**Checklisten zur Erstellung eines Webshops in der Übungsfirma**

Auf den folgenden Seiten finden Sie Checklisten mit wichtigen Punkten, auf die bei der Einrichtung und Gestaltung eines Webshops in der Übungsfirma geachtet werden sollte. Auch wenn nicht immer alle Punkte umgesetzt werden können, so lernen die Schülerinnen und Schüler anhand dieser Checklisten, worauf es ankommt und wie ein strukturiertes Vorgehen bei der Umsetzung zahlreicher Anforderungen hilft.

Das Dokument ist mit einer Bearbeitungseinschränkung so formatiert, dass nur das Ausfüllen von Formularen zugelassen ist. Wenn Sie inhaltliche Änderungen vornehmen möchten, müssen Sie die Bearbeitungseinschränkung aufheben (Überprüfen - Bearbeitung einschr. - Schutz aufheben (unten) - Haken bei Nr. 2 Bearbeitungseinschränkungen entfernen).

**Checkliste Startseite**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Vorgaben | Vorhanden? | | |
| + | +/- | - |
| Layout des Webshops festlegen:  Header, Footer, Kategorien, Produkt- und Detailansichten |  |  |  |
| Firmenlogo und Firmenname in sehr guter Qualität |  |  |  |
| Slogan |  |  |  |
| Menüleiste, überschaubare Menüpunkte |  |  |  |
| Warenkorb |  |  |  |
| Werbebanner |  |  |  |
| Produktkategorien einrichten:  Möglichst wenige, evtl. Kategorien zusammenfassen |  |  |  |
| Produkt- und Detailansicht |  |  |  |
| Kontakt |  |  |  |
| Impressum |  |  |  |
| Datenschutz |  |  |  |
| AGB |  |  |  |
| Versandinformationen |  |  |  |
| Zahlungsarten |  |  |  |
| Social-Media-Links |  |  |  |
| Serviceleistungen: Newsletter, Forum, Blog |  |  |  |

**Checkliste Produktbeschreibungen**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Vorgaben | Vorhanden? | | |
| + | +/- | - |
| Produkttitel: Produkt- und Artikelbezeichnung |  |  |  |
| Teaser: Aufwärmer für den Artikel, prägnantes Verkaufsargument |  |  |  |
| Produktinformation: Vermitteln von grundlegenden Inhalten wie Beschaffenheit, Maße, Material, Inhaltsstoffe, Farbe, .. |  |  |  |
| Strukturierte Unterteilung mit Überschriften, sinnvolle Absätze und Gestaltungsattribute wie Fettdruck, … |  |  |  |
| Einsatzzweck und Produkteigenschaften angeben. |  |  |  |
| Welche Vorteile hat der Kunde, wenn er dieses Produkt kauft?  „Kunden wollen keine Produkte, sie wollen Lösungen“. |  |  |  |
| Antworten auf typische Fragen des Kunden: z. B. Langlebigkeit,  Garantiedauer, … |  |  |  |
| Produktattribute einfügen, wenn es das Produkt in mehreren Ausführungen gibt - nicht nur „in rot und schwarz erhältlich“ schreiben. |  |  |  |
| Kurze, prägnante Beschreibungen, keine Anhäufung von Adjektiven. |  |  |  |
| Ist Zubehör verfügbar oder notwendig, z. B. Batterien? |  |  |  |
| Gibt es Tipps zur Verwendung des Produktes? Hier muss nicht unbedingt ein langer Text sein, ein Link zu einer weiterführenden Seite reicht aus. |  |  |  |
| Aufzählungszeichen benutzen bei längeren Produktbeschreibungen. |  |  |  |
| Schwächere Argumente bei Aufzählungen in die Mitte setzen, davor und dahinter jeweils starke Argumente. |  |  |  |
| Auf Rechtschreibung achten, gegenlesen lassen.  Tipp: Text rückwärts lesen. |  |  |  |
| Emotionen wecken: Wofür steht das Produkt? Wieso muss der Käufer dieses Produkt unbedingt haben? |  |  |  |
| Storytelling: Mit einer kleinen Geschichte dem Kunden ein Lebensgefühl vermitteln. |  |  |  |

