



Checkliste

für die Planung einer Website

DER HÄUPTLING
Obermünsterstr. 9a
93047 Regensburg

Mail: mail@derhaeuptling.de
Web: www.derhaeuptling.de
Tel.: +49 941 200 545 07

Persönliche Angaben zur Erstellung der Offerte

Vielen Dank, dass Sie sich für unsere Dienstleistungen interessieren.

Gerne stellen wir für Sie eine Offerte mit Ihren Wünschen und Gedanken zusammen. Um diese Offerte perfekt auf Sie abzustimmen, benötigen wir noch einige Informationen zum Projekt. Die folgende Checkliste hilft Ihnen und uns bei der Planung und gibt Hinweise, worauf Sie achten sollten und was für weiterführende Arbeiten wichtig ist. Anhand der Checkliste wird auch das ungefähre Preisniveau der Seite ersichtlich.

Vorname:

Nachname:

Unternehmen:

PLZ / Ort:

Telefon:

Email:

1. Zielgruppe & Ziele der Website

Welche Zielgruppe / Zielgruppen möchten Sie erreichen? (z.B. Privatpersonen, Geschäftspartner, andere Unternehmen, Lieferanten, eigene Mitarbeiter, ...)

Soll Ihre Website oder Teile davon mehrsprachig sein? (Englisch, Italienisch, Französisch, ...)

Falls ja, führen Sie bitte entsprechende Sprachen / Inhalte in der Box neben der Auswahlliste auf.

Nein, nur eine Sprache

Ja, alle Inhalte mehrsprachig

Nur gewisse Inhalte mehrsprachig

**Möchten Sie Ihre Produkte/Dienstleistungen nur in bestimmten Regionen/Länder anbieten?
Falls ja, führen Sie diese in der Box neben der Auswahlliste auf.**

Nein, die Website wird für alle zugänglich

Ja, nur genannte Länder haben Zugriff

Ja, nur genannte Regionen haben Zugriff

Was wollen Sie mit Ihrer Website erreichen? Die Ziele sollten klar definiert werden können - somit ist es einfacher, ein optimales Ergebnis zu erreichen.

Neue Kunden gewinnen & Kundenbindung erhöhen (z.B. durch News, Aktionen o.ä.)

Informationen über das Unternehmen preisgeben (z.B. Geschichte, Team, Referenzen, ...)

Direkter Verkauf von Produkten (z.B. durch Online-Shop oder Bestellformular)

Direkter Verkauf von Dienstleistungen (z.B. Bestellung von Mechaniker o.ä. ermöglichen)

Online-Tools zur Verfügung stellen (z.B. interne Mitarbeiterverwaltung, Event-Kalender, ...)

Weitere Punkte:

2. Inhalte / Umfang der Website

Informative Inhalte

Die folgenden Punkte zeigen Inhalte, in denen Firmen üblicherweise über sich, Ihr Unternehmen und Ihre Produkte oder Dienstleistungen Auskunft geben.

Wählen Sie die Punkte aus, die Sie auf ihrer Website benötigen:

Firmengeschichte	Unternehmenstandort / Anfahrt
Firmenphilosophie	Allgemeine Geschäftsbestimmungen (AGB)
Besondere Qualifikationen / Auszeichnungen	Informationen zu Produkten
Pressemitteilungen (Online/Print)	Informationen zu Dienstleistungen
Mitgliedschaften	PDF-Downloads (Prospekte, Datenblätter, ...)
Vorstellung der Mitarbeiter	Job Angebote / offene Stellen
Referenzen	Öffnungszeiten
Preise / Preispakete	

Weitere Punkte:

Kundengewinnung und Kundenbindung

Wie wollen Sie dem Kunden die Website schmackhaft machen?

Welche Inhalte sollen ihm einen Vorteil bringen und ihn wiederkehren lassen?

Wählen Sie die entsprechenden Punkte aus:

Individueller Kundenbereich mit Login

Online-Shop System (nützlich bei vielen Produkten / Produktkategorien)

Bewertungsmöglichkeiten für Produkte, Dienstleistungen oder Inhalten der Seite

Tutorials (Anleitungen / Hilfestellungen zu Dienstleistungen oder Produkten)

Kalendersystem (für z.B. Events, Meetings, ...)

