

PRESSEMITTEILUNG

Checkliste Content-Migration: TWT über sechs der wichtigsten Schritte im Relaunch-Projekt

Düsseldorf, 03.04.2012 - Die Webseite ist mehr, als nur die digitale Visitenkarte eines Unternehmens im Internet. Erfüllen Benutzerströme, Usability und Lead-Generierung nicht die gesetzten Ziele, ist ein Relaunch unvermeidbar. Webseiten-Betreiber sollten sich jedoch bewusst machen, dass die bestehende Performanz und Webseitenstruktur direkte Auswirkungen auf das neue Content-Management hat. Seiteninhalte mit guten Zugriffszahlen können durch eine Content-Migration für den neuen Webauftritt gesichert werden. TWT Interactive fasst sechs der wichtigsten Schritte für eine Content-Migration im Relaunch-Projekt in einer Checkliste zusammen.

Ein ansprechendes Design allein reicht nicht aus, um den Nutzungsgewohnheiten der Zielgruppe gerecht zu werden. Die Webseite muss die verschiedenen Bedürfnisse der Besucher schnell und einfach erfüllen, um die gesetzten Ziele zu erreichen. Ein zielgerichtetes Layout lenkt den Nutzer subtil zu den Inhalten, die ihm präsentiert werden sollen, und unterstützt ihn bei der Suche nach Informationen und Services, die er erwartet. Dazu müssen die relevanten Seiteninhalte an der richtigen Stelle zu finden sein. Daher gehört die Content-Modellierung im Rahmen eines Relaunches zu den aufwändigsten Prozess-Schritten:

Content-Migration Schritt 1: Führen Sie eine Ist-Analyse durch

Bestimmen Sie auf Basis einer Ist-Analyse der bestehenden Seiteninhalte die Inhaltstypen. Legen Sie dazu eine Beschreibung des Webseiten-Aufbaus in Form von Seitenbereichen, Abschnittstypen und Applikationsdefinitionen fest. Eine Nummerierung und Auflistung der inhaltlichen Seitentypen sichert den Überblick bei der Content-Migration. Achten Sie darauf, dass das Inhaltsangebot im Frontend nicht zwangsläufig deckungsgleich mit der Ablagestruktur im Backend sein muss.

Content-Migration Schritt 2: Erstellen Sie ein Migrationskonzept

Zur systematischen Überführung alter Seitenbestandteile in das neue Layout dient ein Migrationskonzept: Es gilt, den Ziel-Webauftritt sowie die einzelnen Planungsschritte inhaltlich, zeitlich und organisatorisch zu definieren. Gleichen Sie

: **adresse**
: TWT Interactive GmbH
: Corneliusstr. 20 - 22
: 40215 Düsseldorf
:
: **fon**
: +49 (0)211-601 601-0
:
: **fax**
: +49 (0)211-601 601-19
:
: **email**
: info@twit.de
: **homepage**
: www.twit.de
:
: **adresse**
: TWT Interactive GmbH
: Niederlassung Berlin
: Friedrichstr. 90
: 10117 Berlin
:
: **fon**
: +49 (0)30-2025-3536
:
: **fax**
: +49 (0)30-2025-333

außerdem den Ist- mit dem Soll-Zustand in seinen einzelnen Bestandteilen der Navigations- und Inhaltsstruktur ab und legen Sie diese im Migrationskonzept fest. In diesem Kontext ist es ratsam, eine Content-Konsolidierung von veralteten und doppelten Inhalten unter Berücksichtigung der Zugriffszahlen durchzuführen.

Content-Migration Schritt 3: Bereiten Sie eine automatisierte Inhaltsübernahme vor

Der Umfang der Seiteninhalte macht eine automatisierte Content-Migration häufig unumgänglich. Vorhandene Dateien, Dokumente und Seiten müssen dazu eine systematische und einheitliche Strukturierung aufweisen. Priorisieren Sie die Reihenfolge der zu migrierenden Webseiten und erstellen Sie die Skripte für eine skriptbasierte Migration. Achtung: Automatisch kann nur migriert werden, was in strukturierter Form z.B. XML oder csv vorliegt. Zuletzt bietet sich eine manuelle Content-Migration unstrukturierter Inhalte an.

