

swiss-webdesign.info



Thomas Böhm | Wassermattweg 19 | 3177 Laupen BE
info@swiss-webdesign.info
Phone +41 (76) 708 707 8

Checkliste für die Planung einer Website

Die Planung einer Website kann teilweise eine grosse Herausforderung sein.

Oft weiss man nicht, worauf man achten soll, und welche Dinge wichtig und notwendig sind.

Im Internet findet man unzählige Adressen von Webdesignern, und auch viele Gratis-Angebote. Für die Entwicklung Ihrer Website. Oft schwierig zu unterscheiden, was davon professionell ist und was nicht.

Apropos Gratis-Angebote: Melden Sie sich doch gern mal bei dem einen oder anderen Angebot an, und schauen ob Sie sich im System dort gut zurechtfinden.

swiss-webdesign.info gibt Ihnen die folgende Checkliste zur Hand, die Ihnen bei der Planung Ihrer neuen Website helfen soll.

Die Checkliste gibt Ihnen Hinweise, worauf Sie achten sollten, und was wichtig wäre bei der Planung.

Sie ersetzt aber kein Beratungsgespräch, denn ein Profi für Websiteentwicklung wird Ihre individuellen Fragen beantworten, und Hilfestellung geben können. Das ist übrigens eines von vielen Kriterien, die eine gute Internet-Agentur von einer schlechten unterscheidet.

Auch finden Sie auf unserer Website: swiss-webdesign.info weitere Informationen, die wichtig sein könnten.

Hier nun unsere Entscheidungshilfen:

1. Zielgruppen

Als aller erstes sollten Sie überlegen, wen Sie mit Ihrer Website überhaupt ansprechen wollen. Klar – jeder will potentielle Kunden informieren – aber was ist darüber hinaus wichtig? Einige mögliche Beispiele finden Sie hier:

- potentielle Neukunden – Einzelpersonen
- potentielle Neukunden – Firmen
- bestehende Kunden – Einzelpersonen
- bestehende Kunden – Firmen
- Lieferanten
- Geschäftspartner
- Vertriebspartner
- Empfehlungsgeber
- _____
- _____

* swiss-webdesign.info * | Thomas Böhm | Wassermattweg 19 | 3177 Laupen BE
info@swiss-webdesign.info | Phone +41 (76) 708 707 8

Einige dieser Zielgruppen müssen auch noch weiter eingeschränkt werden. Es interessieren Sie vermutlich nicht unbedingt potentielle Neukunden aus Paraguay, Kongo oder Vietnam. Deswegen ist eine örtliche Einschränkung notwendig:

Länder/Regionen: Sprachen:

*	_____	*	_____	*	_____
*	_____	*	_____	*	_____
*	_____	*	_____	*	_____

Bieten Sie spezielle Produkte und Dienstleistungen an, die nur für eine bestimmte Gruppe von Menschen interessant ist? Zum Beispiel nur für Jugendliche oder nur für Behinderte? Dies sind wichtige Dinge, die später bei der Planung und Konzeption Ihrer Website besonders wichtig sind – denn die Inhalte müssen dieser Zielgruppen entsprechen:

Personengruppen Alter

*	_____	*	_____	*	_____
*	_____	*	_____	*	_____

Geschlecht sonstiges

*	_____	*	_____	*	_____
*	_____	*	_____	*	_____

2. Hauptziele Ihrer Website

Manche Websites haben als wichtigstes Ziel, zu informieren, andere zu verkaufen. Warum wollen Sie eine Website und was wollen Sie damit erreichen? Je genauer Sie sich darüber im Klaren sind, desto besser wird Ihre Website auch!

Schreiben Sie die Hauptziele Ihrer Website hier auf:

- Informieren von Kunden
- Informieren von Interessenten
- Informieren von Lieferanten
- Informieren von Geschäftspartnern
- Informieren von Vertriebspartnern
- Informieren von Mitarbeitern / Bewerbern

- Verkauf von Produkten
- Verkauf von Dienstleistungen
- Kundenbindung erhöhen
- Kommunikation mit Kunden verbessern
- Kommunikation mit Lieferanten verbessern

- Kommunikation mit Vertriebspartnern verbessern
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

3. Selbstbeurteilung

Damit Ihre Website möglichst erfolgreich wird, sollten Sie sich die Antworten auf die folgenden Fragen gut überlegen:

Welche Stärken haben Sie in Ihrem Geschäft?

Es ist wichtig, dass Sie wissen, wo Ihre Kernkompetenzen liegen, denn dies sollte später auf Ihrer Website herausgestellt werden.

