



Checkliste

WEBSITE

Adrian Känzig

Lindenweg 21, Bellmund
2562 Port

032 / 331 30 37
info@luminanz.ch



Inhalt

Analyse	2
Zielsetzung.....	2
Eingrenzung der Zielgruppe.....	2
Selbstbeurteilung.....	2
Notwendige Mittel	3
Domain.....	3
Webhosting.....	3
Corporate Identity.....	3
Texte für die Website.....	3
Bilder.....	3
Umsetzung	4
Auswahl der Seiten.....	4
Arbeitsschritte für die Umsetzung.....	5
Tipps zum Schluss	6
Marketing.....	6
Content-Management-Systeme (CMS).....	6
Kosten und Budget.....	6

Kontaktangaben

Firma _____

Vorname _____

Nachname _____

Adresse _____

PLZ _____ Ort _____

Mailadresse _____

Telefon _____

Ich wünsche eine Offerte.

Ich wünsche ein unverbindliches Beratungsgespräch.

Diese Checkliste soll Ihnen helfen herauszufinden, was genau Ihre neue Internetseite beinhalten soll und welche Arbeitsschritte für die Erstellung notwendig sind.

Bitte füllen Sie jeweils die rechte Spalte aus. Ihre Angaben dienen dann als Grundlage für eine Offerte oder ein Beratungsgespräch.



Analyse

Zielsetzung

Zuerst sollten Sie überlegen, wen Sie mit Ihrer Internetseite überhaupt ansprechen wollen. Neben potentiellen Kunden gibt es möglicherweise noch andere Zielgruppen, wie beispielsweise Geschäftspartner oder Lieferanten.

Darüber hinaus ist es wichtig zu wissen, was Sie mit Ihrer Internetseite erreichen wollen. Berücksichtigen Sie dabei, dass eine Website mehr kann als nur zu informieren. Eine Internetseite sollte nicht nur das Abbild des Firmenprospektes sein. Beschränken Sie sich nicht auf eine einseitige Kommunikation, sondern nutzen Sie das Internet als Austauschplattform.

Eingrenzung der Zielgruppe

Überlegen Sie auch, ob sich Ihre Zielgruppe geografisch und / oder sprachlich eingrenzen lässt.

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 Frauen? Bei der Planung und Konzeption Ihrer Website ist dies besonders wichtig, denn die Inhalte sollen soweit wie möglich auf diese Zielgruppe zugeschnitten sein.

Selbstbeurteilung

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

- Welche Stärken haben Sie in Ihrem Geschäft?
- Womit heben Sie sich von Ihrer Konkurrenz ab?
- Warum soll ein Kunde bei Ihnen kaufen, mieten oder Ihre Dienstleistung in Anspruch nehmen?

Zielsetzung

- Informieren von Kunden
- Informieren von Interessenten (potentielle Kunden)
- Informieren von Lieferanten
- Informieren von Geschäftspartnern
- Informieren von Mitarbeitern / Bewerbern
- Verkauf von Produkten
- Verkauf von Dienstleistungen
- Kundenbindung erhöhen
- Kommunikation mit Kunden verbessern
- Kommunikation mit Lieferanten verbessern

Eingrenzung der Zielgruppe

Länder/Regionen

Sprache

- Deutsch
- Französisch
- Englisch

Personengruppen

Selbstbeurteilung



Notwendige Mittel

Domain

Damit Sie im Internet gefunden werden benötigen Sie eine Internet-Adresse, die man als Domain bezeichnet. Die Kosten sind in der Regel von der Toplevel-Domain abhängig, also welche Endung (com, ch, de, etc.) Sie wünschen. Aktuell kostet eine „ch-Domain“ SFr. 17.- pro Jahr. Die Domain sollte nach Möglichkeit den Firmennamen oder wichtige Schlüsselwörter (siehe „Suchmaschinenoptimierung“ auf Seite 6) enthalten. In der Regel ist eine kurze Domain zu bevorzugen. Ob Ihre Wunschdomain mit Endung „ch“ noch verfügbar ist, können Sie [hier](#) überprüfen.

Webhosting

Sie benötigen Speicherplatz auf einem Webserver. Bei diesem sogenannten Webspace ist es wichtig, dass die von der Websiteentwicklung benötigten Anforderungen erfüllt werden. Wird beispielsweise eine bestimmte Programmiersprache eingesetzt, dann muss der Webserver diese Anforderung erfüllen. Der günstigste Anbieter hat oft ein reduziertes Leistungsspektrum und ist nicht immer geeignet. Die jährlichen Kosten betragen je nach Anforderungen ihrer Website zwischen SFr. 50.- und SFr. 150.-.