Gewinnspiele für Besucher / Mitglieder

Gutscheine für Besucher / Mitglieder

Bildergalerie (für Impressionen des Unternehmens o.ä.)

Portfolio (für die Präsentation von Referenzen / früheren Arbeiten)

Weitere Punkte:

Kundenkommunikation

Wie wollen Sie mit dem Besucher Ihrer Website kommunizieren? Sie können ihm die Möglichkeit bieten, direkt mit Ihnen in Kontakt zu treten, ein Newslettersystem verwenden, einen Blog betreiben und vieles mehr.

Wählen Sie die entsprechenden Punkte aus:

Kontaktformular

Rückrufformular

Newslettersystem

Blogsystem (mit kategorisierten Inhalten und Kommentarfunktion)

Newsbereich (ohne Kommentarfunktion)

Forum

Gästebuch

Umfragen

Live Chat

Weitere Punkte:

3. Inhaltstexte

Im nächsten Schritt sollten Sie sich Gedanken über die Texte auf Ihrer Website machen. Hier einige grundlegende Punkte, die es zu berücksichtigen gibt:

Anlieferung und Verfassung

Werden die Textinhalte von Ihnen selbst geliefert oder möchten Sie, dass wir die Inhalte für Sie verfasst?

Texte von uns verfassen lassen (Wir verfügen über ein breites Netzwerk an professionellen Autoren. Um professionelle Texte zu schreiben benötigen wir jedoch eindeutige Eckdaten zu den Inhalten, d.h. Stichworte, Themen, usw.)

Texte selbst verfassen (in Berücksichtigung nachfolgender Anleitung)

Die Texte auf den Inhaltsseiten Ihrer Website sollten folgende Kriterien berücksichtigen:

Texte sollten nicht zu kurz ausfallen, weil Suchmaschinen die Seite dadurch als unwichtig einstufen könnten. Ausserdem werden Benutzer eine Seite mit wenig informativem Inhalt selten als positiv bewerten, bzw. kein zweites mal besuchen.

Texte sollten auch nicht zu lang ausfallen, da diese - vor allem wenn sie nicht durch ansprechendes Bildmaterial aufgelockert werden - die Besucher Ihrer Seite abschrecken könnten. Im Durchschnitt sind ca. 250-500 Wörter pro Seite optimal.

Texte sollten verständlich und ansprechend geschrieben werden. Dabei empfiehlt es sich, sich in die Situation eines Besuchers zu versetzen (möglicherweise müssen Fachbegriffe noch genauer erklärt werden, Zusammenhänge erläutert werden oder ähnliches).

Texte sollten Bezüge zu anderen, wichtigen Seiten auf Ihrer Website enthalten. Somit können einzelne Begriffe im Inhalt verlinkt werden, was dem Besucher (und auch Suchmaschinen wie Google) das Navigieren und erkennen von Zusammenhängen auf der Seite vereinfacht.

Die Texte sind unter anderem auch für die SEO-Arbeiten (Suchmaschinenoptimierung) von hoher Wichtigkeit. Sie haben hohen Einfluss auf die Positionierung in den Suchergebnissen bei Google, Yahoo, Bing, etc., sowie auf die Bindung der Kunden und den Erfolg der Unternehmung.

Vermerk zur Anlieferung von Texten:

Wenn Sie die Texte selbst erstellen, orientieren Sie sich bei dessen Umfang gegebenenfalls an anderen Websites aus Ihrer Branche. Auch bei deren Inhalt darf gerne abgeschaut, aber nicht kopiert werden.

4. Bilder

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte. Bilder sind ausschlaggebend für die Attraktivität Ihrer Website und sollten deshalb sorgfältig ausgewählt werden.

Anlieferung und Nutzungsrechte

Achten Sie bei der Lieferung von Bildmaterial darauf, dass Sie das jeweilige Nutzungsrecht besitzen (für Bilder, die man nicht selbst erstellt oder gekauft hat, hat man meist auch keine Nutzungsrechte).

Auf Anfrage bieten wir auch die Möglichkeit, durch einen Fotografen professionelles Bildmaterial zu erstellen.

Bilder von uns erstellen lassen

Bilder selbst erstellen / selbst liefern

Lizenzierte Bilder von Bildportalen kaufen / kaufen lassen

Vermerk zur Qualität von Bildern:

Seien Sie sich bewusst, dass die Qualität des Bildmaterials entscheidend für die Wirkung Ihrer Website ist.

