

Dan M. Brown

Konzeption und Dokumentation erfolgreicher Webprojekte

Design und Planung von Websites
strukturiert erstellen, dokumentieren und präsentieren



mitp

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie. Detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-8266-5507-4

1. Auflage 2009

Alle Rechte, auch die der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie, Mikrofilm oder einem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden. Der Verlag übernimmt keine Gewähr für die Funktion einzelner Programme oder von Teilen derselben. Insbesondere übernimmt er keinerlei Haftung für eventuelle aus dem Gebrauch resultierende Folgeschäden.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Authorized translation from the English language edition, entitled COMMUNICATING DESIGN: DEVELOPING WEB SITE DOCUMENTATION FOR DESIGN AND PLANNING, 1st Edition, 0321392353 by BROWN, DAN, published by Pearson Education, Inc, publishing as New Riders, Copyright © 2007 by Daniel M. Brown

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from Pearson Education, Inc. German language edition published by mitp-Verlag, Verlagsgruppe Hüthig Jehle Rehm GmbH, Copyright © 2009

Printed in Germany

© Copyright 2009 by mitp-Verlag

Verlagsgruppe Hüthig Jehle Rehm GmbH

Heidelberg, München, Landsberg, Frechen, Hamburg

www.it-fachportal.de

Lektorat: Sabine Schulz

Sprachkorrektorat: Petra Heubach-Erdmann

Satz: III-satz, Husby, www.drei-satz.de

*Für Richard und Zora, die mich zu einem Kommunikator mit Sinn fürs
Lehren erzogen haben.*

*Und besonders für Sarah, die mich dazu inspiriert, bei allem, was ich anfangen,
besser zu sein.*

Inhaltsverzeichnis

	Über den Autor	13
	Vorwort	15
	Danksagungen	18
I	Einführung	21
I.1	Die zehn Deliverables	22
I.2	Informationskategorien in Deliverables	23
I.3	Einige Annahmen	24
I.3.1	Das Projektteam	24
I.3.2	Die Methode	25
I.3.3	Die Kultur	26
I.4	Allgemeiner Prozess zur Erstellung eines Diagramms	27
I.5	Allgemeine Tipps für die Präsentation von Deliverables	28
Teil I	Anforderungsdokumente	33
2	Personas	35
2.1	Personas auf einen Blick	36
2.1.1	Mögliche Probleme	40
2.2	Personas erstellen	40
2.2.1	Kategorie 1: Wesentliche Informationen	40
2.2.2	Kategorie 2: Ergänzende Informationen	43
2.2.3	Kategorie 3: Optionale Informationen	44
2.2.4	Personas erstellen: Die Grundlagen	46
2.2.5	Personas abrunden: Einige Tipps	53
2.2.6	Personas kugelsicher machen	56
2.3	Personas präsentieren	59
2.3.1	Der Zweck des Meetings	59
2.3.2	Meetings strukturieren	61
2.3.3	Womit Sie in einer Präsentation rechnen müssen	64