Corporate Identity

Ein einheitliches Erscheinungsbild ist sehr wichtig für eine Firma, denn jeder Kunde, Mitarbeiter oder Geschäftspartner bekommt darüber einen wichtigen ersten Eindruck von der Professionalität. Wenn Sie über eine neue Website nachdenken, dann machen Sie sich doch gleichzeitig Gedanken über Ihr Erscheinungsbild.

Texte für die Website

Neben der orthografischen Korrektheit sollte der Text auf einer Website den folgenden Anforderungen genügen:

- so kurz wie möglich, so lang wie nötig
- Verständlichkeit für Zielpublikum

Bilder

Bei Bildern ist zu berücksichtigen, dass diese einem Urheberrecht unterliegen. Jeder der ein Foto schießt, hat das alleinige Urheberrecht an diesem Bild! In diesem Zusammenhang ist aber das Nutzungsrecht ausschlaggebend. Wenn Sie also 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.

Domain

- Ich besitze folgende Domain:

- Ich werde die Domain selber reservieren.
- Bitte reservieren Sie für mich die folgende Domain:

Die Domain wird auf Ihren Namen reserviert. Die Abrechnung erfolgt dann direkt über Sie.

Webhsoting

- Ich verfüge über Webspace bei folgendem Anbieter:

- Ich werde das Webhosting selber reservieren.
- Bitte reservieren Sie für mich das Webhosting.

Der Hosting-Vertrag wird auf Ihren Namen ausgestellt. Die jährliche Abrechnung erfolgt dann direkt über Sie.

Corporate Identity

Ich verfüge über folgende Printerzeugnisse mit einheitlichem Erscheinungsbild:

- Briefpapier
- Visitenkarten
- Flyer
- Prospekte
- Anzeigen in Publikationen

Texte

- Die Texte stehen bereits digital zur Verfügung.
- Die Texte werden von mir noch erstellt.
- Bitte erstellen Sie für mich die notwendigen Texte.

Bemerkungen:

Bilder

- Die Bilder stehen bereits digital zur Verfügung.
- Die Bilder werden von mir noch erstellt.
- Bitte erstellen / erwerben Sie für mich die notwendigen Bilder.

Bemerkungen:



Umsetzung

Auswahl der Seiten

Eine Website soll meistens nicht nur informieren, sondern auch den Dialog mit dem Besucher fördern und unterstützen. Die möglichen Inhalte unterteilen wir dazu in verschiedene Bereiche:

- Information
- Kundenbindung
- Kommunikation

Informationen

Diese Seiten beinhalten allgemeine Informationen über Ihr Unternehmen und Ihre Produkte oder Dienstleistungen.

Kundenbindung

Laut Bundesamt für Statistik haben bereits mehr als drei Viertel der Schweizer Haushalte einen Zugang zum Internet (BfS 2008). Immer mehr Leute informieren sich über das Internet, nehmen Dienstleistungen in Anspruch oder bestellen Waren.

Die Internetseite wird damit als Kommunikations- und Marketinginstrument immer bedeutsamer. Versuchen Sie auf Ihrer Internetseite möglichst viele Anreize zu schaffen, dass Kunden wiederkehren oder Ihre Seite weiterempfehlen.

Kommunikation

Den Dialog über die Website mit Kunden, Lieferanten, Mitarbeiter (alle Personen, die Sie als Zielgruppen definiert haben) ist von grundlegender Bedeutung. Ein Kontaktformular genügt da oftmals nicht. Fördern Sie die Interaktion mit Ihrer Zielgruppe. Damit schaffen Sie auch Anreize, die für die Kundenbindung relevant sind.

