MDH Webseiten-Checkliste

V.: 14.08.2024

Umzug ☐
Neue Seite ☐
URL der Seite:
Ansprechpartner:
Fachberater:
Bearbeiter:
Beginn:
Onlinestellung:

Hinweise:

Prio = 1 (größter Hebel) bis **5** (rein optional) und ***A*** für Pflichtfeld

* = nur mit Zuarbeit von Partner möglich

Onboarding - Bevor die Seite gebaut wird: | Beispiel

Essenziell

- ☐ Partner informieren und Fragebogen ausfüllen lassen
- ☐ alte Sitemap wurde übertragen + Ablage auf R
  Übernimm die Links in eine Word Datei und speichere Sie dann im Partnerordner unter "Sitemap_xx-2023_XXXXXX_WS_alt"
- ☐ Partner hat Katalogliste bereit ausgefüllt
- ☐ Partnercenter: Adressverwaltung
- ☐ Partnercenter: Partnerverwaltung
- ☐ Partnercenter: Partnerseite
- ☐ Partnercenter: Pagebuilder
- ☐ Lighthouse Analyse der alten Seite (mobil + Desktop)

***wünschenswert (Voraussetzung für einzelne Komponenten)**

- ☐ Partner hat Referenzbilder bereitgestellt
- ☐ Partner hat Infos für Projekte/Fallstudie bereitgestellt
- ☐ Partner hat Kundenfeedback (schriftlich/Video) bereitgestellt
- ☐ Partner hat Angebote oder Aktionen bereitgestellt
- ☐ Partner hat Zertifikiate bereitgestellt
- ☐ Partner hat (DSGVO-konforme) Newsletterliste bereitgestellt
- ☐ Partner hat Mitarbeiterbilder/videos bereitgestellt
- ☐ Partner hat Standortbilder, Ausstellungsbilder oder Drohnenaufnahmen bereitgestellt

Design - Komponenten auf der Seite:

	Prio	Anmerkung	Beispiel
Standartelemente			
☐ kanonischer Homelink eingerichtet	***A***	Bearbeite die Weltkugel und unter SEO den kanonischen Link auf die "Home" Seite des Partners	
☐ Impressum eingerichtet	***A***		
☐ Datenschutz eingerichtet	***A***		
☐ Kontaktseite + (Karte) eingerichtet	***A***	im Formular nicht die Partneradresse vergessen!	
☐ Footer eingerichtet	***A***		
☐ CTA Icons - Secondary Navigation	***A***	Call to Actions	Info, Shoplink, Telefon, Mail,...
☐ Fixierter Button eingerichtet	1		
☐ FSC Logo auf Homepage	1	Nur auf Homepage!	
☐ Katalogseite eingerichtet	2		
☐ Blog Reiter überprüfen	4	Funktioniert nicht wenn noch nicht live	
☐ Lexikon eingerichtet	5		
Sektionen			
☐ Hero Header mit Kernaussage	***A***	Werteversprechen, Claim (Bsp. Boden verlegt in 2 Tagen)	
☐ CTA für Kontakt / Ansprechpartner / Beratung	***A***		
☐ Recruiting Teaser	****A***	optional - Führt zur Stellenanzeige bzw. Seite mit BW-Formular	
☐ Shop Teaser	****A***	wenn vorhanden	
☐ Produktsektion aus Shopware	****A***		
☐ Öffnungszeiten	***A***		
☐ Zentrale Kontaktdaten	***A***		
☐ Produkte auf Unterseiten verlinken	***A***	entweder deinFachmarkt Template oder bei eigenem Shop Link zu diesem verwenden!	https://www.heil-parkett.de/boden/holzspezi-boden
☐ Übersicht Hauptsortimente	1		
☐ USP, Alleinstellungsmerkmale, Wettbewerbsvorteile,..	*1	Wieso	
☐ Übersicht Service-Leistungen	*1	Teaser für Serviceseite, die dann alle Services	
☐ MDH Wasserzeichen - Wir sind Partner des	1	gut für MDH	
☐ Arbeitsweise definiert darstellen	*1	Verdeutlichen Herangehensweise (Aufmaß, Lieferung, Entsorgung etc.)	