Content-Migration Schritt 4: Lassen Sie Inhalte automatisiert überführen

Sind die Vorbereitungen getroffen, können Sie die Datenbankinhalte in die Datenbankstruktur des neuen CMS übertragen. Eine stichprobenartige Prüfung deckt mögliche Fehlerquellen auf. Grundsätzlich empfiehlt sich zusätzlich eine manuelle Anpassung nach einer automatisierten Migration, zur weiteren Optimierung der Seiteninhalte. Die Vorteile der automatisierten Content-Migration liegen nicht nur in der Schnelligkeit und Kostersparnis. Auch unstrukturierte Inhalte können automatisch migriert und nachträglich manuell bearbeitet werden, wenn inhaltliche Anpassungen notwendig sind. Anhand von Erkennungsregeln ist bei Bedarf eine Verfeinerung der strukturierten Content-Migration durch mehrere Iterationen möglich.

Content-Migration Schritt 5: Pflegen sie weitere Inhalte manuell

Durch eine automatisierte Content-Migration entfallen "Copy&Paste"-Arbeiten größtenteils, eine manuelle Nachbearbeitung z.B. aus SEO-Sicht ist jedoch nicht ausgeschlossen. Bei einer manuellen Content-Migration müssen folgende Vorgänge berücksichtigt werden: Selektieren Sie den betreffenden Text bzw. Textbereich und kopieren Sie ihn in das entsprechende Eingabefeld des CMS. Erstellen Sie Bilder und Grafiken in geeigneten Formaten, laden Sie diese hoch und versehen Sie diese mit Metainformationen. Tabellarische Inhalte und Sonderformatierungen können häufig nicht einfach übernommen werden, sondern müssen nachgebaut werden. Auch PDF-Dokumente werden in diesem Zusammenhang nicht nachbearbeitet, sondern in ihrem vorliegenden Zustand übertragen.



Content-Migration Schritt 6: Prüfen Sie die Portierung von Anwendungen

Zuletzt geht es um die Portierung von Anwendungen in den neuen Webauftritt. Spezifizieren Sie die technische Portierung für jede einzelne Anwendung z.B. über die Integration via IFrame. Legen Sie allerdings vorab fest, welche Anwendungen auf der Plattform der zukünftigen Webseite betrieben werden und bei welchen Anwendungen Anpassung an das neue Seitendesign vorgenommen werden sollen. Animationen wie Flash-Grafiken müssen im Quelltext vorliegen, damit hart codierte Pfadangaben angepasst werden können. Ist dies nicht der Fall, so sollte im Einzelfall geprüft werden, inwieweit sich vorhandene Animationen und andere Sonderformate in das zukünftige Zielsystem übernehmen lassen.

Die Inhaltserfassung, -verwaltung und -verwertung entscheidet über Erfolg und Misserfolg eines Webauftrittes. Ein strukturiertes Migrationskonzept erleichtert nicht nur den Relaunch-Prozess, sondern birgt durch das optimierte Inhaltsangebot langfristig enormes Potenzial, den Traffic und die Konversionsrate einer Webseite zu erhöhen.

Über TWT

TWT Interactive realisiert als leistungsstarke Full-Service-Internet-Agentur nachhaltigen Unternehmens-Erfolg durch Digital Business Transformation. Mit innovativen Lösungs-Konzepten für Internet-, Mobile-, Social Media- sowie crossmediale Strategien bietet TWT Design, Beratung, Entwicklung und Online-Marketing aus einer Hand. TWT versteht sich als langfristiger Partner bei der Weiterentwicklung und Neuausrichtung von Kommunikation, Marketing, Vertrieb und Service zur Erschließung gegebener Geschäfts- und Ertragspotenziale. Zu den Kunden zählen u.a. Metro, Otto, Street One, ZERO, Deutsche Bank, Praktiker, Blume 2000, 3M, Bosch, TÜV, Henkel, Bayer, Deutsche Telekom und TK Maxx.

TWT ist eine der führenden BVDW-Qualitätsagenturen und unterhält zahlreiche strategische, internationale Partnerschaften zu führenden Online-Unternehmen wie z.B. Google, Adobe und Facebook. TWT ist zertifizierter Ausbildungsbetrieb sowie Green Agency.

Pressekontakt:

Hans J. Even

Geschäftsführer

Telefon: +49 (0)211 – 601 601 20

E-Mail: presse@twtd.de