

Kreation

Alle Checklisten auf einen Blick

MainIdea

Zentrale Fragestellungen zum Look & Feel

- Was ist die zentrale Idee der Website?
- Welchen Gesamteindruck möchten wir vermitteln?
- Wer soll dadurch angesprochen werden?
- Welche Einzelkomponenten wie Text, Farbe, Form, Sound können diesen Gesamteindruck unterstützen?

Zentrale Fragestellungen zur Content-Inszenierung

- Was ist die zentrale Idee der Website?
- Welche Inhalte sollen dargestellt werden?
- Was zeichnet diese Inhalte aus?
- Wie kann ich den Nutzern eine neue Sichtweise auf diese Inhalte eröffnen?
- Welche Mehrwerte lassen sich aus den Inhalten ableiten, die nur im Netz möglich sind?

Zentrale Fragestellungen zur Navigation

- Was ist die zentrale Idee der Website?
- Welche Sichtweise auf die Inhalte möchten wir den Nutzern eröffnen?
- Für welche Nutzer sind diese Inhalte interessant?
- Mit welchem Motiv oder Bedürfnis kommen die Nutzer auf die Website?
- Auf welche Weise kann man den Bedürfnissen der Nutzer entgegenkommen?

Ideenentwicklung

Die wichtigsten Schritte bei der Ideenentwicklung:

1. Abgleich der strategischen Ziele

Rekapitulieren Sie noch einmal die strategischen Ziele des Projektes: Was soll mit der Site erreicht werden? Wen soll die Site ansprechen? Was ist das zentrale Nutzenversprechen der Site? Was macht den Anbieter wiedererkennbar? Was unterscheidet die Site von den Wettbewerbern?

2. Mentale Einstimmung

Lassen Sie sich zur Einstimmung thematisch treiben, in welcher Form auch immer. Ob Sie einfach nur inspiriert durchs Netz surfen, oder aber in einer thematisch passenden Umgebung ganz reale Eindrücke aufnehmen.

3. Ideen sammeln

Versuchen Sie dann, die verschiedenen Ideen zu sammeln und zu kanalieren. Dies können Sie in Form eines Projekt-Meetings oder mit Hilfe einer der gängigen Kreativitätstechniken durchführen.

4. Themen clustern

Sortieren Sie die Ideensammlungen zu Themenclustern, die verschiedene Ansätze darstellen können.

5. Ideen kategorisieren

Diskutieren Sie die verschiedenen Ansätze im Team. Möglicherweise fallen einige Ideen schon durch die Projekt-Rahmenbedingungen wie Kostenrahmen, Zeitplanung oder technischer Machbarkeit raus.

5. Idee überprüfen

Falls sie unsicher sind, ob eine Idee tragfähig ist, können sie den Ansatz nochmal anhand der strategischen Werte überprüfen: Ist die Idee der Zielgruppe, dem Markenwert oder dem Anbieter angemessen? Würde die Idee sich positiv von den Wettbewerbern abheben?

6. Rücksprache im Team

Sofern Sie als Konzepter alleine gearbeitet haben, sollten Sie die Idee gemeinsam mit dem Projektteam besprechen. Durch die Anregungen von Mitarbeitern mit unterschiedlichem Fokus werden die Ideen häufig gefestigt oder aber auch relativ schnell verworfen.

7. Idee auf den Punkt bringen

Formulieren Sie die Idee in möglichst einem Satz, wie zum Beispiel: "Die Website als Hightech-Labor" "adidas is where you are". Die Website als Inhalts-Baukasten" usw. Dieser Satz braucht keine Werber-Qualitäten zu haben, sondern dient lediglich dazu, die Idee für alle Teammitglieder greifbar und präsent zu machen.

8. Idee ausarbeiten

Überlegen Sie, wie im Sinne der MainIdea das Look & Feel, die Content-darstellung und die Navigation aussehen könnten.

9. Rückschluss zu den strategischen Zielen

Gleichen Sie Ihre Idee nochmal mit den strategischen Zielen ab und formulieren Sie - gedanklich oder in Textform - einen kausalen Aufbau. Dies macht Sie sicherer in der Präsentation und Argumentation Ihres Ansatzes.