

Der IMN Onboarding Workshop für Ihr Projekt Workbook

Das begleitende Workbook für den Onlineworkshop "IMN Onboarding für Ihr Projekt" dient Ihnen als physische Stütze zum Ausarbeiten Ihrer wertvollen Notizen zum Konzeptionieren Ihres Projektes.

Kapitel 1: Die Basis

Lektion 1.1: Der IST-Stand: Was ist schon vorhanden?

In diesem Abschnitt machen wir gemeinsam eine kurze gedankliche Reise zum aktuellen Stand Ihres Unternehmens. Es geht darum, herauszufinden, welche Informationen und Materialien bereits vorhanden sind und als Grundlage für Ihr Webdesign dienen können. Und welche Informationen vielleicht veraltet sind und daher einer Modernisierung bedürfen.



Weitere Infos zur Lektion

Fragen zur Lektion

1. Welche Elemente repräsentieren Ihr Unternehmen bereits visuell? (Logo, Schriften, Farben)
2. Gibt es einen Slogan, der Ihr Unternehmen verkörpern?
3. Haben Sie bereits eine klare Vorstellung von den Dienstleistungen, die Sie anbieten?
4. Welcher von den Fragen 1 - 3 braucht Modernisierung?

Lektion 1.2: Welche Werte vertrete ich und mein Unternehmen?

Der Unternehmenserfolg basiert maßgeblich auf den Werten, die es repräsentiert. In diesem Kapitel erkunden wir tiefergehend die Grundwerte Ihres Unternehmens, da diese den Kern Ihrer Marke bilden und maßgeblich Ihr Image prägen.



Weitere Infos zur Lektion

Fragen zur Lektion

1. **Welche Werte sind für Sie besonders wichtig?** Überlegen Sie, welche ethischen Prinzipien und Grundsätze für Sie selbst von zentraler Bedeutung sind. Diese können von Integrität und Nachhaltigkeit bis hin zu Innovation und Kundenzufriedenheit reichen.
2. **Spiegelt sich die Unternehmenskultur in klaren Werten wider?** Untersuchen Sie, ob die gelebte Unternehmenskultur in klaren Werten verankert ist und inwieweit Ihr Unternehmen diese bisher widerspiegelt.

Lektion 1.3: Welche Zielgruppe möchte ich ansprechen?

Die treffende Bestimmung Ihrer Zielgruppe bildet das Herzstück einer jeden erfolgreichen Website. In dieser Lektion gehen wir ausführlich darauf ein, wie Sie nicht nur Ihre Hauptzielgruppe klar definieren, sondern auch ein tiefes Verständnis für deren Bedürfnisse entwickeln können.



Weitere Infos zur Lektion

Fragen zur Lektion

1. **Wer bildet Ihre Hauptzielgruppe? Beschreiben Sie diese so detailliert wie möglich – von Alter und Geschlecht bis hin zu Interessen und Präferenzen.**
2. **Welche Bedürfnisse und Herausforderungen kennzeichnen Ihre Zielgruppe?** Versetzen Sie sich in die Lage Ihrer potenziellen Besucher und erkennen Sie, welche Anliegen und Wünsche sie umtreiben.
3. **Welche Lösungen bieten Ihre Produkte oder Dienstleistungen für die spezifischen Bedürfnisse Ihrer Zielgruppe?** Identifizieren Sie klar, wie Ihr Angebot einen echten Mehrwert schafft.

Lektion 1.4: Was sind meine Leistungen oder Produkte und deren Mehrwert?

In diesem speziellen Segment konzentrieren wir uns darauf, Ihre Leistungen oder Produkte zu verstehen und den Mehrwert zu erkennen, den sie für Ihre Zielgruppe bieten.



Weitere Infos zur Lektion

Fragen zur Lektion

1. **Welche Leistungen oder Produkte bietet Ihr Unternehmen an?** Identifizieren Sie klar und
2. prägnant, was Ihr Unternehmen anbietet. Durch eine klare Definition können Sie sicherstellen, dass Ihre Website die Vielfalt Ihrer Angebote effektiv widerspiegelt. Am Besten fertigen sie eine genaue Liste an, die Ihnen bei der späteren Planung des Strukturbaums hilft.
3. **Wie unterscheiden sich diese von den Angeboten Ihrer Konkurrenten?** Analysieren Sie die ihnen bekannte Wettbewerbslandschaft und erkennen Sie Faktoren an, die Ihre Leistungen oder Produkte einzigartig machen. Dies wird die Grundlage für die Positionierung Ihrer Website im Markt legen.
4. **Inwiefern bringen Ihre Leistungen oder Produkte einen Mehrwert für Ihre Zielgruppe?** Betrachten Sie den Nutzen, den Ihre Kunden aus Ihren Angeboten ziehen. Verstehen Sie, wie Ihre Produkte oder Dienstleistungen die Bedürfnisse und Wünsche Ihrer Zielgruppe erfüllen, und definieren Sie den klaren Mehrwert.

