzen Sie Ihre Verkaufszahlen ein?
5. Geben Sie sich selbst ein Budget für den Start Ihrer Webseite vor und überprüfen Sie dieses Budget regelmäßig.
6. Suchen Sie sich ein passendes Team für den Relaunch. Denken Sie an Grafiker, Programmierer gleichermaßen wie jemanden aus der internen Marketingabteilung der eine starke Online-Affinität hat.
7. Haben Sie einen guten Texter?
8. Überlegen Sie sich eine gute Content-Strategie. Stellen Sie sich die Frage, aus welcher Art von Inhalten Ihre Webseite zusammengesetzt werden wird. Sind es Blogbeiträge, Newseinträge, Portfolio-Arbeiten (Bilder, Grafiken, Illustrationen, Fotos oder Ähnliches), Videos, Texte?
9. Machen Sie sich einen Plan wie oft Sie etwas veröffentlichen möchten. Engagieren Sie sich eventuell jemanden, der für Sie das weboptimierte Schreiben übernimmt, wenn Sie dies selbst nicht leisten können.
10. Wie viel Zeit haben Sie in Zukunft?
Stellen Sie sich vor, Ihre Webseite brummt nur so, Sie erhalten Anfragen, Kommentare, Verkaufen Produkt nach Produkt. Machen Sie sich jetzt schon Gedanken, wie viel Sie regelmäßig veröffentlichen können. Warum? Nichts ist wichtiger als regelmäßig die Webseite zu erneuern und die Abstände von einer Erneuerung zur nächsten nicht zu lange zu machen.
11. Überlegen Sie sich schon jetzt ein paar Keywords, die Sie für Ihre Seite für relevant halten und machen Sie sich in den folgenden Schritten immer wieder Gedanken, ob Ihre Seite noch zu den Keywords passt.
12. In welchen Browsern / auf welchen Betriebssystemen soll Ihre Seite funktionieren?

Einige dieser Ziele können Sie anschließend im Übrigen leicht mit Google Analytics nachvollziehen. Daraufhin können Sie auch gezielt auf einzelne Webseitenfaktoren Einfluss nehmen.



Legen Sie eine Struktur fest

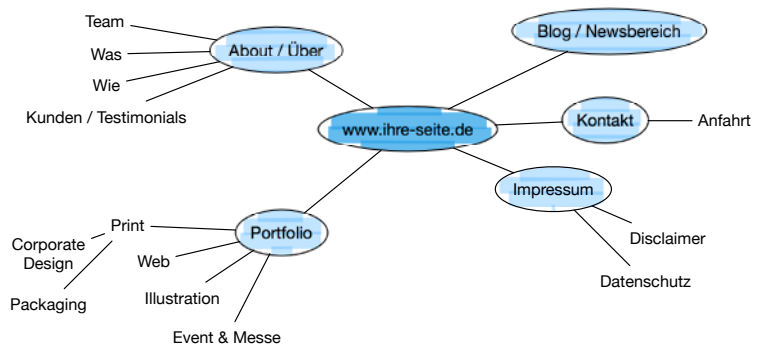
Zum einen geht es hier um den strukturellen Aufbau der Webseite an sich aber auch um den Aufbau jedes einzelnen Seitentyps.

Aufbau der Webseitenstruktur

Bauen Sie Ihre Webseite in einer groben Struktur zusammen. Dies könnte aussehen wie folgt für eine Agenturseite:

www.ihre-seite.de
 About / Über
 Team
 Was
 Wie
 Kunden / Testimonials
 Portfolio
 Print
 Corporate Design
 Packaging
 Web
 Illustration
 Event & Messe
 Blog / News
 Kontakt
 Anfahrt
 Impressum
 Disclaimer
 Datenschutz

