

Checkliste Unternehmenswebsite

Sie planen Ihre Firmenwebsite zum ersten Mal oder wieder neu? Diese Checkliste hilft Ihnen dabei, wichtige Fragen schon vor der ersten Besprechung mit Ihrem Webdesigner zu klären. Das spart Ihre Zeit: Informieren Sie Ihre Webagentur schon vorab über Zweck und Zielgruppe der geplanten Website, checken Sie, welches Material Sie schon haben, was noch beschafft werden muss und wer Ihren Internetauftritt ständig aktualisieren kann.

1. Ihre Zielgruppen

An welche Zielgruppe oder Zielgruppen wendet sich Ihre Website? Welche Eigenschaften haben Ihre Interessenten und Kunden?

- Männer
- Frauen
- In dieser Altersgruppe:
- Mit hohem Einkommen
- Mit eher niedrigem Einkommen
- Mit niedrigem Bildungsniveau
- Mit eher hohem Bildungsniveau
- Behinderte
- Private Kunden (B2C)
- Geschäftskunden (B2B)
- Pressevertreter
- In Deutschland
- In diesen Ländern:
- Mit leistungsfähigen Computern und schnellem Internetzugang (DSL)
- Mit weniger leistungsfähigen Computern und langsamem Internetzugang
- Mit hohem Unterhaltungsbedarf
- Mit hohem Informationsbedarf

- Weitere Informationen über Ihre Zielgruppe(n): _____

2. Das soll Ihre Website leisten

Ihre Website soll bestimmte Aufgaben für Ihr Unternehmen erfüllen. Welche sind das?

- Ihr Unternehmen im Internet vertreten
- Neukunden gewinnen
- Kunden durch Mehrwert binden
- Kunden mit Informationen versorgen (entlastet Ihre Mitarbeiter am Telefon)
- Ihr gedrucktes Material online verfügbar machen (spart Versandkosten)
- Direkt verkaufen (Webshop)
- Presse informieren
- Adressen von Interessenten generieren
- Ihr Marketingkonzept online unterstützen
- Markenbildung betreiben (Branding)
- Marktforschung betreiben
- Ihre Kompetenz unterstreichen
- Kundenzufriedenheit erhöhen
- Weitere Aufgaben Ihrer Website: _____

3. Welche Angebote möchten Sie auf Ihrer Website machen?

Entscheiden Sie, wie Sie Kundengewinnung und -bindung betreiben und was Sie Ihren Kunden bieten möchten:

- Kontaktaufnahme mit Ihrem Unternehmen
- Informationen zu Ihren Produkten oder Dienstleistungen
- Hintergrundinformationen zu Ihren Produkten oder Dienstleistungen (z.B. Studie über den besonderen Nutzen Ihrer Produkte oder Dienstleistungen)

- Service (z.B. Bedienungsanleitungen zum Ausdrucken, Kundendienstadressen für von ihnen vertriebene Produkte, Bauanleitungen)
- Unternehmensdarstellung, Unternehmensnachrichten
- Pressespiegel Ihres Unternehmens
- Informationen über Ihr Unternehmen für die Presse
- Direktverkauf Ihrer Produkte im Webshop
- Werbung für aktuelle Sonderangebote, Sonderaktionen, Messeaktionen
- Gewinnspiele, Preisausschreiben
- Feedbackmöglichkeit über einen „Kummerkasten“, eine Umfrage oder ein Gästebuch
- Bestellung Ihres Newsletters
- Diskussionen in Ihrem Forum
- Unterhaltung: Ein Online-Spiel
- Unterhaltung: Ein Chat
- Interaktion, Beteiligung an der Gestaltung des Inhalts (Web 2.0)
- Weitere Angebote, die Sie planen: _____

4. Das Erscheinungsbild Ihrer Website

Wie soll Ihre Website auf Ihre Interessenten und Kunden wirken? Welche Begriffe verbinden Sie inhaltlich und optisch damit?

- Klassisch
- Konservativ
- Progressiv
- Leicht
- Cool
- Futuristisch
- Kommerziell
- Ästhetisch
- Informativ
- Unterhaltend

- Kundenorientiert
- Andre Begriffe: _____

5. Ihr Unternehmen und die neue Website

Haben Sie schon Material, auf das Ihr Webdesigner zurückgreifen kann? Und wie wird die neue Website in den Workflow Ihres Unternehmens eingebunden sein?

- Sie haben ein Firmenlogo und bevorzugte Farben/Schriften oder ein komplettes Corporate Design
- Sie haben Produkttexte und/oder Produktabbildungen
- Sie haben Texte zu Ihrem Unternehmen, z.B. in einer Imagebroschüre oder Pressemappe
- Sie haben weiteres Bildmaterial
- Sie haben eine Domain beantragt
- Sie haben Serverplatz bei einem Provider
- Sie haben einen Mitarbeiter, der den Kontakt mit dem Webdesigner halten wird
- Die Inhalte der Website müssen einmal pro Woche oder öfter aktualisiert werden
- Die Inhalte werden voraussichtlich eher seltener aktualisiert werden
- Sie erwägen den Einsatz eines Content Management Systems zur Pflege des Inhalts
- Sie haben einen Mitarbeiter, der sich später um die Pflege der Website kümmern wird
- Dieser Mitarbeiter braucht eine Schulung
- Sie haben einen Mitarbeiter, der die eingehenden E-Mails zeitnah beantwortet
- Sie haben ein Budget für die Erstellung und Weiterentwicklung Ihres Internetauftritts

6. Ihre Kunden sollen die neue Website finden

Planen Sie diese Maßnahmen ein, um Ihre Website bekannt zu machen. Nur so kann das Internet für Ihr Unternehmen arbeiten.

- Ihre Website steht auf allen Firmenpapieren (Visitenkarte, Briefpapier, Geschäftsbericht)
- Ihre Website erscheint auf allen Werbemitteln (Imagebroschüre, Anzeige, Firmenwagen, Messebanner)

- Ihre Website erscheint in Ihrer E-Mail-Signatur
- Ihre Website soll von Anfang an suchmaschinenoptimiert werden
- Sie stellen geeignete Suchbegriffe zusammen, die zu Ihrem Angebot passen
- Sie verlinken Ihre Website mit denen Ihrer Geschäftspartner und suchen weitere Linktausch-Möglichkeiten
- Sie tragen Ihre Website in geeigneten kostenpflichtigen und kostenfreien Katalogen ein
- Sie planen ein Budget für Suchmaschinenwerbung, z.B. mit Google AdWords oder Yahoo Search Marketing, ein

Eine gut geplante Website ist der Schlüssel zum Erfolg im Internet. Rufen Sie einfach an und vereinbaren Sie einen kostenlosen Beratungstermin: **0 91 26 – 28 90 90**

:: ambranet webentwicklung und internetberatung

Dr. Susanna Künzl

Föhrenstr. 33 – 90542 Eckental b. Nürnberg

Tel.: 0 91 26 – 28 90 90

<http://www.ambranet.de>

service@ambranet.de