

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. Was sind Ihre Zielgruppen?

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

- mehr Männer
- mehr Frauen
- unentschieden
- mit hohem Einkommen
- mit eher niedrigem Einkommen
- mit eher hohem Bildungsniveau
- mit eher niedrigem Bildungsniveau
- Menschen mit Behinderung
- private Kunden (B2C)
- Geschäftskunden (B2B)
- Pressevertreter
- mit hohem Unterhaltungsbedarf
- mit hohem Informationsbedarf
- in Deutschland
- in diesen Ländern:

- Sie greifen auf Ihre Website zu
 - mit leistungsfähigen Computern und schnellem Internetzugang (DSL)
 - mit weniger leistungsfähigen Computern und langsamem Internetzugang
 - mit mobilen Geräten (Smartphone, Tablet)

Weitere Informationen über Ihre Zielgruppe(n):

2. Was 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. Studien 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
- ◆ Pressemeldungen 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)
- ◆ zusätzliche Angebote wie eine Facebook-Seite oder Google+-Seite

Weitere Angebote, die Sie planen:

4. Welches Erscheinungsbild hat Ihre 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

Andere 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?

- Ihr Material
 - Sie haben ein Firmenlogo und bevorzugte Farben/Schriften oder ein komplettes Corporate Design (eventuell ein Manual)
 - Sie haben Produkttexte und/oder Produktabbildungen
 - Sie haben Texte zu Ihrem Unternehmen, z.B. in einer Imagebroschüre oder Pressemappe
 - Sie haben digitalisierte Bilder und/oder Texte
 - Sie haben weiteres Bildmaterial
- Ihre technischen Voraussetzungen
 - Sie haben eine Domain beantragt
 - Sie haben Serverplatz bei einem Provider
 - Sie benutzen bereits ein Content Management System
 - Sie sind als Unternehmen in sozialen Netzwerken präsent (Facebook, Twitter, Google+, Xing)
- Ihre zuständigen Mitarbeiter
 - Sie haben einen Mitarbeiter, der den Kontakt mit dem Webdesigner halten wird

- Sie haben Mitarbeiter, die sich später um die Pflege der Website kümmern werden
- Sie haben Mitarbeiter, die die eingehenden E-Mails zeitnah beantworten
- Diese Mitarbeiter brauchen eine Schulung
- ◆ Sie haben ein Budget für die Erstellung und Weiterentwicklung Ihres Internetauftritts
- ◆ Ihre Ziele
 - Die Inhalte der Website sollen 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

6. Wie wird Ihre Website bekannt?

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
- ◆ Sie repräsentieren Ihr Unternehmen in sozialen Netzwerken (Facebook, Twitter, Google+, Xing)
- ◆ Ihre Website soll von Anfang an suchmaschinenoptimiert werden
- ◆ Sie stellen geeignete Suchbegriffe (Keywords) zusammen, die zu Ihrem Angebot passen
- ◆ Sie planen eine Keywordrecherche und -qualifikation. So findet Ihre Internetagentur weitere erfolgversprechende Suchbegriffe
- ◆ Sie verlinken Ihre Website mit denen Ihrer Geschäftspartner und suchen weitere Linktausch-Möglichkeiten
- ◆ Sie bauen zusätzliche Online-Reputation durch externen Content oder ein Unternehmensblog auf
- ◆ 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 – 25 49 086 Wir beraten Sie gern.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Susanna Künzl

ambranet GmbH Agentur für Internet und Unternehmenskommunikation

Ambazacstraße 4

90542 Eckental

Telefon: 0 91 26 - 25 49 086

Fax: 0 91 26 - 28 49 853

E-Mail: service@ambranet.de

www.ambranet.de