Auswahl der Seiten

Bitte wählen Sie die gewünschten Seiten aus:

„Information“

- 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
- Bildergalerie

„Kundenbindung“

- individueller Kundenbereich
- Bewertungsmöglichkeiten für Produkte und Dienstleistungen
- elektronische Gutscheine
- spezielle Online-Einladungen
- Online-Shop
- Gewinnspiele

„Kommunikation“

- Kontaktformular
- News
- Newsletter
- Blog / Weblog
- Forum / Gästebuch
- Umfragen



Arbeitsschritte für die Umsetzung

Design-Entwurf

Der Design-Entwurf beinhaltet folgende Arbeiten:

- Entwicklung Grundgerüst der Seite
- Verwendung von Bildern im Titelbereich
- Struktur und Darstellung der Navigation
- Farbgebung, passend zum CI
- Auswahl geeigneter Schriften
- Erstellen notwendiger Symbole und Icons
- Erstellen eines Rohentwurfs in PDF-Form oder Online mit Blindtexten

Wenn Sie mit dem Design-Entwurf einverstanden sind, dann kann mit der Entwicklung der Website begonnen werden. Sollten Sie mit dem Entwurf nicht einverstanden sein, dann wird der bestehende Entwurf angepasst oder neu erstellt.

Websiteentwicklung

Hier ein kurzer Überblick über die Leistungen, die im Rahmen der Entwicklung einer Website entstehen:

- Einrichten der Website auf dem Server
- Einrichten der notwendigen Email-Adressen
- Programmierung der Seiten aufbauend auf den Design-Entwurf
- Nachbearbeiten und Einfügen von Texten, Bildern, Videos etc.
- Programmierung der Navigation
- Einrichten von geschützten Zugängen für die Verwaltung oder für registrierte Kunden
- Optimierung der Seiten für Suchmaschinen
- Vollständige Tests der Websiteentwicklung in den gängigen Webbrowsern
- Abnahme durch den Kunden und Freischalten für die Öffentlichkeit
- Installation von benötigten Komponenten wie Besucherstatistiken
- Registrierung der Website bei Google

Nach Fertigstellung

Die Websiteentwicklung ist abgeschlossen, wenn die Website online ist und vom Kunde abgenommen wurde.

Nach Fertigstellung ist es wichtig, dass die Internetseite durch gezielte Marketingmassnahmen bekannt gemacht wird (siehe „Marketing“ auf Seite 6). Zudem sollte die Internetseite stets auf dem aktuellen Stand bleiben. Wenn sich etwas bei Ihnen im Geschäft verändert, dann sollte das auch auf der Website aktualisiert werden.

Design-Entwurf

Bitte geben Sie an, welche Mittel für den Design-Entwurf zur Verfügung stehen:

- Logo in elektronischer Form
- Vorgaben bezüglich Farbgestaltung
- Bilder (digital), die auf jeder Seite verwendet werden sollen
- Designvorschlag als Handskizze oder digital
- Referenzseiten hinsichtlich Layout:

- Angabe, was auf jeder Seite angezeigt werden soll

Websiteentwicklung

Bitte geben Sie für die Suchmaschinenoptimierung einige Schlüsselwörter an, unter denen Sie gefunden werden möchten (siehe „Suchmaschinenoptimierung“ auf Seite 6):

Nach Fertigstellung

Bitte geben Sie an, wie die Website gepflegt werden soll:

- Keine regelmässige Aktualisierung erforderlich
- Durch Ersteller der Website (Unterhaltsvertrag)
- Eigenständige Aktualisierung über ein CMS
siehe „Content-Management-System (CMS)“ auf Seite 6

Bitte geben Sie an, welche Arbeiten Sie zusätzlich wünschen.

- Anmeldung bei Linkportalen und Branchenverzeichnissen
- Erstellung Flyer A6 mit Hinweis auf Internetauftritt
- Anpassung des Briefpapiers, Visitenkarten, etc.
- Meinungsumfrage zur neuen Website
- Online-Marketing für die Website (Google Adwords)
siehe „Werbung mit Google AdWords“ auf Seite 6

Tipps zum Schluss

Marketing

Überlegen Sie frühzeitig, wie die neue Website bekannt gemacht werden soll. Die Aktualisierung Ihrer Printerzeugnisse mit der Internet-Adresse steht dabei an oberster Stelle:

- Visitenkarten
- Flyer
- Prospekte
- Briefpapier
- etc.

Verfügen Sie über ein Ladenlokal oder ein Büro mit regelmässiger Kundenfrequenz? Dann wäre es womöglich sinnvoll einen Flyer auszulegen, in dem Sie auf Ihre neue Website aufmerksam machen.

Suchen Sie einmal im Internet nach Ihrer Firma. Sie werden überrascht sein, an wie vielen Orten Ihre Firma schon genannt wird (Telefonverzeichnisse, Gewerberegeister, etc.). Prüfen Sie dort, ob Sie Ihre Website mit angeben können.

