

Schwerpunkt | Content Management

Schnelligkeit ist keine Hexerei

Content Management ist das Schlagwort, wenn es um Homepage-Auftritte geht. Die Anforderungen an solche Systeme sind schnell genannt: Inhalte sollen zügig und möglichst einfach auf die Homepage gelangen. Idealerweise weisen aussagekräftige Auswertungen aus, wer sich wann wie intensiv über welche Angebote auf der Homepage informiert hat. Dass dies ohne die Inanspruchnahme von Entwicklung gehen kann, ist vielen Unternehmen nicht bekannt.

Ingrid Kreitmeier und Bettina Rady

MONTAG morgen, 8:00 Uhr, Marketingbesprechung: „Im nächsten Jahr haben wir verschiedene Veranstaltungen geplant: Die CeBIT 2004 in Hannover, unseren Kundentag als Tag der offenen Tür und mehrere Workshops bei uns im Hause. Alle diese Themen benötigen die entsprechende Vorbereitung und das richtige Konzept für die Öffentlichkeitsarbeit.

Ach ja, lassen Sie uns aus Fehlern lernen und uns frühzeitig die Aufträge für die Homepage anstoßen. Sie wissen ja - hier müssen wir einen entsprechenden Vorlauf einkalkulieren, damit die Werbeagentur genügend Zeit hat, die Grafiken, Logos und Texte auf unserer Homepage zu integrieren. Und auch wir müssen genügend Zeit haben, dies zu prüfen.

Wer von Ihnen übernimmt die Konzeption und Betreuung welcher Veranstaltung?" ...

Ein typisches Beispiel für die Planung von Marketingaktivitäten. Besonders Augenmerk findet dabei häufig der Auftritt im Internet. Der Weg vom Erstellen eines Textes bis hin zur Veröffentlichung auf der Unternehmens-Homepage, der von mehreren Ausführenden begleitet wird, ist vielfach lang, Zeit raubend und voller Missverständnisse.

Trennung von Inhalt und Layout

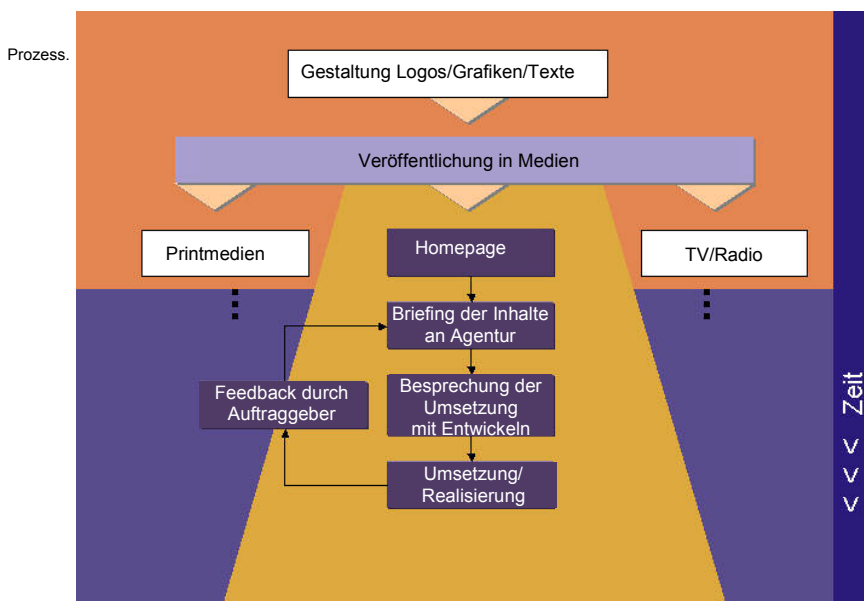
Die inhaltliche Formulierung und Gestaltung der Texte bildet unverrückbar die Domäne der Kreativen. Was die sich anschließende technische Umsetzung angeht, liegen jedoch erhebliche Potenziale zur Einsparung von Zeit und Kosten.

Besorgten bisher die Umsetzung der Inhalte für die Homepage Agenturen, die Entwickler für das Programmieren beauftragten, übernimmt heute das Content Management diese Aufgabe. Genau darin besteht die Stärke dieser Systeme. Trennung von Inhalt und Layout reduziert Kosten und gibt dem inhaltlich Verantwortlichen die Souveränität über den Prozess zurück.