Womit heben Sie sich von Ihrer Konkurrenz ab?

Warum soll ein Kunde bei Ihnen kaufen, mieten, etc?

4. Website-Inhalte - Umfang

Mit den vorgenannten Überlegungen können wir uns nun daran machen, die Inhalte, Funktionen und Angebote auf der Website etwas näher zu betrachten. Die Website-Inhalte unterteilen wir dazu in verschiedene Bereiche:

- Information
- Kundenbindung
- Kommunikation

Eine Website soll meistens nicht nur informieren, sondern auch den Dialog mit dem Besucher fördern und unterstützen. Ein oft vernachlässigter Bereich von Websites, da viele denken, dass eine Website eigentlich nur eine Form eines elektronischen Prospektes ist. Eine Website ist aber viel mehr – sie ist eine Dialogplattform.

4.1. Allgemeine Informationen

Die folgenden Seiten sind allgemeine Informationen, die Sie über sich, Ihr Unternehmen und Ihre Produkte/Dienstleistungen anbieten können:

- über uns
- Firmenphilosophie
- besondere Qualifikationen
- besondere Auszeichnungen
- Mitgliedschaften
- Vorstellung der Mitarbeiter
- Referenzen
- Preise oder Preisbeispiele
- Kontaktdaten
- Impressum
- Allgemeine Geschäftsbedingungen
- Wegbeschreibung
- Informationen über Ihre Produkte
- Informationen über Ihre Dienstleistungen
- Jobangebote

•

•

* swiss-webdesign.info * | Thomas Böhm | Wassermattweg 19 | 3177 Laupen BE
info@swiss-webdesign.info | Phone +41 (76) 708 707 8

4.2. Allgemeines zum Thema Kundenbindung

In der heutigen Welt, wo sich jeder Kunde gerade über das Internet informieren und die gewünschten Waren und Dienstleistungen fast von überall bestellen kann, ist es besonders wichtig geworden, den Kunden zu binden. Sie müssen es ihm einfach und schmackhaft machen, dass er das nächste Mal wieder bei Ihnen kauft und dass er Sie weiterempfiehlt.

Überlegen Sie sich einmal, wie Sie Ihre bestehenden Kunden möglichst oft auf Ihre Website zurückholen, denn je häufiger ein zufriedener Kunde Ihren Namen im Kopf hat, desto eher kommt er auch wieder zu Ihnen.

- persönlicher, individueller Kundenbereich
- Bewertungsmöglichkeiten für Produkte und Dienstleistungen
- elektronische Gutscheine
- spezielle Online-Einladungen
- Online-Shop (ist zugleich aber auch eine Kommunikationskomponente)
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

4.3. Allgemeines zum Thema Kommunikation

Den Dialog über die Website mit Kunden, Lieferanten, Mitarbeiter (eben allen Personen, die Sie weiter vorne als Zielgruppen definiert haben) ist von grundlegender Bedeutung. Ein Kontaktformular genügt da leider überhaupt nicht. Machen Sie sich zu den folgenden Punkten einige Überlegungen und vervollständigen Sie die Liste mit Ihren eigenen Ideen:

- Kontaktformular
- Rückrufservice
- News
- Newsletter
- Blog/Weblog
- Forum / Gästebuch
- Umfragen
- Gewinnspiele
- Testimonials / Kundenbewertungen
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

5. Inhalt Website – Texte und Bilder

Der nächste Schritt ist, dass Sie sich über die Texte und Bilder auf Ihrer Website Gedanken machen. Hier ein paar Informationen dazu:

5.1. Texte

Texte für Websites sind in vielerlei Hinsicht sehr wichtig. Dass diese ohne Fehler und mit korrekter Grammatik geschrieben sind, setzen wir mal voraus.

Der Text auf einer Website muss vielen Anforderungen genügen:

1. er darf nicht zu lang sein, da Menschen nicht so viel lesen
2. er darf nicht zu kurz sein, da dann Informationen fehlen und Suchmaschinen die Seite als nicht besonders wichtig einstufen
3. er muss so geschrieben sein, dass er vom Zielpublikum einfach verstanden wird
4. er muss Bezüge zu anderen Seiten auf Ihrer Website enthalten (Verlinkung)
5. er muss die richtige Grösse und Schriftart haben

Ob die Texte von Ihnen, einem Mitarbeiter oder einem unabhängigen Profi geschrieben werden, ist ebenfalls ein wichtiges Kriterium.

5.2. Bilder

Bilder sind auf jeder Website sehr wichtig, denn Informationen, die optisch erklärt werden, werden um ein Vielfaches besser wahrgenommen. Nehmen Sie als Beispiel Ebay: Produkte mit Fotos werden viel besser und teurer versteigert, als Produkte ohne Foto.