Social Proof, Bewertungen, Review widget - Google, Uberall etc.	*1	Feedback von Kunden, Testimonials und Influencern.	
(Lieferanten)-Angebote & Aktionen	1		
Konfiguratoren (design-Studio, Terrassenplaner,....	2	MDH eigene Pflicht	
Zertifizierungen, Auszeichnungen, Erfolge....	*2	Ist das FSC Zertifikat noch relevant?	
Infotext / About us Teaser / Impressionen	*2		
Kundenbindungsmaßnahmen	*2	Rabatte, Newsletter Gutschrift, Discount, Treueboni...	
Referenzen - Case Studies und Leistungsnachweise	*2		
Good Will - Nachhaltigkeit und Charity	*2	- Zusätzliches unternehmerisches Engagement zur Verbesserung der Umwelt, Gesellschaft oder Community. - Kunden könnten dies wertschätzen und belohnen.	Wir spenden bei jedem....., Wir sind nachhaltig, weil,.....
Einführungs- bzw. Willkommenstext	3	Ansprache	
Redaktionelle MDH-Kampagne	3		
Newsletter	3		
Markenansicht	4	Bekannte und beliebte Marken die im Sortiment sind.	Makita, Bosch, Haro,....
Aktuelles und News	*4	- Teaser zur Newseite bzw Link zu Social Media	

SEO Optimierungen:	Prio	Anmerkung	Tools
Sichtbarkeitsindex auswerten	***A***	Top Keywords in jeweiligen Seiten nutzen	Sistrix / Semrush
Jede Seite hat einen SEO Titel + Beschreibung	***A***	Titel evtl. auch für H1	
Bilder haben Alt Text + Titel	***A***		
H Tags auf Hierarchie überprüfen	***A***		
URLs ab 3. Ebene auf wichtigste Keywords kürzen	***A***	aus .../bauen/gartenbau/zaun wird .../gartenbau/zaun	Bsp.: www.obi.de
neue Keywordchancen suchen	1	Fragebogen von Partner beachten	Sistrix / Semrush
Keywords auf der Seite werden intern verlinkt	1	z.B.: irgendwo im Text steht Parkett	
Analyticsdaten auswerten	3	Beliebte Seiten nach vorne	Google Analytics

Offboarding - nachdem die Seite online geht:	Anmerkung	Beispiel
Seite im alten System deaktivieren	Nur Stammseite (Weltkugel) Unterseiten bleiben eingeblendet auc hwg. Verlinkungen	
in der Analytics Property einen Vermerk machen	z.B.: LS Umzug in neues Systen	
Backend Tab soziale Medien - Bild einfügen (Text autom.)	Open Graph Daten	
Weiterleitungen einrichten	Nutze die Links der alten Sitemap (alte Sitemap sollte jetzt bereits auf R liegen)	
307-er Weiterleitungen vom Vorschauserver löschen		
Alte Katalogseite löschen	im Seitenbaum unter deinfachmarkt.com Seite löschen	
Social Media Post vorbereiten		
Prüfe den Google Tag Manager Code	gib der Marketingleitung Bescheid	
Lighthouse Analyse der neuen Seite (mobil + Desktop)	Und das Ergebnis wieder im Partnerordner speichern	
schreibe dem Partner und dem Berater eine Mail		
Prüfe und akt. Daten in uberall	(Kontaktdaten aktuell, Labels - Angaben nach Paket korrekt ausgewählt, holzSpezi-Produkte in korrekten Schreibweise	
Sitemap bei der Searchconsole einreichen wenn nötig		

hier klicken -> **Formular absenden**