Dies kommt den Bereichen zu gute, die für die jeweiligen Inhalte verantwortlich sind: Unternehmenskommunikation, Marketing, Vertrieb, Personal, dezentrale Einheiten. Ein ausgeklügeltes, aber leicht zu verstehendes Rollenkonzept ermöglicht ihnen den direkten Zugriff auf das CRM, wo sie die Inhalte, aber auch Bilder und Links eingeben und pflegen und deren Veröffentlichungszeiträume über Freigaben steuern können. Dies selbstverständlich unbehelligt von technischen Fragestellungen, da die Prozesse der Formatierung, Layoutgestaltung und Freischaltung durch das Content-Management-System vorgenommen werden.

Technisch betrachtet basiert das hier beschriebene CMS auf einer Notes-Applikation. Konfiguration, Teilnehmerberechtigung und Rollen werden über die Notes-seitigen Elemente gesteuert. Um Inhalte von Notes-Datenbanken webfähig anzuzeigen, werden maßgeblich die Browser-Eigenschaften von Notes/Domino genutzt. Die Konvertierung der Inhalte erfolgt on the fly, wenn die Content-Verantwortlichen Inhalte pflegen und sich diese über die applikationsinterne Vorschau anzeigen lassen. Je nach Größe und Komplexität des Unternehmens sind sehr einfache oder auch umfangreichere Topologien erforderlich, um die Inhalte auf die Homepage zu führen. In den meisten Fällen steuert eine Datenpumpe zwischen der internen Datenbank und der Datenbank auf der Homepage den Veröffentlichungsprozess. Eine Veröffentlichung innerhalb weniger Minuten nach Freigabe ist üblich, mit Spezialfunktionen können mit sofortiger Wirkung Veröffentlichungen freigegeben oder zurückgezogen werden.

Wesentlich ist, dass der Zeitpunkt der Veröffentlichung auf der Homepage vom Verantwortlichen bestimmbar und nicht mehr von äußeren Faktoren ab-



Schwerpunkt | Content Management

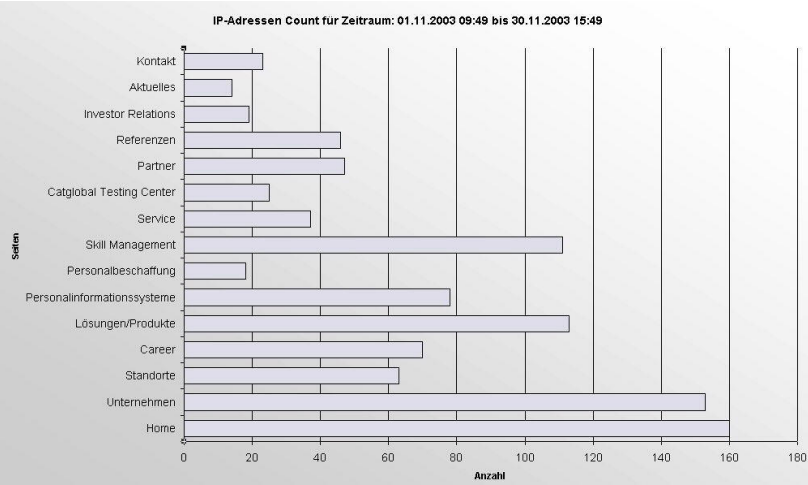
hängig ist. Damit die richtigen Texte zur richtigen Zeit veröffentlicht werden, steuert ein differenzierter Freigabeprozess die Veröffentlichung. Dabei können Inhalte von mehreren Personen bearbeitet und von einer verantwortlichen Person geprüft und freigegeben werden. Die Homepage enthält so immer Texte, die mehrfach geprüft sind.

Die Nutzenpotenziale

Das Schlagwort Corporate Design ist für Unternehmen oberste Richtlinie bei Auftritten in der Öffentlichkeit. Ausführliche Richtlinien, die so genannten „Styleguides“, legen die Gestaltung und Rahmenbedingungen für jegliche Auftritte eines Unternehmens fest. So auch für den Internetauftritt. Gerade hier besteht die Herausforderung für ein Content-Management-System: Die Umsetzung und die Aktualisierung von Inhalten stellt die Entwickler immer wieder vor die gleichen Fragen „Wie war doch gleich die Schriftgröße und Farbe für Links des Homepage-Auftritts?“, „Was für ein Farbcode hatte das Orange und das Blau für den Hintergrund?“ „Welche Abstände muss die Tabelle zum Seitenrand haben?“