**Checkliste Produktbilder**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Vorgaben | Vorhanden? | | |
| + | +/- | - |
| Urheberrecht beachten - nur ein Bild, für das das entsprechende Nutzungsrecht vorliegt, darf verwendet werden!   * Nutzungsrecht beim Urheber einholen * alternativ lizenzfreie Bilder verwenden * alternativ selbst fotografieren |  |  |  |
| Selbst fotografieren: „Fotostudio“ einrichten, d. h. alle Bilder mit gleichem Hintergrund, gleicher Beleuchtung, etc. |  |  |  |
| Bei eigenen Fotos Hintergrund beachten!  Am besten ist ein neutraler Hintergrund, so dass auf dem Foto außer dem Produkt an sich weder Personen noch andere Produkte noch andere ggf. geschützte Werke oder Gebäudeteile zu erkennen sind. |  |  |  |
| Vergrößerungen von wichtigen Produktdetails, z. B. Verarbeitung oder besonderer Verschluss |  |  |  |
| Zoomfunktion einrichten |  |  |  |
| Hohe, gleichbleibende Bildqualität einsetzen, Auflösung, Hintergrund, ...  Relation beachten = Bildqualität - Ladezeit |  |  |  |
| Bild in Relation anzeigen, z. B. Armbanduhr, Ring an der Hand |  |  |  |
| Bild in der passenden Situation anzeigen, z. B. Fußballtrikot auf dem Sportplatz, Bikini am Strand |  |  |  |
| Fotos aus mehreren Perspektiven anfertigen, nicht alle Bilder eignen sich zum Zoomen. |  |  |  |
| Produktverpackung ablichten, Teil des Einkaufserlebnisses |  |  |  |
| Weißraum minimieren, max. 20 % des Bildes mit weißem Hintergrund |  |  |  |
| Bilder für mobile Endgeräte optimieren: In der Bildbearbeitungssoftware für Web abspeichern = Bilder werden komprimiert, verlieren aber wenig an der Qualität. |  |  |  |
| Farb- und Materialechtheit beachten, wirklichkeitsgetreue Abbildung. |  |  |  |
| Überlegen, wie das Produkt dargestellt werden soll: Am Modell, in Gebrauch … |  |  |  |
| Produkte in einem Lichtzelt fotografieren eignet sich für kleinere Produkte, die vor einem transparenten weißen Hintergrund fotografiert werden. |  |  |  |

**Checkliste Usability - Benutzerfreundlichkeit**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Vorgaben | Vorhanden? | | |
| + | +/- | - |
| Das Layout ist übersichtlich:  Header, Footer, Navigation, Kategorien, Produktdetails |  |  |  |
| Corporate Design des Unternehmens wurde eingehalten,  Firmenlogo wurde gut sichtbar platziert = Home-Button |  |  |  |
| Firmenzweck ist sofort ersichtlich |  |  |  |
| Bedienung ist selbsterklärend |  |  |  |
| Ladezeiten benutzerfreundlich |  |  |  |
| Professionelles Aussehen, harmonische Farbgestaltung |  |  |  |
| Kann mit jedem Browser aufgerufen werden |  |  |  |
| Gute Darstellung mit jedem Endgerät |  |  |  |
| Seiten sind nicht überfrachtet |  |  |  |
| Warenkorb jederzeit einsehbar |  |  |  |
| Möglichkeit zum Weitershoppen |  |  |  |
| Hauptmenü bleibt bestehen, so dass man jederzeit navigieren kann |  |  |  |
| Hilfe- und Suchfunktionen sind vorhanden |  |  |  |
| Eingaben können rückgängig gemacht werden |  |  |  |
| Schriftarten und -größen sind gut lesbar |  |  |  |
| Artikelbilder sind gut dargestellt und haben eine hohe Auflösung |  |  |  |