Noch besser sieht das Gleiche als Mindmap aus



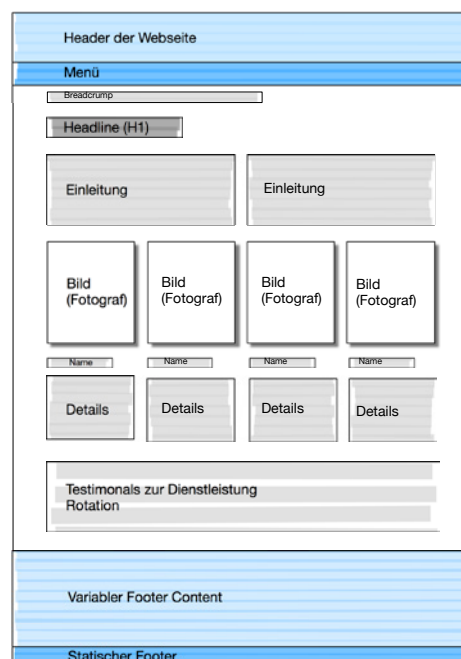
Aufbau einer einzelnen Seite

Um Entwicklern, Designern und Marketing die Zusammenarbeit zu erleichtern oder perfekt mit einer ausführenden Agentur sprechen zu können, macht es Sinn mit einfachen Scribbels / einfachen Skizzen, den gewünschten Inhalt einer Unterseite zu gestalten. Anbei dieses Vorgehen anhand einer "Über Uns Seite":

Wie Sie anhand der folgenden Skizze sehen können, kann dies ein einfacher, aber ausreichender Weg sein, Grafiker / Programmierer / Marketing mitzuteilen, wie Sie sich Ihre eigene Webseite vorstellen.

Beachten Sie hier bitte Folgendes:

1. Geben Sie der Grafik / dem Marketing nicht zu viel vor, schließlich sind die für kreative Leistung zuständig.
2. Entscheiden Sie nicht, wie breit und wie genau die Seitenbestandteile positioniert sein sollen. Diese Aufbau-Skizze dient nur dazu den groben Content Ihrer Seite festzulegen.
3. Kümmern Sie sich hier noch nicht um die Realisierbarkeit Ihrer Ideen. Hier geht es um das Brainstorming von Ihrer Seite.





Das Design Ihrer Webseite

Meine Empfehlung geht ganz klar dahin, dass Sie das Design Ihrer Webseite eindeutig einer fähigen Agentur oder einem Freelancer überlassen. Dennoch einige Tipps für Sie, anhand denen Sie die Arbeit der Webdesigner überprüfen können:

1. Finden Sie die Navigation sofort? Verstehen Sie das Navigationskonzept? Viele Studien empfehlen an dieser Stelle eine zentrierte, oben horizontal orientierte Navigation. Ob dies immer so sein muss möchte ich hier außer Acht lassen.
2. Wurde eine einfach zu lesende Schrift verwendet?
3. Ist der Kontrast zwischen Hintergrund und Schrift stark genug?
4. Wurden aktuelle Screengrößen (derzeit geht durchaus 1.366 Pixel in der Breite) berücksichtigt?
5. Wurde an das Responsive Design der Webseite gedacht? Gibt es einen Entwurf für Smartphones und einen für Tablets? Ändert sich hier die Navigation, Bilddarstellung, Textdarstellung? Ist es so noch Ihre Seite und entspricht es der CD-Vorgaben (Corporate Design) aus dem Marketing?
6. Wurden viele Bildelemente verwendet? Falls ja, sollten Sie darüber nachdenken, diese zu reduzieren, um Lade-geschwindigkeiten möglichst gering zu halten.
7. Fallen Logo und Claim auf? Erkennt man Ihr Unternehmen noch?
8. Ist der Stil und sind die Farben auf Ihrer Webseite durchgängig einheitlich?
9. Was passiert "above the fold" auf Ihrer Webseite? Sind alle wichtigen Elemente gleich zu sehen?
10. Gibt es ausreichend "Call to Action" Elemente auf der Webseite um Ihre Conversion-Ziele zu erreichen?