Kapitel 2: Die Onlinepräsenz

Lektion 2.1: Welche Kategorien habe ich?

Ein effektiver Kategoriebaum bildet das Rückgrat einer erfolgreichen Onlinepräsenz und trägt entscheidend dazu bei, Inhalte gezielt zu organisieren. Gerne können Sie Ihre Liste aus der vierten Lektion des vorherigen Kapitels nutzen, in der Sie konkret festgelegt haben, welche Produkte oder Leistungen Sie anbieten möchten.



Weitere Infos zur Lektion

Fragen zur Lektion

1. Wie lassen sich meine Angebote in Hauptthemen oder Produktgruppen unterteilen?
2. Welche Kategorien erleichtern meinen Besuchern eine unkomplizierte Navigation?
3. Welche zusätzlichen, funktionellen Kategorien brauche ich (Kontakt, Buchung, Galerie, ect.)?

Lektion 2.2: Welche Funktionen benötigt meine Onlinepräsenz?

Die Auswahl der richtigen Funktionen für Ihre Onlinepräsenz ist entscheidend für deren Funktionalität und den Nutzen, den sie Ihren Besuchern bietet. In diesem Abschnitt werden wir uns mit verschiedenen Funktionen auseinandersetzen, die Ihre Website leistungsfähig und benutzerfreundlich machen können.



Weitere Infos zur Lektion

Fragen zur Lektion

1. Welche spezifischen Anforderungen haben Sie an die Funktionalität Ihrer Website oder Ihres Onlineshops?
2. Haben Sie bestimmte Funktionen im Kopf, die Sie bereits auf anderen Onlinepräsenzen gesehen haben und die Ihnen besonders gefallen?
3. Welche Aktionen sollen die Besucher auf Ihrer Onlinepräsenz durchführen können?

Lektion 2.3: Was ist mein Call to Action? (Nur Website)

Ein CTA ist eine gezielte Aufforderung an Ihre Besucher, eine bestimmte Handlung zu vollziehen. Für eine Website ist ein klar definiertes Hauptziel, auf welches alle Seiten gemeinsam führen wichtig. Der Kunde soll am Ende genau wissen, was er auf Ihrer Website erwerben, nachlesen oder allgemein tun kann.



Weitere Infos zur Lektion

Fragen zur Lektion

1. **Was ist das Hauptziel Ihrer Website?** Überlegen Sie, welche Handlung Sie von Ihren Besuchern erwarten. Möchten Sie, dass sie ein Produkt kaufen, sich anmelden oder Sie kontaktieren?
2. **Welche Botschaft möchten Sie vermitteln?** Formulieren Sie Ihre CTAs ansprechend und prägnant. Überlegen Sie, welche Botschaft am besten zu Ihrer Marke und Ihren Zielen passt.

Lektion 2.4: Was kann und möchte ich in meine Onlinepräsenz investieren?

Die Investition in Ihre Onlinepräsenz ist eine strategische Entscheidung, die nicht nur die Gegenwart, sondern auch die Zukunft Ihres Unternehmens beeinflusst. In dieser Lektion beleuchten wir, welche Ressourcen Sie für die Inhaltspflege und Weiterentwicklung zur Verfügung haben.



Weitere Infos zur Lektion

Fragen zur Lektion

1. **Zeitliche Ressourcen:**
 - Wie viel Zeit können Sie selbst oder Ihr Team für die Aktualisierung und Pflege des Inhalts aufbringen?
 - Welche Kompetenzen haben Sie dazu Inhouse?
 - Wer liefert Texte, Bilder, Produktinformationen und andere Inhalte für die Website?
2. **Langfristige Strategie:**
 - Welche langfristigen Ziele verfolgen Sie mit Ihrer Onlinepräsenz?
 - Welche Ausbaustufen haben Sie geplant?

Kapitel 3: Das Design

In diesem besonderen Kapitel möchten wir Ihre Intuition ansprechen und Sie aktiv in den Designprozess einbinden. Anders als in den vorherigen Lektionen, präsentieren wir Ihnen lediglich ein Bild. Nutzen Sie Ihre Intuition, um zu entscheiden, welche Seite Ihnen persönlich mehr zusagt und für Ihr Projekt am passendsten erscheint. Ihre Entscheidung ist von essentieller Bedeutung für die Ausarbeitung des Screendesigns Ihres Projektes. Bitte notieren Sie sich sorgfältig Ihre Wahl. **Sind Sie Bereit? Dann los!**



Hier geht es zu den Bildern

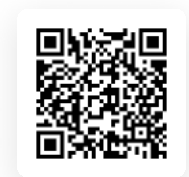
Einfach mit der Kamera oder einer App einscannen, dem Link folgen und durch die Lektionen klicken.

