

Webcheck Internet-Auftritt

Weitergabe von Resultaten nur mit Quellenangabe: www.bernet.ch

Wie effizient und wirksam ist unser Web-Auftritt?

Geben Sie sich einricht Punkte für ihre aktuelle Website. 1000 sind das Maximum, aber perfekt ist niemand. Die Fragen führen Sie auf den richtigen Weg. Unterschiedliche Maximalwerte pro Frage sorgen für eine höhere Gewichtung der strategisch entscheidenden Optimierungen.

	max. Gew. bis	Punkte
Rahmenbedingungen		
1. Strategische Absicht (100 Punkte)		
Die Zielgruppen der Website sind definiert (z.B. mögliche Kunden, bestehende Kunden, Investoren, lokale/breite Öffentlichkeit, Lieferanten, das Management, die Mitarbeitenden, die Medien, andere)	20 bis 0	
Diese Zielgruppen sind nach Wichtigkeit gruppiert – welche von ihnen wollen wir auf dem Netz mit welcher Priorität erreichen?	10 bis 0	
Die Informationsbedürfnisse der Haupt-Zielgruppen sind mit Umfragen, Feedback, Fokusgruppen oder anderen Mitteln ermittelt.	20 bis 0	
Die Botschaften für die definierten Haupt-Zielgruppen sind klar definiert (keine Vermischung von Botschaften).	20 bis 0	
Die Website stellt die Vision / Leitziele der Organisation vor.	10 bis 0	
Die Website stellt die Werte der Organisation vor.	10 bis 0	
Die Website stellt die Geschichte der Organisation vor.	10 bis 0	
2. Prozesse (150 Punkte)		
Es gibt einen genau definierten Arbeitsprozess für den Unterhalt der Website.	30 bis 0	
Der Arbeitsprozess für den Unterhalt der Website ist dokumentiert.	20 bis 0	
Die Verantwortlichen für den Unterhalt der Website sind definiert (Gesamtverantwortung, Webmaster/Produzent, Technische Verantwortung, Inhaltsverantwortliche in Abteilungen etc.)	30 bis 0	
Alle Inhaltsverantwortlichen halten den ihnen zugewiesenen Bereich der Website aktuell.	30 bis 0	
Der Arbeitsablauf ist definiert (Textlieferung, Produktion von Inhalten (mit Bildern), Support ist definiert)	20 bis 0	
Server und Seitenfehler (Page Down, Page not found) werden schnell erkannt und behoben.	20 bis 0	
Umsetzung		
1. Design (150 Punkte)		
Die Website hat eine eigenständige Erscheinung.	20 bis 0	
Diese Erscheinung zieht sich durch den ganzen Web-Auftritt durch.	20 bis 0	
Die Erscheinung stimmt mit dem Corporate Design der Firma auf allen anderen Auftritten (Print, Gebäude etc.) überein.	20 bis 0	
Die Website ist einfach zu lesen (präzise Texte, wenig Fachjargon).	30 bis 0	
Der Einsatz von Grafiken und Animationen ist effektiv und lenkt nicht von den Inhalten ab.	20 bis 0	
Die Website bietet Druckversionen.	10 bis 0	
Die Website bietet eindeutige Internet-Adressen für jede Seite, damit sie als Link weitergesandt werden kann.	10 bis 0	
Jede Seite hat eine eigene, sprechende Adresse (Beispiel.com/stellenangebote).	10 bis 0	
Die Website ist in mehr als einer Sprache vorhanden.	10 bis 0	
2. Navigation (250 Punkte)		
Die Website hat eine kurze Ladezeit.	30 bis 0	
Die Adresse der Website stimmt mit dem Firmennamen überein.	20 bis 0	
Die Website lässt sich mit den gängigen Suchmaschinen leicht finden.	30 bis 0	
Eine Suchfunktion für die Website ist vorhanden und auf jeder Seite sichtbar.	20 bis 0	

