

Content Checkliste

Der Inhalt deiner Website ist das Herzstück deines Online-Auftritts. Er beeinflusst nicht nur, wie Besucher deine Seite wahrnehmen, sondern auch, wie Suchmaschinen sie bewerten. Eine sorgfältige Überprüfung und Optimierung deines Contents können den Unterschied ausmachen.

FIRMA	DATUM	PROJEKT

Ziele der Veröffentlichung

Bevor Inhalte erstellt oder überarbeitet werden, ist es entscheidend, die Ziele der Veröffentlichung klar zu definieren. Die Inhalte einer Website sollten nicht nur Informationen vermitteln, sondern gezielt auf die übergeordneten Ziele der Website einzahlen – sei es, neue Kunden zu gewinnen, das Markenimage zu stärken oder spezifische Informationen bereitzustellen. Mit klar formulierten Zielen lässt sich die Content-Strategie präzise ausrichten und sicherstellen, dass jeder Inhalt einen Mehrwert bietet und die gewünschte Wirkung erzielt.

Primär-Ziele:

Die Primär-Ziele legen den Fokus darauf, was der Content vorrangig für das Unternehmen erreichen soll.

- ☐ Leads generieren
- ☐ Umsatz erhöhen
- ☐ Mitarbeiter gewinnen
- ☐ Brand Awareness steigern (Markenbekanntheit)
- ☐ Verändertes Unternehmen abbilden

Sekundär-Ziele:

Die Sekundär-Ziele dienen dazu, die Primär-Ziele zu unterstützen und die Gesamtperformance der Website zu stärken.

- ☐ Informationspflichten nachkommen
- ☐ Öffentlichkeit informieren
- ☐ Online-Sichtbarkeit erweitern
- ☐ Rankings ausbauen
- ☐ Traffic erzeugen
- ☐ Marken-Identität schärfen
- ☐ Employer-Branding aufwerten
- ☐ Conversions optimieren
- ☐ Online-Reputation fördern
- ☐ Benutzererfahrung verbessern
- ☐ Kundenbindung stärken
- ☐ Kooperationen ausbauen

☐ Weitere / Andere
Primär-Ziele:

☐ Weitere / Andere
Sekundär-Ziele:

Content Marketing

Betrachte die typischen Inhaltstypen im Content Marketing – welche setzt du derzeit ein, welche sind für dein Geschäft möglich und sinnvoll und welche Inhalte verwendet der Wettbewerb (erfolgreich). Entscheide dann, welche Inhaltstypen du in Zukunft auf deiner Website zum Einsatz bringen möchtest.

Inhaltstypen	Aktuell	Möglich	Wettbewerb	Geplant
Produkte / Leistungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
News / Events / Messen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pressemeldungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Branchenseiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zielgruppen-Seiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Standort / Lokale-Seiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SEO-Landingpages	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Case Studies	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Branchen-Glossare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Webinare / Kurse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
eBooks / Whitepaper	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Videos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Infografiken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Podcasts	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Research / Reports	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Studien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tools / Rechner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Zielgruppen

Die Zielgruppen-Analyse hilft dabei, die Bedürfnisse und Erwartungen der verschiedenen Nutzergruppen genau zu verstehen. Sie bildet die Grundlage dafür, den Content so zu gestalten, dass er gezielt die richtigen Menschen anspricht und optimal auf ihre Anforderungen eingeht.

Was ist die **Primärzielgruppe**? (Alter, Geschlecht, Status, Branche, B2B, B2C, Einzugsgebiet)

Was sind die **Sekundärzielgruppen**? (Alter, Geschlecht, Status, Branche, B2B, B2C, Einzugsgebiet)

Welche Fragen stellen Kunden immer wieder?

Mit welchen Fragen & Erwartungen kommen die Besucher auf die Website?

Welche anderen Websites besucht die Zielgruppe?

Bestandsaufnahme

Relevanz und Qualität des Inhalts:

Hochwertiger Inhalt spricht deine Zielgruppe an und bietet Mehrwert.

- ☐ Bietet meine Website relevante Informationen für meine Zielgruppe?
- ☐ Ist der Inhalt gut recherchiert und verlässlich?

Tipp: Frage echte Nutzer nach ihrem Feedback zum Inhalt.

Aktualität und Regelmäßigkeit von Updates:

Frischer Inhalt zeigt, dass du aktiv bist und deine Website gepflegt wird.

