

Checkliste für die Planung einer neuen Webseite

Sie planen Ihre Webseite zu erneuern oder eine neue Webseite zu erstellen? Aber Sie wissen nicht wo Sie anfangen sollen? Sie wissen auch nicht, worauf Sie achten müssen und welche Punkte und Kriterien heute wichtig und notwendig sind?

Es gibt unzählige Angebote für die Erstellung von Webseiten. Es ist aber äusserst schwierig zu unterscheiden, was professionell ist und was nicht.

Schauen Sie sich dazu auch die Information „Die 6 grössten Fehler einer Webseite“ an. Sie finden das unter <http://www.sfc-group.ch/programmierung/webseite.html>

Die folgende Checkliste begleitet Sie bei der Planung Ihrer Webseite und gibt Ihnen auch Hinweise, auf was das Sie achten müssen und was wichtig ist. Sie ersetzt kein Beratungsgespräch, denn ein Profi für Webseitenentwicklung wird Ihnen individuelle Hilfestellung geben können. Das ist übrigens eines von vielen Kriterien, die eine gute Internet-Agentur von einer schlechten unterscheidet.

Wir von der SFC Group AG empfehlen Ihnen diese Gespräche oder sogar einen Workshop. Damit kann ein möglichst gutes Konzept erstellt werden. Dieses bewahrt Sie, aber auch den Programmierer, vor bösen Überraschungen.

Checkliste

1. Hauptziele der Webseite

Was ist Ihre Motivation eine Webseite zu erstellen? Welche Ziele möchten Sie mit der Webseite erreichen? Je genauer Sie sich darüber im Klaren sind, umso besser können auch bei der Umsetzung der Webseite die Ziele erreicht werden!

Ihre Hauptziele für die Webseite:

- Verkauf von Produkten

- Verkauf von Dienstleistungen

- Verkauf via Web-Shop? (Bitte die Checkliste zum Webshop ausfüllen)
- Informieren von Kunden
- Informieren von Interessenten
- Informieren von Lieferanten
- Informieren von Geschäftspartnern
- Informieren von Mitarbeitern (Intranet)
- Informieren von Bewerbern
- Kundenbindung erhöhen
- Kommunikation mit Kunden / Lieferanten verbessern
- _____
- _____
- _____
- _____

2. Zielgruppen

Im ersten Schritt sollten Sie sich überlegen, wen Sie mit Ihrer Webseite überhaupt ansprechen wollen. Jeder will potentielle Kunden informieren und ansprechen – aber was ist darüber hinaus wichtig?

Mögliche Fragen:

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

3. Geographische und sprachliche Zielgruppen

In welchen geographischen Regionen sind Ihre Zielgruppen? Mit welche Sprachen können oder wollen Sie diese ansprechen?

Geographische Zielgruppe Land oder Region:

- Deutsche Schweiz
- Französische Schweiz
- Italienische Schweiz
- Rätoromanisch Schweiz
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Sprachen für diese Zielgruppen:

- Deutsch Schweiz
- Französisch Schweiz
- Italienisch Schweiz
- Rätoromanisch Schweiz
- _____
- _____
- _____
- _____

4. Demographische Zielgruppen

Sind Ihre Produkte und Dienstleistungen für eine spezielle Gruppe von Personen oder Firmen? Muss ich diese Zielgruppe mit Emotionen, Vertrauen oder Technik ansprechen? Dies ist dann vor allem für das Layout und den textlichen Inhalt sehr wichtig.

Personengruppen:

- Schüler
- Studenten
- Fachleute
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Altersgruppen:

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Geschlecht:

- Frauen und Männer
- Frauen
- Männer

Die Zielgruppe wird wie angesprochen:

- Emotional
- Visuell
- Technisch
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Was will ich der Zielgruppe vermitteln:

- Qualität
- Seriösität
- Fachliche Kompetenz
- Jung & dynamisch
- _____
- _____
- _____

5. Corporate Identity & Corporate Design

Das ist nicht nur für grosse Unternehmungen wichtig. Die Webseite ist ein Online-Marketing Instrument. Sie wollen erkannt werden und einen Eindruck hinterlassen. Ihr Firmenlogo und die Firmenfarben sollen auch auf der Webseite erkennbar sein. Denn jeder Kunde, Mitarbeiter oder Geschäftspartner bekommt einen wichtigen ersten Eindruck von der Professionalität einer Firma. Dies geschieht ganz unbewusst und ist deswegen unheimlich wichtig.