Gerade für Websites mit wenig Textinhalt ist hochauflösendes Bildmaterial fast unumgänglich - z.B. für die Gestaltung einer ansprechenden Slideshow im Kopfbereich der Seite oder für grossflächige Hintergrundgrafiken. Bilder, die kleiner als 2000 Pixel sind, können dafür nicht verwendet werden, da sie die ganze Bildschirmbreite ausfüllen müssen.

Bilder im Inhalt sollten mindestens eine Breite von 800 Pixel haben, ansonsten ist es schwierig, diese ansprechend im Inhalt zu platzieren (mit Ausnahme von Personalfotos, kleinen Symbolen, Logos o.ä.).

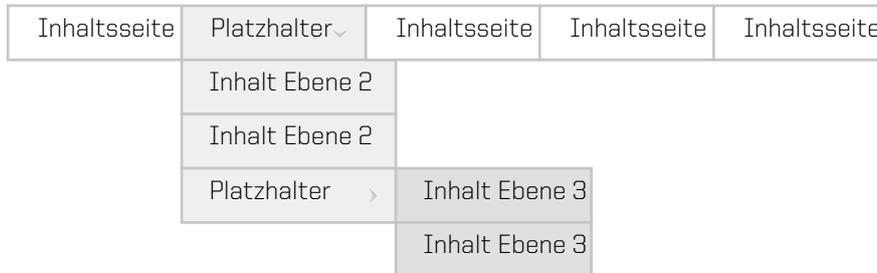
Links zu Bildportalen:

http://shutterstock.com/	Professionelle / kostenpflichtige Fotos
http://www.istockphoto.com/	Professionelle / kostenpflichtige Fotos
https://www.pexels.com/	Diverse kostenlose / lizenzfreie Fotos

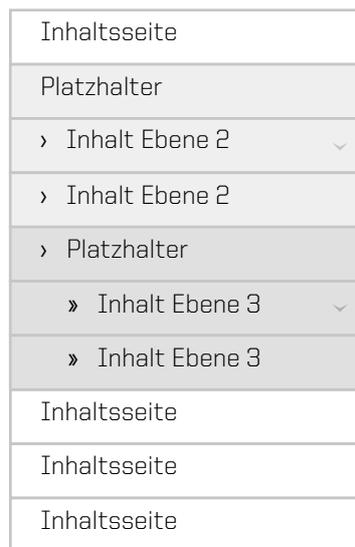
5. Navigation

Wie soll die Navigation auf Ihrer Website aussehen?

Horizontales Menu (Empfohlen für Websites mit wenigen Inhaltsseiten bzw. einfacher Struktur)



Vertikales Menu: (Empfohlen für Websites mit vielen Inhaltsseiten bzw. komplizierter Struktur)



Icon Menu: (Empfohlen für Web-Applikationen mit einfachem Aufbau, wenig Inhalt und klarer Struktur)



6. Corporate Design

Im Corporate Design wird Ihre Website durch das Gestalten und Festsetzen von verschiedenen Gestaltungselementen vereinheitlicht. Unsere Grafiker erstellen moderne Designs, die den Wiedererkennungswert steigern und den entscheidenden Kaufimpuls auslösen.

Bereits vorhandene / zu erstellende CD-Elemente

Ist ein Corporate Design von Ihrem Unternehmen vorhanden? Wenn ja, welche Daten können Sie uns zur Verfügung stellen?

Ja, folgende Daten sind bereits vorhanden: (z.B. Logo, Farbschema, Schriftdefinitionen, ...)

Nein, es sind noch keine Daten vorhanden.

Welche Corporate Design Elemente sollen wir gestalten?

Firmenlogo soll erstellt oder erneuert werden

Farbschema soll bestimmt werden

Schriften sollen festgelegt werden

Gesamtes Corporate Design soll gestaltet werden

Wenn Ihr gesamtes Corporate Design durch uns gestaltet werden soll, wird eine separate Offerte erstellt.

Neben dem Logo, den Farben und den Schriftdefinitionen bieten wir Ihnen die Erstellung von Briefschaften, Visitenkarten, Plakaten, Prospekten, Katalogen, Flyern, und vielen anderen CD-Komponenten an.