2.4	Personas im Kontext	65
2.4.1	Personas mit anderen Dokumenten verwenden	65
2.4.2	Das große Ganze: Warum Personas wichtig sind	69
3	Usability-Testplan	71
3.1	Testpläne auf einen Blick	71
3.1.1	Mögliche Probleme	73
3.2	Testpläne erstellen	74
3.2.1	Kategorie 1: Wesentliche Elemente	74
3.2.2	Kategorie 2: Ergänzender Hintergrund	76
3.2.3	Kategorie 3: Zusätzliche Details	80
3.2.4	Einen Testplan vorbereiten: Die Grundlagen	81
3.2.5	Testpläne sicher machen	84
3.2.6	Risiken bei der Erstellung von Testplänen	84
3.3	Testpläne präsentieren	85
3.3.1	Der Zweck des Meetings	85
3.3.2	Die Struktur des Meetings	86
3.3.3	Präsentationsrisiken	87
3.4	Testpläne im Kontext	88
3.4.1	Einen Testplan mit anderen Dokumenten verwenden	88
3.4.2	Die Zukunft der Usability-Tests	90
4	Usability-Berichte	93
4.1	Usability-Berichte auf einen Blick	93
4.1.1	Mögliche Probleme	95
4.2	Usability-Berichte erstellen	96
4.2.1	Kategorie 1: Für den ungeduldigen Designer	96
4.2.2	Kategorie 2: Ein freundlicheres Dokument	99
4.2.3	Kategorie 3: Mehr Kontext	101
4.2.4	Den Bericht zusammenstellen: Grundlagen	104
4.2.5	Risiken bei der Erstellung von Usability-Berichten	112
4.3	Usability-Berichte präsentieren	114
4.3.1	Der Zweck des Meetings	114
4.3.2	Die Struktur des Meetings	115
4.3.3	Präsentationsrisiken	116
4.4	Usability-Berichte im Kontext	118
4.4.1	Ein Usability-Bericht und andere Dokumente	118
4.4.2	Die Benutzer verstehen	120

Teil II	Strategie-Dokumente	123
5	Wettbewerbsanalyse	125
5.1	Wettbewerbsanalysen auf einen Blick	126
5.1.1	Mögliche Probleme	129
5.2	Wettbewerbsanalysen erstellen	129
5.2.1	Kategorie 1: Grundlagen des Wettbewerbs	129
5.2.2	Kategorie 2: Härterer Wettbewerb	135
5.2.3	Kategorie 3: Zusätzliche Details	136
5.2.4	Wettbewerbsanalyse: Grundlagen	136
5.2.5	Tipps für eine effiziente Analyse	140
5.3	Wettbewerbsanalysen präsentieren	143
5.3.1	Der Zweck des Meetings	143
5.3.2	Die Struktur des Meetings	144
5.3.3	Präsentationsrisiken	146
5.4	Wettbewerbsanalysen im Kontext	148
5.4.1	Wettbewerbsanalysen und andere Dokumente	148
5.4.2	Den Wettbewerb anerkennen	150
6	Konzeptmodell	151
6.1	Konzeptmodelle auf einen Blick	152
6.1.1	Mögliche Probleme	155
6.2	Konzeptmodelle erstellen	156
6.2.1	Kategorie 1: Wesentliche Informationen	156
6.2.2	Kategorie 2: Ergänzende Informationen	158
6.2.3	Kategorie 3: Optionale Informationen	160
6.2.4	Grundlagen der Konzeptmodellierung	161
6.2.5	Tipps zur Konzeptmodellierung	164
6.2.6	Fallstricke bei der Konzeptmodellierung	167
6.3	Konzeptmodelle präsentieren	170
6.3.1	Der Zweck des Meetings	170
6.3.2	Die Struktur des Meetings	171
6.3.3	Präsentationsrisiken	174
6.4	Konzeptmodelle im Kontext	175
6.4.1	Konzeptmodelle und andere Dokumente	175

7	Content-Verzeichnis	179
7.1	Content-Verzeichnisse auf einen Blick	180
	7.1.1 Mögliche Probleme	182
7.2	Content-Verzeichnisse erstellen	182
	7.2.1 Kategorie 1: Wesentliche Informationen	182
	7.2.2 Kategorie 2: Ergänzende Informationen	183
	7.2.3 Kategorie 3: Optionale Informationen	188
	7.2.4 Ein umfangreiches Projekt anstoßen	191
	7.2.5 Content-Verzeichnisse in kleinen Happen	194
	7.2.6 Fallstricke bei Content-Verzeichnissen vermeiden	197
7.3	Content-Verzeichnisse präsentieren	199
	7.3.1 Der Zweck des Meetings	199
	7.3.2 Die Struktur des Meetings	201
	7.3.3 Präsentationsrisiken	202
7.4	Content-Verzeichnisse im Kontext	203
	7.4.1 Content-Verzeichnisse und andere Dokumente	203
	7.4.2 Die Zukunft der Content-Verzeichnisse	206