Wenn Sie über eine neue Webseite 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.

Wiedererkennung gegeben bei:

- Logo?
- Visitenkarten?
- Beschriftung an Gebäuden?
- Beschriftung an Fahrzeugen?
- Prospekte?
- Produktblätter?
- Briefpapier?
- Email Signatur einheitlich?
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Sihleggstrasse 23
Postfach 570
CH-8832 Wollerau

Telefon +41/(0)43/888 27 40
Telefax +41/(0)43/888 27 45
info@sfc-group.ch

Ihr kompetenter Ansprechpartner für Google AdWords und Internetmarketing

6. Inhalt Webseite – Texte und Bilder

Die Inhalte sind sehr wichtig für die Webseite, da diese ein Online-Marketing Instrument ist. Sie wollen erkannt werden und einen Eindruck hinterlassen. Vor allem aber wollen Sie in Ihren geographischen Zielmärkten gefunden werden.

Daher sollen Texte einzigartig sein. Sie sollen leicht verständlich und übersichtlich sein. Aus Sicht des Benutzers darf der Text nicht zu lange sein. Aus Sicht der Suchmaschine kann er nicht genug lang sein. Hier gilt es ein Optimum zu finden.

Bilder lockern auf und sagen vielfach mehr als tausend Worte. Bilder müssen aber gut sein und sollten einen direkten Bezug zu der eigenen Firma haben. Bilder dürfen nicht gestohlen werden.

Fragen zum Inhalt:

- Sind Bilder in guter Qualität digital vorhanden?
- Sind Marketingtexte vorhanden?
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

7. Sind Sie sich bewusst?

Damit Ihre Inhalte und auch die Struktur Ihrer Webseite möglichst erfolgreich wird, sollten Sie sich folgende Gedanken machen und diese in Bild und Text einfließen lassen:

- Womit heben Sie sich von Ihren Mitbewerbern ab?
- Was sind Ihre Kernkompetenzen?
- Wieso sollen Kunden zu Ihnen kommen?
- _____
- _____
- _____
- _____

8. Auswahl der Domain

Wie bekannter Ihr Unternehmen und/oder die Marke ist, desto mehr ist der entsprechende Domainname von der Konkurrenz begehrt. Um eine Marke und einen Domainnamen zu schützen, die an Wert gewinnen ist es häufig notwendig dieselbe Domain in den GTLD zu reservieren (Beispiel: ich.com, ich.net, ich.ch, etc.). Vor allen Dingen müssen Sie sicher gehen, dass die Domains noch nicht reserviert wurden. Verlieren Sie keine Zeit. Überprüfen Sie die [Verfügbarkeit](#) sofort.

Jede Domain dient einem bestimmten Zweck. Ihre Wahl soll sorgfältig erfolgen und hängt eng mit der Webseite zusammen, die sie darstellt. Man bestellt eine .ch, eine .com oder eine .org Domain nicht aus demselben Grund. Jede Domain liegt einem Markenimage, einer bestimmten Tätigkeit, einer geographischen Zone, einem Zielpublikum zu Grunde. Sie sollte so gut wie möglich dem Inhalt der Webseite entsprechen. Die Domain sollte auch einfach zu merken sein.

- Gewünschte Domain-Name?
- Gewünschte Domain-Endung?
- Alternative Domain-Name und -Endung

Ihre Wunschdomain ist schon besetzt? Es gibt grundsätzlich die Möglichkeit solche Domains zu kaufen. Unter diesem Link können Sie überprüfen, wem die Domain aktuell gehört, [Domain-Inhaber](#)

9. Weiteres Vorgehen?

Anhand der Checkliste und Ihren entsprechenden Antworten, kann die Webagentur den Aufwand sehr gut abschätzen und Ihnen entsprechende Budgetzahlen angeben.

Zusammen mit der Checkliste wird dann ein Konzept erstellt. In diesem wird auch die Navigationsstruktur, die Seitenhierarchien und wichtige Eckpunkte für das Layout bestimmt.

Eine neue Webseite sollte durch den Programmierer immer mit einer SEO-Basisoptimierung versehen sein. Weiter muss die Webseite auf allen gängigen Browsern und Geräten funktionieren.

Für weitere Fragen stehen Ihnen unsere Spezialisten gerne zur Verfügung.