Zu den Bildern ist aber auch folgendes zu sagen: sie unterliegen einem Urheberrecht. Jeder der ein Foto schießt, hat das alleinige Urheberrecht an diesem Bild und das Urheberrecht ist nach üblicher Rechtsprechung nicht übertragbar! Das ist aber nicht weiter schlimm, denn es geht bei den Fotos in erster Linie um ein Nutzungsrecht. Wenn Sie als nicht über eigene Fotos und Bilder verfügen, dann können Sie das Nutzungsrecht von einem Fotografen bekommen, der die Bilder für Sie macht oder Sie können sich selbst Bilder aus Online-Datenbanken suchen, zu denen Sie das entsprechende Nutzungsrecht erwerben können. Ein gutes Beispiel einer solchen Bilddatenbank finden Sie unter www.fotolia.com (zurzeit sind dort fast 7 Millionen Fotos zu allen erdenklichen Themen verfügbar).

6. Corporate Identity / Corporate Design

„Nur etwas für grosse Firmen“, denken Sie vielleicht. Weit gefehlt. Denn ein einheitliches Erscheinungsbild ist für den Bäcker nebenan genauso wichtig, wie für IBM. Der Grund dafür ist ganz einfach, denn jeder Kunde, Mitarbeiter oder Geschäftspartner bekommt einen wichtigen ersten Eindruck von der Professionalität einer Firma darüber, ob diese ein einheitliches Erscheinungsbild hat. Dies geschieht ganz unbewusst und ist deswegen unheimlich wichtig.

Wenn Sie über eine neue Website nachdenken, dann machen Sie sich gleichzeitig auch mal Gedanken über Ihr Erscheinungsbild. Falls Ihre Flyer anders aussehen als Ihre Visitenkarten und Ihre Werbung, dann ist jetzt der richtige Zeitpunkt zum Handeln.

Prüfen Sie mal die folgenden Dinge:

- Logo
- Visitenkarten
- Flyer
- Prospekte
- Anzeigen in Publikationen
- Anzeigen und Produktblätter im Geschäft
- Briefpapier
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Übrigens: Ihre neue Website sollte mit diesem Erscheinungsbild konform gehen!

7. Entwicklung der Website

Es gibt viele verschiedene Möglichkeiten, wie und von wem Ihre Website entwickelt werden soll. Vielleicht finden Sie im Internet Angebote, die verlockend günstig sind. Führen Sie sich aber mal vor Augen, was solche Angebote bedeuten, wenn Ihnen jemand anbietet, für 500 Franken eine Website zu entwickeln. Wenn ein Profi mit einem Stundensatz von 70 Franken (was deutlich unter dem Durchschnitt liegt) die Website entwickelt, dann bleiben ihm dafür etwa 7 Stunden Arbeit.

Wenn man berücksichtigt, dass neben der Programmierung der Website viele andere Arbeiten wie eingehende Beratung des Kunden, Einrichtung der Website auf dem Server, Bildbearbeitung für optimale Grössen für das Internet, Seitenoptimierung für Suchmaschinen, voller Funktionstest der fertigen Seite und vieles mehr anfällt, dann ist jedermann klar, dass diese Tätigkeiten – sofern sie denn vernünftig erledigt werden – einen wesentlich höheren Aufwand bedeuten. Es ist also immer wichtig, dass Sie prüfen, welche Leistungen Sie für welches Geld bekommen.

Die Entwicklung der Website kann auf viele Arten erfolgen – durch eine Internet-Agentur, durch einen Freiberufler, durch Studenten, durch Sie selbst, etc. Das folgende sollte Ihnen aber immer im Hinterkopf bleiben:

Es gibt keine zweite Chance auf einen ersten Eindruck – dies gilt besonders auch für Internetauftritte, denn der Kunde gewinnt diesen ersten Eindruck immer häufiger auf Ihrer Website.

Dass ein Internet professionell geplant und umgesetzt werden sollte, ist nicht nur wegen dem ersten Eindruck wichtig, sondern auch, damit Sie

1. gut in Suchmaschinen gefunden werden
2. die Website über eine gute Benutzerführung verfügt
3. die Website eine professionelle Struktur hat
4. alle kleineren und grösseren Anforderungen an Technik und Benutzer gerecht wird

Wenn Sie also Ihren Kunden professionelle Produkte und Serviceleistungen anbieten, dann sollten Sie das auch von Ihren Lieferanten erwarten.