Falls Ihre Firma bei directories (Telefonbuch) noch nicht eingetragen ist, sollten sie das [hier](#) unbedingt nachholen.

Übrigens sind solche Links auch für die Suchmaschinen sehr wichtig und fördern den Erfolg Ihrer Website.

Suchmaschinenoptimierung

Weltweit werden zwischen 80 und 90% der Suchanfragen im Internet über Google abgewickelt. Zudem gibt es verschiedene Suchmaschinen, die ebenfalls auf die Daten von Google zurückgreifen.

Daher macht es Sinn, die Webseite speziell für Google zu optimieren. Damit eine solche Optimierung stattfinden kann, werden Schlüsselwörter verwendet, unter denen Sie gefunden werden möchten. Solche Schlüsselwörter sind in der Regel auf die Produkte und Dienstleistungen bezogen, die Sie anbieten. [mehr Infos](#)

Besucherstatistiken

Mit Besucherstatistiken können Sie sehen, welche Besucher, von wo und wann auf Ihre Website zugreifen. Entsprechende Marketing-Massnahmen können damit zielgerichteter ausgeführt werden. Auf Wunsch kann Ihre Webseite für Besucherstatistiken eingerichtet werden. Je nach Bedürfnis und Vorkenntnisse können Sie diese dann selber verwalten oder Sie erhalten periodisch eine statistische Auswertung zugestellt. [mehr Infos](#)

Werbung mit Google AdWords

Bei der Suche mit Google wird neben den Suchresultaten auch Werbung angezeigt. Achten Sie einmal auf die ersten Treffer sowie die Spalte rechts. Hier könnte auch eine Anzeige von Ihnen stehen. Diese

erscheint nur bei passenden Suchbegriffen und verursacht erst Kosten, wenn ein Benutzer dem Link in Ihrem Inserat folgt. [mehr Infos](#)

Content-Management-System (CMS)

Bei einem sogenannten Content-Management-System ist es möglich, dass der Benutzer die Struktur und den Inhalt der Website selbständig und ohne Programmierkenntnisse verwalten kann. Innerhalb des CMS können unterschiedliche Benutzer mit individuellen Zugriffsrechten definiert werden. Besonders geeignet sind solche Systeme als Unterstützung eines Publishing-Prozesses, an dem mehrere Personen mit verschiedenen Aufgaben beteiligt sind. Autoren erstellen Inhalte, die durch Redakteure genehmigt und veröffentlicht werden.

Doch auch für kleinere Projekte kann ein CMS zweckmässig sein. Textanpassungen oder andere Aktualisierungsarbeiten können damit selbständig ausgeführt werden. In beiden Fällen müssen Sie aber eine Einarbeitungszeit einkalkulieren.

Kosten und Budget

Sie sollten sich vorgängig überlegen, mit welchem Budget Sie das Projekt „Internetauftritt“ angehen wollen.

Bei der Erstellung der Internetseite handelt es sich in der Regel um eine einmalige Investition.

Für Hosting und Domain fallen hingegen laufende Kosten an. Je nach Bedürfnis kommt ein Unterhaltsvertrag für die Aktualisierung dazu.

Die Investitionskosten sind von nachfolgenden Faktoren abhängig:

- Umfang und Komplexität der Website
- Erbrachte Eigenleistung wie Texte, Bilder, etc.
- Umfang der Vorgaben zu Layout und Inhalt

Je konkreter Ihre Vorstellungen bezüglich Inhalt und Gestaltung der Webseite sind, desto gezielter kann die Entwicklung erfolgen. Beispielsweise kann bei konkreten Vorgaben zum Aussehen auf mehrere Durchläufe beim Layout-Entwurf verzichtet werden. Schauen Sie doch einmal die Interneseiten der Konkurrenz an und überlegen Sie, was man daran verbessern könnte. Achten Sie dabei auch auf Aspekte der Benutzerfreundlichkeit wie:

- Nachvollziehbarkeit der Navigation
- Hilfsmittel wie Suchfunktion oder Sitemap

Es gibt keine zweite Chance auf den ersten Eindruck. In diesem Zusammenhang gewinnt der Internetauftritt immer mehr an Bedeutung, denn der Kunde gewinnt den ersten Eindruck einer Firma immer häufiger über deren Website.