Die Suchfunktion findet rasch die relevanten Seiten.	20 bis 0
Man findet von den verschiedenen Seiten immer einfach auf die Homepage zurück.	30 bis 0
Die verschiedenen Navigationsebenen und -stufen sind logisch, man orientiert sich mühelos innerhalb der Website.	30 bis 0
Es gibt spezifische Informationen für die Haupt-Zielgruppen mit klar markierten Navigations-Links.	10 bis 0
Die wesentlichen Informationen sind meistens nicht mehr als drei Klicks von der Homepage entfernt.	30 bis 0
Die Struktur der Website ist im Footer oder in einer Sitemap abgebildet.	20 bis 0
Es gibt keine ungültigen Links auf der Website.	10 bis 0

3. Inhalt (250 Punkte)

Die Website bietet gleich zum Einstieg einen Kurztext zu den wichtigsten Produkten und Dienstleistungen der Organisation.	30 bis 0
Alle relevanten Teile der Organisation sind vollständig portraitiert.	10 bis 0
Die Porträts aller relevanten Teile der Organisation sind konsistent.	10 bis 0
Die Kernkompetenzen der Organisation sind treffend beschrieben.	10 bis 0
Relevante Referenzprojekte illustrieren die Tätigkeit der Organisation.	20 bis 0
Die Website listet bekannte Kunden oder Partner auf.	10 bis 0
Die Information auf der Website ist relevant für das anvisierte Publikum.	20 bis 0
Es gibt keine Rechtschreibfehler auf der Website.	20 bis 0
Es gibt einen Online-Zugriff auf PDF-Broschüren, Beschreibungen von Produkten und Dienstleistungen, etc.	10 bis 0
Es gibt einen Mediacorner auf der Website, mit Hintergrundinformationen speziell für Medienkontakte.	20 bis 0
Die Website enthält aktuelle Medienmitteilungen im HTML-Format.	20 bis 0
Die Website enthält Informationen über offene Stellen der Organisation.	10 bis 0
Die Information auf der Website ist aktuell.	20 bis 0
Die Website enthält laufend aktualisierte redaktionelle Inhalte, Angebote oder anderen Mehrwert für anvisierte Bezugsgruppen, die eine Rückkehr auf die Seite attraktiv machen.	30 bis 0
Die Website enthält einen rechtlichen Hinweis in Bezug auf Inhalte, Umgang mit Kundendaten, Haftung, Copyrights.	10 bis 0

3. Dialog (100 Punkte)

Die Website bietet auf jeder Seite Kontaktinformationen (Adresse, E-Mail, Telefon)	20 bis 0
Die Dialoge bei Eingaben sind kurz und verständlich formuliert. (Bestellungen, Abos, Fehlermeldungen).	10 bis 0
Dialogplattformen wie Twitter, Facebook, Xing etc. sind auf der Website verlinkt, allenfalls abonnierbar (Website --> Social Media).	20 bis 0
Die Inhalte auf diesen Dialogplattformen sind direkt mit den relevanten Inhalten der Website verlinkt. (Social Media --> Website)	20 bis 0
Jede Inhaltsseite lässt sich per E-Mail, Facebook, Twitter und anderen relevanten Plattformen weiterleiten, liken oder teilen.	10 bis 0
Feedbacks werden innert eines Arbeitstages beantwortet, relevante Echos werden für alle sichtbar auf der Website dargestellt.	20 bis 0

Gesamtergebnis (1000 Punkte)

in Prozent (%) 0

Weitere Checklisten zum Thema

Checkliste Webprojekte: www.bernet.ch/wissen/checklisten

Webcheck Mediacorner: www.bernet.ch/wissen/checklisten

Laufend Aktuelles zur Kommunikation

Newsletter alle zwei Monate: www.bernet.ch/anstoss

Blogbeiträge auch als Sofort- oder Wochenabo: www.bernetblog.ch

Bernet_PR auf Twitter via twitter.com/bernetblog/team und bei Facebook: facebook.com/bernetpr

Copyright:

www.bernet.ch/wissen