8. Kosten und Budget

Ein weiterer wichtiger Punkt ist, dass Sie sich überlegen, mit welchen Kosten und mit welchem Budget Sie das Projekt „Internetauftritt“ angehen wollen.

Bei den Bereichen Webdesign und Websiteentwicklung handelt es sich in der Regel um eine einmalige Investition und bei den Themen Webhosting und laufende Betreuung um regelmässige Kosten.

Damit Sie mit dem endgültigen Ergebnis – einer erfolgreichen Website – zufrieden sein können, benötigen Sie ein gewisses Budget und auch etwas Zeit. Je professioneller Sie das Projekt angehen, desto erfolgreicher wird es und bringt Ihnen auch entsprechend mehr Kunden und Interessenten.

Die Investitionen für eine neue Website können wir an dieser Stelle nicht genau beziffern, da diese von vielen Faktoren abhängig sind:

- Umfang der Website
- Art der Website (z.B. sind Online-Verwaltungsmöglichkeiten zu berücksichtigen)
- Mögliche Eigenleistungen wie Texte und Bilder und Layout-Vorstellungen
- Professionalität der Website

Grundsätzlich wird bei der Entwicklung zwischen zwei Arten von Seiten unterschieden:

statische Seiten Dies sind Seiten, die fest programmiert sind und sich nur ganz selten verändern. Ein Beispiel dafür ist die Kontaktseite, da Sie ja nicht jeden Tag umziehen.

dynamische Seiten Dynamische Seiten sind Seiten, deren Inhalt Sie selbst pflegen können. Das bedeutet, dass bei der Entwicklung Ihrer Website solche dynamischen Seiten nicht nur aus der eigentlichen Seite bestehen, sondern auch aus einem Verwaltungsbereich, aus welchem Sie die Inhalte pflegen können.

Dynamische Seiten sind also wesentlich aufwändiger zu entwickeln, bieten Ihnen dafür die Möglichkeit, bei der laufenden Betreuung dauerhaft Geld zu sparen. Wenn sich Seiten also regelmässig ändern – zum Beispiel alle ein bis zwei Monate, dann sollten Sie darüber nachdenken, dass diese Seiten dynamisch entwickelt werden. Auf Dauer sparen Sie so sehr viel Geld.

Gerne sind wir Ihnen behilflich, wenn Sie sich nicht zwischen statischen und dynamischen Seiten entscheiden können.

Tipp: Machen Sie sich bei den Websiteinhalten weiter vorne Notizen, ob es sich dabei eher um statische oder dynamische Seiten handeln soll.

Die Entscheidung, ob Ihr geplantes Budget ausreicht oder nicht, ist natürlich schwierig zu treffen, da wir weder Ihr Budget kennen noch den Umfang der Seiten. Darum haben wir auf der folgenden Website eine Online-Kalkulation zusammengestellt, mit der Sie herausfinden können, ob Ihr Budget realistisch ist, oder nicht:

www.webkalkulator.com

Sie können damit Ihre eigene Website planen und bekommen am Schluss einen Überblick über den notwendigen Aufwand.

Tipp: Wenn Sie denken, dass Ihr Budget etwas knapp bemessen ist, dann sprechen Sie mit uns. Wir können Ihnen eventuell helfen, die Planung und Vorbereitung so zu optimieren, dass Ihr Budget eventuell doch ausreicht, ohne dass die Professionalität Ihres Internetauftritts darunter leiden muss.

9. Marketing

Es ist gut, wenn man sich früh genug Gedanken darüber macht, wie man die neue Website bekannt macht, denn auch für Ihre Website ist ein Marketing notwendig. Schliesslich soll ja bekannt werden, dass Sie jetzt über einen Internetauftritt verfügen.

Hier ein paar Tipps:

Auf allen Printerzeugnissen sollten die E-Mail-Adresse und die Internet-Adresse draufstehen:

- Visitenkarten
- Flyer
- Prospekte
- Briefpapier etc.

Verfügen Sie über ein Ladenlokal oder ein Büro mit regelmässiger Kundenfrequenz? Dann wäre es eventuell sinnvoll einen kleinen A6-Flyer auszulegen, in welchem Sie auf Ihre neue Website aufmerksam machen. Gerne sind wir Ihnen bei der Entwicklung eines solchen Flyers behilflich.

Suchen Sie mal im Internet nach Ihrer Firma. Sie werden überrascht sein, an wie vielen Orten Ihre Firma schon genannt wird. Zum Beispiel in Telefonverzeichnissen, im Gewereregister auf der Website Ihrer Gemeinde, etc. Suchen Sie also alle diese Einträge und schauen Sie, ob Sie dort auch die Möglichkeit haben, Ihre Website mit anzugeben. Übrigens sind solche Links auch für die Suchmaschinen sehr wichtig und fördern den Erfolg Ihrer Website.

