

8 Fragen, die man sich vor einem Redesign stellen sollte

✘ Wir haben uns mal wieder einen Beitrag aus einem amerikanischen Blog vorgenommen und für die Leser des Shopbetreiberblogs bearbeitet. Man erfährt hier eine Menge zu dem nicht immer einfachen Thema Redesign und den Tücken, die mit demselben einhergehen. Zusammengefasst wird das Ganze in 8 prägnanten Fragen.

Erfahren Sie mehr zu diesem spannenden Thema im folgenden Beitrag.

Wir danken Justin Palmer für die freundliche Genehmigung der Übersetzung. Er hat in dem Beitrag ein paar gute und umsetzbare Tipps zum Thema Redesign einer Website zusammengestellt.

Das Thema Redesign

Man sieht immer wieder wie die Top E-Commerce Seiten und Shops eifrig ihre Webseiten neugestalten aber andererseits bei der Optimierung und beim Testen eher nachlässig sind. Es ist natürlich nachvollziehbar, dass das Management Redesigns liebt, denn es ist greifbar und aufregend und ist oft mit großen Erwartungen an künftige Umsätze verbunden. Die Usability auf der anderen Seite ist nicht so greifbar und nicht so einfach zu erfassen. Es ist keine spannende Neuerung, sondern ein langwieriger und konstanter Prozess.

In einer perfekten Welt gäbe es wahrscheinlich keine Notwendigkeit für ein Redesign. In der Realität kommt jedoch irgendwann der Moment, an dem man um ein Redesign nicht mehr herumkommt.

Hier sind 8 wichtige Fragen, die Sie sich stellen sollten, bevor Sie eine Überholung ihrer Webseite beginnen:

Welche Probleme gibt es mit der jetzigen Seite?

Warum denken Sie überhaupt über ein Redesign nach? Stützen Sie sich bei Ihrer Antwort auf Fakten und nicht auf ihr Bauchgefühl. Sie mögen sich an Ihrer Seite satt gesehen haben und nicht mehr zufrieden sein aber geht es Ihren Kunden auch so?

Was halten Ihre Kunden von ihrer jetzigen Seite?

Welche Art von Rückmeldungen bekommen Sie von Ihren Kunden? Ihre Kunden mögen zwar nicht alle Webdesigner sein aber sogar ein Anfänger kann eine gute von einer schlechten Webseite unterscheiden. Um Feedback zu bekommen, starten Sie Umfragen bei den Besucher Ihrer Webseite.

Was ist der Grund für Ihr Redesign?

Veruschen Sie bei der Antwort vage Aussagen wie "Die Seite muss halt mal aktualisiert werden" oder "Das machen wir aber jedes Jahr". Ist es nicht Ihr Ziel, die Konversionsrate und die Anzahl der Suchanfragen zu verbessern? Stellen Sie sicher, dass ihr Redesign mit den Zielen ihres Unternehmens im Einklang ist. Setzen Sie sich dabei messbare Ziele, die nach dem Relaunch überprüft werden können.

Können die Probleme nicht auch mit Hilfe von Nachbesserungen gelöst werden?

Nur weil sich Ihr Suchmaschinen Ranking verbessern soll, müssen Sie nicht unbedingt ihre ganze Webseite oder ihren Shop neugestalten. Vielleicht können die Probleme auch für einen Bruchteil der Kosten behoben werden. Es kommt dann manchmal zu Überreaktionen und man denkt, man müsse alles einstampfen, wo doch oft die Probleme mit ein paar Reparaturen behoben werden können.

Wie wird das Redesign mein Suchmaschinen Ranking beeinflussen?

Oft spielt das Thema Suchmaschinenoptimierung eine zu kleine Rolle bei den Überlegungen zu einem Redesign. Wenn es auch nicht der erste Gedanke ist, der einem im Zusammenhang mit einem Redesign kommt, so hat doch ein Redesign und die Veränderungen, die es bringt, regelmäßig auch Auswirkungen auf das Suchmaschinen Ranking der Seite. Machen Sie sich diese Auswirkungen klar, bevor Sie ein solches Projekt starten.

Machen Sie sich die Opportunitätskosten und die monetären Kosten bewusst.

Je nachdem, wie komplex Ihre Webseite aufgebaut ist, kann ein Redesign eine Menge Zeit und Arbeit in Anspruch nehmen. Während dieser Zeit kann es dazu kommen, dass die jetzige Seite vernachlässigt wird. Die Erfahrung zeigt, dass es oft Probleme bereitet, einerseits ein Redesign durchzuführen und sich andererseits auch noch um die Wartung und Optimierung der laufenden Webseite zu kümmern.

Wie schwer wird es Ihren Kunden fallen, sich auf die neue Seite einzustellen?

Niemand mag Veränderungen. Werden die Besucher Ihrer Webseite durch das neue Layout verwirrt sein? Wenn es um drastische Veränderungen geht, erwarten Sie den Lernkurven Effekt: die Dinge werden oft erst einmal schlechter, bevor sie besser werden können.

Wie stelle ich fest, ob mein Redesign ein Erfolg war?

Dies ist wahrscheinlich eine der wichtigsten Fragen überhaupt. Wenn man sich nicht ausreichend mit der Frage beschäftigt, kann es dazu führen, dass man sich in einen endlosen Kreislauf der Überarbeitungen begibt, wobei das Ziel niemals erreicht wird, weil es von Anfang an kein klar definiertes Ziel gegeben hat.

Den in englischer Sprache erschienen Originalbeitrag von Justin Palmer finden Sie [hier](#).