

CHECK

Stationen auf dem Weg ins Netz

Sie wollen mit Ihrem Unternehmen ins Internet? Hier die wichtigsten Stationen auf dem Weg dorthin.

✓ Vorüberlegungen

- Wen wollen Sie ansprechen?
- Welche kurzfristigen und langfristigen Ziele haben Sie sich für Ihren Web-Auftritt gesetzt?
- Mit welchen Mitteln und Strategien wollen Sie diese umsetzen?
- Wie groß soll Ihre Seite werden, welche Inhalte wollen Sie präsentieren?
- Haben Sie Autoren, die sich um die Inhalte und deren Aufbereitung kümmern?
- Wollen Sie über das Netz auch Produkte/Dienstleistungen verkaufen? In welchem Umfang, mit wie vielen Kunden müssen Sie rechnen?
- Was macht die Konkurrenz?

✓ Die Planung

- Haben Sie (in Ihrer Firma) das nötige Know-how für den Aufbau der Seiten? Wenn nicht, wo bekommen Sie dieses her?
- Wer übernimmt Projektleitung, Redaktion und technische Umsetzung?
- Wie viele personelle und finanzielle Ressourcen sind verfügbar?
- Welche externen Dienstleister werden wie eingebunden?
- Über welchen ISP gehen Sie mit Ihren Seiten online und wo soll der Web-Server stehen?
- Wenn Sie Produkte verkaufen wollen – brauchen Sie einen Anschluss an Ihre vorhandene Produktdatenbank? Wie viele Produkte sollen verkauft werden? Wollen Sie selber auftreten oder beteiligen Sie sich an einer Mall?

✓ Seiten-Design

- Wie sollen die Seiten aussehen?
- Passt das Design zur Firma und zur Zielgruppe?
- Lässt das Design genügend Spielraum für die Redaktion?
- Sind die Vorlagen leicht zu füllen und dennoch flexibel?
- Müssen Schnittstellen geschaffen und programmiert werden?

✓ Die Informationsarchitektur

- Was soll inhaltlich auf den Seiten passieren?
- Welche Inhalte sind bereits vorhanden, welche fehlen noch?
- Steht ein Inhaltsverzeichnis?

✓ Produktion und Testlauf

- Suchen Sie nach Schwachstellen.
- Welche internen Kontrollen haben sie vorgesehen?
- Gibt es ein Lektorat?
- Wer übernimmt den Beta-Test?
- Wer realisiert die Korrekturvorschläge der Beta-Tester?
- Steht der Support?

✓ Marketing

- Wie und wo wollen Sie die Seite bekannt machen und welche Mittel stehen dafür bereit?
- Steht Ihre Internet-Adresse auf allen Firmen-Papieren?
- Sind Sie in die relevanten Suchmaschinen und Archive eingetragen?
- Kennen Sie die für Ihre Branche relevanten Newsgroups?
- Lernen Sie von der Konkurrenz! Beobachten Sie deren Seiten.

✓ Bewertung und Wartung

- Überarbeiten und ergänzen Sie die Seiten regelmäßig.
- Werten Sie die Log-Files aus.
- Bieten Sie Ihren Besuchern einen Mehrwert?
- DIALOG-Marketing: Ist Ihre Seite direkt, interaktiv, aktuell, lockend, organisiert und global verfügbar?
- Kommunizieren Sie mit Ihren Besuchern, z. B. über E-Mail.
- Sind die Personen, welche Ihre Seiten besuchen auch Ihre Zielgruppe?
- Haben Sie an einen Fragebogen gedacht (z. B. eingebettet in eine Verlosung), der Ihnen hilft, Kundenwünsche besser zu erfahren?