Schauen Sie, welche kostenlosen Verzeichnisse im Internet verfügbar sind, auf welchen Sie sich, Ihre Firma oder Ihre Produkte, eintragen können. Achten Sie darauf, dass wo immer möglich auch Ihre Internet-Adresse angegeben ist.

Weitere Möglichkeiten des Onlinemarketings finden Sie übrigens auch hier:

<http://swiss-webdesign.info>

10. Suchmaschinenoptimierung

Bereits bei der Entwicklung sollte berücksichtigt werden, dass Ihre Website von Google gut gefunden wird und möglichst optimal platziert ist. Ein guter Entwickler wird dies bereits bei der Entwicklung berücksichtigen, damit nicht nachträgliche Optimierungsarbeiten (und damit auch Kosten) notwendig werden.

Warum Google? Das ist ganz einfach – weltweit werden fast 90% der Suchanfragen im Internet über Google abgewickelt. Es gibt verschiedene Suchmaschinen, die ebenfalls auf die Daten von Google zurückgreifen und die sind damit automatisch auch abgedeckt. Und wenn Seiten für Google optimal erkennbar und indizierbar sind, dann sind sie es für alle wichtigen anderen Suchmaschinen auch.

Damit eine solche Optimierung stattfinden kann, sollten Sie sich einige Schlüsselwörter überlegen, unter denen Sie gefunden werden. Das ist natürlich der Firmenname, aber das erübrigt sich in der Regel von selbst. Solche Schlüsselwörter sind eher auf die Produkte und Dienstleistungen bezogen, die Sie anbieten. Schreiben Sie mal auf, welche dieser Schlüsselwörter das sein könnten:

Suchen Sie nun selbst mal bei Google nach diesen Schlüsselwörtern und Sie finden die Seiten Ihrer

Konkurrenz. Es gilt bei der Suchmaschinenoptimierung, diese Schlüsselwörter so in Ihre Website einzubinden, dass Sie bei dem Suchergebniss über den meisten anderen Seiten stehen. Idealerweise auf der ersten Seite.

Es ist auch sinnvoll, einige bestimmte Seiten nur darauf auszurichten. Das Ergebnis sind sogenannte „Landing Pages“. Die Texte auf dieser Seite müssen dann auf die gewünschten Schlüsselwörter optimiert werden.

Suchmaschinenoptimierung ist nicht ganz so einfach und Sie finden im Internet unzählige Angebote dazu. Da Sie aber eine neue Website planen, können Sie auf solche Angebote verzichten und direkt Ihren Webentwickler darauf ansprechen. Schauen Sie aber auch, dass dieser über entsprechende Erfahrung verfügt und lassen Sie sich ein Beispiel von ihm geben.

Ein kleines Beispiel von uns gefällt?

Wir bieten als Dienstleistung die Verwaltung von Werbeanzeigen bei Google an – dies wird Google AdWords genannt und kann bei einem Konto von Google verwaltet werden.

11. Besucherstatistiken

Die Besucher auf Ihrer Website zu messen, ist ein elementarer Teil bei dem Betrieb einer Website. So können Sie sehen, welche Besucher, von wo und wann auf Ihre Website zugreifen. Entsprechende Marketing Massnahmen können damit kontrolliert werden.

Schauen Sie, dass Sie entweder direkt auf die Besucherstatistiken Ihrer neuen Website zugreifen können oder lassen Sie sich monatlich einen Bericht zusenden. Der Entwickler kann solche Statistiken leicht einbauen und automatische Berichte erstellen lassen.

Haben Ihnen diese Informationen in dieser Broschüre weitergeholfen. Gerne würden wir Ihre Meinung dazu erfahren. Senden Sie uns doch einfach einen kurzen Kommentar an die folgende Email-Adresse:

info@swiss-webdesign.info

Gerne stehen wir Ihnen natürlich auch mit Rat und Tat für die Entwicklung Ihrer neuen Website zur Verfügung. Mehr Details dazu auf swiss-webdesign.info oder persönlich direkt bei uns:

swiss-webdesign.info

Thomas Böhm
Wassermattweg 19
3177 Laupen BE

Telefon: +41 (76) 708 707 8

Wir freuen uns darauf Sie beraten zu dürfen!

* swiss-webdesign.info * | Thomas Böhm | Wassermattweg 19 | 3177 Laupen BE
info@swiss-webdesign.info | Phone +41 (76) 708 707 8