- ☐ Aktualisiere ich meinen Content regelmäßig?
- ☐ Alle Informationen sind aktuell und es gibt keine veralteten Informationen, die ich überarbeiten oder entfernen sollte?

Tipp: Plane regelmäßige Überprüfungen deiner Inhalte ein.

Originalität und Einzigartigkeit des Inhalts:

Einzigartiger Inhalt hebt dich von der Masse ab und schützt vor möglichen Strafen durch Suchmaschinen.

- ☐ Ist mein Inhalt einzigartig und nicht von anderen Seiten kopiert?
- ☐ Befinden sich auf den Seiten meiner Website nur wenige oder keine Doppelungen oder gleichlautenden Formulierungen?
- ☐ Biete ich Perspektiven oder Ansichten, die auf anderen Websites nicht zu finden sind?
- ☐ Stelle ich persönliche Informationen und Einblicke da, die sich daher nur auf meiner Website finden können? (Persönliche Erfahrung, eigene Forschung, Berichte oder auch Case Studies, Referenzen und Testimonials)

Tipp: Nutze Plagatsprüf-Tools, um sicherzustellen, dass dein Inhalt einzigartig ist.

Siehe: <https://www.siteline.com/>

Inhaltliche Struktur und Konsistenz

Eine klare Struktur und einheitlicher Stil helfen den Besuchern, sich auf deiner Website zurechtzufinden.

- ☐ Sind meine Texte klar strukturiert mit Überschriften, Absätzen und Aufzählungspunkten?
- ☐ Halte ich mich an einen einheitlichen Schreibstil und Ton?

Tipp: Erstelle einen Style Guide und definiere deinen Tone of Voice, um Konsistenz in deinem Content zu gewährleisten.

Multimedialer Content (Bilder, Videos, Infografiken):

Multimedia-Inhalte können den Text bereichern und das Benutzererlebnis verbessern.

- ☐ Verwende ich qualitativ hochwertige Bilder, die den Inhalt veranschaulichen?
- ☐ Verwende ich qualitativ hochwertige Videos, die den Inhalt unterstützen?
- ☐ Verwende ich qualitativ hochwertige Schaubilder und Infografiken, die den Inhalt bereichern?
- ☐ Sind meine Grafiken und Infografiken informativ und leicht verständlich?

Tipp: Achte darauf, dass multimedialer Content gut optimiert ist, um die Ladezeiten nicht negativ zu beeinflussen.

Text Struktur

Verwendest du das volle Repertoire, um Texte zu formatieren?

Formatierung	Aktuell	Geplant
Überschriften (H1, H2, H3...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bulletpoint-Listen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nummerierte Listen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Listen mit Häkchen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Textlinks (aus dem Fließtext)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fettdruck / Kursivschrift	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zitate	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Infoboxen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Geschützte Leerzeichen (ohne Textumbruch)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Blocksatz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zentrierte oder rechtsbündige Ausrichtung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Frage- und Ausrufezeichen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Doppelpunkte und Gedankenstriche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gänsefüßchen („unten und oben“)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonderzeichen (Ø / m² / ~ / × ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Der Inhalt deiner Website ist entscheidend für den Erfolg deines Online-Auftritts. Ein durchdachter, relevanter und gut strukturierter Inhalt kann Besucher anlocken und binden.

Suchst du nach Möglichkeiten, den Content deiner Website zu optimieren? Kontaktiere uns, und wir unterstützen dich dabei!

Beratungsgespräch vereinbaren

<https://www.homepage-helden.de/kontakt/>

Eigene Prüfpunkte:

- ☐ Check #1:
- ☐ Check #2:
- ☐ Check #3:
- ☐ Check #4:
- ☐ Check #5:
- ☐ Check #6:
- ☐ Check #7:
- ☐ Check #8:

Notizen:

Diese einfache Checkliste ist für die Anwendung durch dich als Kunde/Auftraggeber gedacht. Du kannst damit eine grundlegende Bedarfsermittlung durchführen oder erste Optimierungspotenziale aufdecken. Darüber hinaus beachten und prüfen unsere Webdesign-Experten bei einer professionellen Analyse, Gestaltung und Realisierung einer Website eine Vielzahl weiterer Aspekte.

©2024 Homepage Helden GmbH, Hamburg