Ein guter und erfahrener Dienstleister in diesem Bereich hat wahrscheinlich für Sie auch eine Art Eyetracking-Studie für das eigene Design gemacht.

Welche Art von Content darfs denn für Sie sein?

Bei Webseiten geht es grundsätzlich um Inhalte. Hier ist eine Liste von Inhalten, welche zu Ihrer Webseite passen könnten. Wenn Sie mit externen Dienstleister zusammenarbeiten, diskutieren Sie Ihre Auswahl und hören Sie sich die Empfehlungen der Spezialisten an:

- Fachartikel
- Blog
- Diskussionsforen
- Dokumente
- Produkte
- Kontaktformulare
- Downloads
- Email Newsletter
- Kalender (Events / Termine)
- Bildgalerien
- RSS Feeds (ein- und ausgehende)
- Suche / Suchergebnisse (Tracking?)





Beta-Testing

Ein erfahrener Dienstleister wird einen eigenen Entwicklungsserver verwenden, auf den nur Sie nach Eingabe eines Passworts Zugang haben. Die Seiten auf diesem Entwicklungsserver werden nicht indiziert und sind für Google gesperrt.

Beachten Sie bei einem ersten Test oder bei der Freigabe neben Ihrem Briefing und allen besprochenen Korrekturen / Änderungen (und bitte gehen Sie dies alles ein mal genau und gründlich durch und nicht in 3 Anläufen) folgende Punkte:

1. Wiedergabe / Darstellung der Bilder
2. Wurden Platzhaltertexte durch Original-Texte ersetzt
3. Funktionieren alle interaktiven Bestandteile einwandfrei und flüssig
4. Funktionieren alle internen und externen Links
5. Nutzen Sie alle Formulare und prüfen Sie wie die Formulareingaben bei Ihnen ankommen
6. Die Webseite sieht in allen vereinbarten Browserumgebungen so aus, wie gewünscht
7. Ist Google Analytics eingebunden
8. Ist die Webseite tatsächlich responsive (Testen Sie durch Verkleinerung des Browserfensters aber auch mit Hilfe eines Tablets / Smartphones).
9. Funktionieren alle Downloads
10. Können Sie sich einloggen
11. Funktionieren Benutzeraccounts
12. Bestellen Sie und bezahlen Sie (gilt für jede Zahlung) und für Produkte aus unterschiedlichen Kategorien
13. Haben Sie jemand Unabhängigen alles prüfen lassen
14. Verhalten Sie sich wie jemand aus einem anderen Land im Bestellvorgang
15. Prüfen Sie automatisch generierte Text (auf der Webseite ebenso wie per Email)

Erst wenn diese Schritte tatsächlich abgeschlossen sind und wenn wirklich alle Parteien damit einverstanden sind, würde ich Ihnen empfehlen die Webseite live zu nehmen. Ein Image-Schaden bei falschem Launch einer Webseite kann schneller passieren, als gedacht.

Maintenance / Wartung / Aktualisierung

Sie sollten sich bereits frühzeitig mit Ihrem Kreativen auseinandersetzen und das Thema der Wartung / Aktualisierung besprechen. Eine Webseite ist ein nie abgeschlossenes Projekt.

Sollten Sie z.B. an der Realisierung eines Relaunches arbeiten, sollten Sie die Ressourcen und finanziellen Mittel nicht ausgeben, so lange Sie sich nicht bewusst sind, dass eine brach liegende Webseite ohne aktuelle News / Änderungen wertlos ist.





Impressum / Imprint

Alle hier erarbeiteten Ideen, Gedanken, Vorschläge und Strategien bleiben das geistige Eigentum von Ben Moll und unterliegen den geltenden Urhebergesetzen. Die ganze oder teilweise Wiedergabe an Dritte ist nicht gestattet.

Munich, 07/24/2014

Ben Moll

Bauweberstr. 53
81476 München
E-Mail: info@ben-moll.com
Internet: www.ben-moll.com