Warum umständlich in Nachschlagewerken immer wieder nach den gleichen Informationen suchen, wenn man sie einmal an zentraler Stelle im System hinterlegen und sofort nutzen kann? Mir Hilfe einer ausgeklügelten Konfiguration kann zum Beispiel das CMS von HR Solutions perfekt an das Corporate Design eines Unternehmens angepasst werden. An zentraler Stelle wird einmal der gesamte Styleguide eines Unternehmens definiert - ohne das Entwicklerkenntnisse notwendig sind. RGB-Farbcodes für die Farbbestimmung und die Angabe von Schriftgrößen für Überschriften, normalen Text und Links werden in Punkten angegeben, um nur einige wenige Beispiele für das Festlegen von Rahmenbedingungen zu nennen.

Basierend auf diesen Angaben können beliebig viele Seiten im richtigen Erscheinungsbild erstellt werden, ohne jedesmal erneut nach den Vorgaben zu suchen. Die durchgängige Gestaltung der verschiedenen Seiten ist damit jederzeit garantiert. Neugestaltung und komplette Neueinführungen von Homepages werden oft als



Hit-Auswertung

sehr aufwändig begriffen und mit hohen Kosten in Verbindung gebracht. Gerade für kleinere und mittlere Unternehmen ist hier interessant, dass mit Hilfe eines Content-Management-Systems die Gestaltung eines Internetauftritts innerhalb von Stunden aufgebaut und im Internet veröffentlicht werden kann. Die Grundlagen sind bereits durch die einmalige Konfiguration gegeben. Diese sorgfältige Vorbereitung der "einzelnen Bestandteile der Homepage bildet die solide Grundlage für den Internetauftritt. Für die Inhalte können dann bestehende Marketingtexte verwendet werden. Bei Bedarf werden diese geändert oder neu erstellt.

„Kennen Sie eigentlich die Besucher auf Ihrer Homepage ? Wissen Sie, welche Unternehmen sich für Ihr Angebot interessieren? Wissen Sie, wie viele es sind?“

Personalisierung heißt das Zauberwort. „Bei allen unseren Lösungen setzen wir konsequent auf die Nutzenpotenziale für ein Unternehmen. Ein Content-Management-System soll zeigen, wer sich für welche Seiten interessiert. Das Content-Management-System von HR Solutions erstellt täglich einen automatisierten Report, der die Anzahl der besuchten Seiten pro IP-Besucheradresse ausweist. So können wir vielfach die Anfragen von Interessenten vorwegnehmen. Ein unschlagbarer Vorteil für den Vertrieb.“

Selbstverständlich sind Reports interessant, die die Zahl der Besucher auf der gesamten Homepage oder in einzelnen Bereichen ausweisen. Bei der Entscheidung zugunsten

eines Content-Management-Systems spielt diese strategische Einsatzmöglichkeit eine große Rolle. Das heißt, Hit-Auswertungen zeigen in grafischer und tabellarischer Form, welche EP-Adresse wann wie oft und wie lange auf die Homepage zugegriffen hat. Dabei wird ausgewiesen, welche Themen besonders interessant für den Besucher waren, um damit ein Besucherprofil zu generieren. Für künftige Einladungen zu Veranstaltungen oder auch für vertriebliche Ansprachen sind dies sehr wertvolle Informationen; sie erschließen ein neues Potenzial in der Ansprache von Interessenten und Neukunden.

Besonders interessant zu beobachten sind die Aktivitäten auf der Homepage nach Marketingaktionen wie Messen oder Mailings. Hier gibt die Hit-Auswertung Aufschluss darüber, wie erfolgreich eine solche Aktion war.

Fazit

Content Management kann langwierige Prozesse beim Erstellen, Veröffentlichen und Aktualisieren von Internetauftritten vereinfachen und erheblich beschleunigen. Die Kosten und der Aufwand, die bei der Einführung eines CMS entstehen, sind durch die enormen Zeitersparnisse und auch die Kosteneinsparungen, die durch das Vermeiden des Einsatzes von Agenturen und Entwicklern entstehen, schon nach kurzer Zeit amortisiert. Das Unternehmen selbst glänzt mit stets aktuellen Internetauftritten und neuesten Informationen. Maßgeblich hierfür ist die einmalige sorgfältige Definition der Rahmenbedingungen.

URL: www.hr-solutions.de