Lektion 3.1 - 3.11: Das Design in Bildern

<input type="checkbox"/> Hart	<input type="checkbox"/> Weich	<input type="checkbox"/> Hell	<input type="checkbox"/> Dunkel
<input type="checkbox"/> Modern	<input type="checkbox"/> Natürlich	<input type="checkbox"/> Minimalistisch	<input type="checkbox"/> Farbig
<input type="checkbox"/> Rund	<input type="checkbox"/> Eckig	<input type="checkbox"/> Modern	<input type="checkbox"/> Elegant
<input type="checkbox"/> Geschwungen	<input type="checkbox"/> Statisch	<input type="checkbox"/> Schmal	<input type="checkbox"/> Gefüllt
<input type="checkbox"/> Kompakt	<input type="checkbox"/> Luftig	<input type="checkbox"/> Emotional	<input type="checkbox"/> Informativ

Lektion 3.12: Farben

Die Wahl der richtigen Farben ist kein bloßer ästhetischer Aspekt, sondern trägt wesentlich dazu bei, wie Ihre Onlinepräsenz wahrgenommen wird. Farben können Emotionen wecken, Identität verleihen und die Nutzererfahrung maßgeblich beeinflussen.



Weitere Infos zur Lektion

Fragen zur Lektion

1. **Aktuelle Farben:** Haben Sie bereits Farben, die mit Ihrer Marke oder Ihrem Unternehmen in Verbindung stehen?
2. **Farbwirkung:** Welche Emotionen möchten Sie mit Ihrer Website hervorrufen?
3. **Farbkonzept:** Falls Sie noch keine festen Farben haben, welche Farbwelt passt zu Ihrem Unternehmen? Naturtöne, lebendige Farben oder eher dezente Nuancen?

Vielen Dank für Ihre Teilnahme am Workshop!

Gemeinsam haben wir bedeutende Schritte unternommen, um die Grundlagen für Ihr bevorstehendes Webprojekt zu legen. Ihre Entscheidungen in Bezug auf Produkte, Zielgruppen, Designrichtlinien und Funktionalitäten bilden das Fundament für eine erfolgreiche Umsetzung.

Falls Sie weitere Fragen oder Klärungsbedarf haben, steht Ihnen Ihre persönliche Ansprechpartnerin, Paulina Stenner-Probst, gerne zur Verfügung. Sie können sie über die bekannten Kommunikationskanäle erreichen, um individuelle Anliegen zu besprechen oder zusätzliche Informationen zu erhalten. Sie können Ihre Notizen auch gerne vorab per E-Mail an Frau Stenner-Probst senden.



Paulina Stenner-Probst
Prokuristin & Chief Creative Officer

E-Mail Adresse: stenner-probst@inter-medien.com

Blick zurück

1. Strategische Entscheidungen: Sie haben wichtige strategische Entscheidungen getroffen, angefangen bei der Auswahl Ihrer Produkte und Leistungen bis hin zur Identifizierung Ihrer Zielgruppe.
2. Designrichtlinien: Durch die Auseinandersetzung mit Farben, Schriften und grundlegenden Designaspekten haben Sie die visuelle Richtung für Ihr Projekt festgelegt.
3. Funktionale Überlegungen: Wir haben gemeinsam die notwendigen Funktionen besprochen, um Ihre Website oder Ihren Onlineshop effektiv und benutzerfreundlich zu gestalten.

Ihre Notizen

Nutzen Sie diesen Moment, um Ihre Notizen zu überprüfen und sicherzustellen, dass alle wichtigen Entscheidungen dokumentiert sind. Diese werden als wertvolle Grundlage für die kommende Umsetzungsphase dienen.

Nächste Schritte

1. Screendesign Meeting: In Kürze werden wir uns zu einem Screendesign-Meeting treffen, um Ihre Vision in ein konkretes Design umzuwandeln. Sie haben noch keinen Termin? Kontaktieren Sie gerne Frau Stenner-Probst.
2. Entwicklungsphase: Sobald das Screendesign feststeht, starten wir mit der Entwicklungsphase, um Ihre Onlinepräsenz Wirklichkeit werden zu lassen.
3. Kontinuierliche Kommunikation: Wir stehen Ihnen während des gesamten Prozesses zur Seite. Fragen, Anpassungen oder Ergänzungen – wir sind für Sie da.

Wir freuen uns darauf, den nächsten Schritt mit Ihnen zu gehen – das Screendesign-Meeting, in dem Ihre Vorstellungen visuell Gestalt annehmen werden. Die kommende Entwicklungsphase wird die Umsetzung Ihrer Ideen in die Realität bringen, und wir sind bereit, Sie auf diesem spannenden Weg zu begleiten.

Ihre Beteiligung und Ihr Engagement sind uns wichtig, und wir sind zuversichtlich, dass Ihr Webprojekt ein großer Erfolg wird.

Ihre Full-Service Agentur aus dem Norden

Schlosshof 5a | 17509 Ludwigsburg

E-Mail: hello@inter-medien.com