Teil III Design-Dokumente 207

8	Sitemaps	209
8.1	Sitemaps auf einen Blick	209
	8.1.1 Mögliche Probleme	212
8.2	Sitemaps erstellen	213
	8.2.1 Kategorie 1: Kästen, Pfeile und sonst wenig	213
	8.2.2 Kategorie 2: Seiten und Links detaillieren	216
	8.2.3 Kategorie 3: Weiteren Kontext etablieren	219
	8.2.4 Mögliche Probleme bei Sitemaps vermeiden	226
8.3	Sitemaps präsentieren	228
	8.3.1 Die Agenda festlegen	228
	8.3.2 Einführung und Überblick	228
	8.3.3 Feedback und Brainstorming	229
	8.3.4 Buy-in und Abnahme	230
	8.3.5 Meetings strukturieren	230
	8.3.6 Wenn Maps in die falsche Richtung führen	232
8.4	Sitemaps im Kontext	234
	8.4.1 Sitemaps mit anderen Dokumenten verwenden	234
	8.4.2 Die ungewisse Zukunft der Sitemaps	236

9	Flowcharts	237
9.1	Flowcharts auf einen Blick	239
9.1.1	Mögliche Probleme	241
9.2	Flowcharts erstellen.	242
9.2.1	Kategorie 1: Wesentliche Elemente.	242
9.2.2	Kategorie 2: Ergänzende Elemente.	245
9.2.3	Kategorie 3: Optionaler Kontext	249
9.2.4	Flowcharts: Die Grundlagen	250
9.3	Flowcharts präsentieren	257
9.3.1	Der Zweck des Meetings	258
9.3.2	Die Struktur des Meetings.	260
9.3.3	Risiken des Meetings	263
9.4	Flowcharts im Kontext	265
9.4.1	Flowcharts und Anforderungs-Dokumente.	265
9.4.2	Flowcharts und Strategie-Dokumente	266
9.4.3	Flowcharts und andere Design-Dokumente	268
9.4.4	Prozesse auf vielen Ebenen	270
10	Wireframes	273
10.1	Wireframes auf einen Blick	273
10.1.1	Mögliche Probleme	276
10.2	Wireframes erstellen.	278
10.2.1	Kategorie 1: Wesentliche Informationen	278
10.2.2	Kategorie 2: Ergänzende Informationen	281
10.2.3	Kategorie 3: Optionale Informationen	286
10.3	Wireframes präsentieren	304
10.3.1	Der Zweck des Meetings	304
10.3.2	Wireframes-Meetings richtig strukturieren.	308
10.3.3	Risiken: Missverständnisse vermeiden	310
10.4	Wireframes im Kontext.	313
10.4.1	Beziehung zu anderen Deliverables	313
10.4.2	Die Bedeutung der Wireframes	316
11	Screen Designs	319
11.1	Screen Designs auf einen Blick	319
11.1.1	Mögliche Probleme	321
11.2	Screen Designs erstellen.	322
11.2.1	Kategorie 1: Die Gliederung der Story	323
11.2.2	Kategorie 2: Erfahrungskontext und Begründungen	324

II.2.3	Kategorie 3: Geschäftskontext und Begründungen	328
II.2.4	Screen Designs zusammenstellen: Die Grundlagen	329
II.2.5	Die Geschichte ausschmücken	330
II.2.6	Worauf Sie achten müssen	332
II.3	Screen Designs präsentieren	334
II.3.1	Der Zweck des Meetings	334
II.3.2	Die Struktur des Meetings	338
II.3.3	Designs präsentieren: Die emotionale Achterbahn	342
II.4	Screen Designs im Kontext.	344
II.4.1	Screen Designs und Anforderungs-Dokumentationen	344
II.4.2	Screen Designs und Strategie-Dokumentationen	345
II.4.3	Screen Designs und andere Design-Dokumente	345
II.4.4	Seiten-Design in einer Welt ohne Seiten – verschwinden jetzt die Seiten?	346
	Stichwortverzeichnis	349