7. Domain-Reservierung, Hosting & Wartung der Website

Webhosting: Ein Webhosting ist ein sogenannter Server auf welchem Ihre Website gespeichert und dem Internet (Ihren Besuchern) zur Verfügung gestellt wird.

Domainhosting: Ein Domainhosting ist die Vergabestelle der www. Namen.

Domain-Reservierung und Hosting

Lange Ladezeiten, schlechter Support und Ausfallzeiten können Folgen eines schlecht gewählten Hostings sein. Wir empfehlen daher, uns dessen Auswahl zu überlassen - somit können wir ggf. auch eine effiziente Problembehandlung garantieren.

DER HÄUPTLING soll die Auswahl der Domain-Reservierung übernehmen.

DER HÄUPTLING soll die Auswahl des Hostings übernehmen.

Wenn Sie schon ein Hosting besitzen, können Sie dies hier angeben.

Ihr Hosting: (Bitte alle Zugangsdaten notieren)

Ihr Domainname:

8. Pflege & Wartung der Website

Wer soll die Inhalte der Website aktuell halten? (z.B. News, Produkte, Texte, Bilder, ..)

DER HÄUPTLING

Inhalte selbst verwalten

Inhalte nur teilweise selbst verwalten (z.B nur News, nur Textinhalte, ...)

Wie oft sollen die Inhalte aktualisiert werden?

Stündlich

Täglich

Wöchentlich

Monatlich

Jährlich

Eher selten

Wartung der Website

Bei der Wartung der Website handelt es sich um kontinuierliche Updates sowie Backups ihres Websystemes (System-/Sicherheits Updates). Die Wartung ist sehr wichtig um beispielsweise Hacker-Angriffen vorzubeugen. Dies wird ca. alle 2-3 Monate durchgeführt.

Ja, ich möchte das Wartungspaket

Nein, kein Wartungspaket bestellen

Achtung: Wenn Sie auf das Wartungspaket verzichten, können bei allfälligen Angriffen oder Fehlern im System mehrkosten entstehen, da deren Behebung sehr viel Zeit in Anspruch nehmen kann. Zudem steigt das Potenzial für solche Angriffe, wenn Updates nicht kontinuierlich durchgeführt werden.

9. Design für Mobile Geräte

Brauchen Sie eher eine mobile Website oder ein Responsive Design?



Responsive Design:

Wenn man heute von mobilem Web spricht, dann ist damit oft ein Responsive Design gemeint. Responsive lässt sich mit "reaktionsfähig" übersetzen und meint ein Design, das sich je nach der Grösse des Displays selbstständig anpassen kann. Desktop- und Mobile-Version haben hierbei dieselben Inhalte



Mobile Website:

Eine mobile Website wird nur ausgegeben, wenn effektiv ein mobiles Gerät zugreift. Das Layout kann sich stark von der Desktop-Version unterscheiden, da eine Art „separate Website“ erstellt wird.

Bei Seiten mit sehr viel Inhalt oder vielen Zusatzinformationen wird diese Art der Umsetzung bevorzugt, da so weniger wichtige Inhalte der Website entfernt werden können.

Ja, ich möchte meine Website für alle mobilen Geräte optimieren (Responsive Design)

Ja, ich möchte eine reine Smartphone-Version der Website (mobile Website)

Nein, ich möchte nur eine Desktop-Version (nicht empfohlen)

10. Vermarktung der Website

Nebst der Erstellung der Website bieten wir Ihnen verschiedene Online Vermarktungen an und unterstützen Sie dabei. Denken Sie daran, nur die Website online zu stellen reicht nicht aus, damit sie bei Google direkt gefunden zu werden.

Kreuzen Sie an, welche dieser Dienste Sie in Anspruch nehmen wollen:

Schnelle Google Indexierung
(Einrichten von Google Search Console)

Lokale Suche Optimieren
(Einrichten von Google My Business)

SEO Suchmaschinenoptimierung
(bei Google eine gute Platzierung erhalten)

Google AdWords
(kostenpflichtige Werbeanzeigen bei Google-Suchergebnissen)

Social Media Marketing
(Verwaltung von Facebook, Instagram, Twitter & Co.)

Online-Marketing
(Allgemeines Online-Marketing)