

Inhaltsverzeichnis

TEIL I		
DIE WELT DES WEB-PROJEKTMANAGERS		1
1 Grundlagen		3
1.1 Prinzipien des Projektmanagements		4
1.1.1 Die Macht des Wandels im Web		5
1.1.2 Parallele Entwicklung von Web-Projekten		6
1.1.3 Für Web-Arbeit sind zahlreiche Fertigkeiten nötig		7
1.2 Rollen und Verantwortlichkeiten des Web-Projektmanagers		8
1.2.1 Wissen		9
1.2.2 Kommunikation		9
1.2.3 Dokumentation		10
1.2.4 Qualitätskontrolle		10
1.2.5 Entwicklung		10
1.3 Wo beginnt und endet die Verantwortung des Projektmanagers?		11
1.4 Die Attribute eines guten Projektmanagers		11
1.5 Warum es sich lohnt, Web-Projektmanager zu sein		13
1.6 Die Zusammensetzung eines Web-Entwicklungsteams		17
1.6.1 Die Entwicklung von Web-Entwicklungsteams		17
1.6.2 Die Fähigkeiten, die in einem Web-Entwicklungsteam notwendig sind		19
1.6.3 Teamstruktur		20
1.6.4 Rollen und Verantwortlichkeiten		21
1.7 Es war einmal		31
1.8 Zusammenfassung		31

TEIL II		33
METHODE		
2	Eine Web-Projektmethode	35
2.1	Warum es so wichtig ist, eine Methode zu haben	35
2.2	Verschiedene Methoden für verschiedene Zwecke	37
2.3	Zusammenfassung	39
3	Die Roadmap des Projekts	41
3.1	Phasen und Arbeitsschritte	41
3.1.1	Überblick über Phase 1: Planung	42
3.1.2	Überblick über Phase 2: Produktion	44
3.1.3	Überblick über Phase 3: Pflege	45
3.1.4	Überblick über Phase 4: Evaluierung	45
3.2	Das einzelne Projekt als Teil einer positiven Entwicklungsspirale	46
3.3	Team-Workflow während der Projektschritte	48
3.4	Die Kompetenzen und Aufgaben des Projektmanagers	49
3.5	Zusammenfassung	52
4	Schritt 1: Projektklärung	53
4.1	Wo der Projektmanager ins Spiel kommt	55
4.2	Warum es so wichtig ist, dass ein ranghoher Angestellter das Projekt unterstützt	56
4.3	Die Chancen während dieses Stadiums	57
4.4	Entdecken, Verfeinern, Definieren	59
4.4.1	Entdecken	59
4.4.2	Verfeinern	60
4.4.3	Definieren	60
4.5	Betriebswirtschaftliche Anforderungen	61
4.6	Kreative Voraussetzungen	64
4.7	Technische Voraussetzungen	65
4.8	Content-Voraussetzungen	67
4.9	Das Projektbriefing	68
4.10	Budgets, Zeitpläne und Personal	69
4.11	Zusammenfassung	72

5	Schritt 2:	
	Lösungsdefinition	73
5.1	Die Rolle des Projektmanagers	74
5.1.1	Engagieren von Consultants	74
5.1.2	Wie die Angebotserstellung in die Planungsphase passt	75
5.1.3	Definieren Sie, wie Sie das Projekt durchführen	75
5.1.4	Eine Gelegenheit zum Lernen	76
5.2	Eine Web-Strategie definieren	76
5.2.1	Darstellung der strategischen Ziele	77
5.2.2	Entwicklung eines Business Case	77
5.2.3	Entwicklung eines Geschäftsmodells	78
5.2.4	Entwicklung eines Web-Konzepts	78
5.2.5	Erfordernisse bei Implementierung und Organisation	78
5.2.6	Ein Beispiel für eine Web-Strategie	79
5.3	Die kreative Lösung	81
5.3.1	Das kreative Umfeld	81
5.3.2	Brainstorming	81
5.3.3	Entwicklung der Marke	82
5.3.4	Das Look and Feel	83
5.3.5	Der Tonfall und der redaktionelle Stil	83
5.4	Die technische Lösung	84
5.4.1	Beim technischen Fortschritt auf dem Laufenden bleiben	84
5.4.2	Die Verantwortlichkeiten des Teams für die technische Lösung	85
5.5	Die Content-Lösung	86
5.5.1	Zusammenarbeit mit einem externen Content-Provider	86
5.5.2	Die Wichtigkeit des Content-Formats	87
5.5.3	Stellen Sie sicher, dass der Content für den Web-Einsatz tauglich ist	87
5.5.4	Beginnen Sie früh mit der Content-Erzeugung und -Vorbereitung	88
5.5.5	Definition von redaktionellen Prozeduren und Aktualisierungsmechanismen	88

5.6	Die Projektmanagementlösung	88
5.6.1	Beziehen Sie das Implementierungsteam ein	89
5.6.2	Halten Sie regelmäßig Meetings ab	89
5.6.3	Teamvereinbarungen, Kontaktpunkte, Organisationsstrukturen und der Freigabeprozess	89
5.6.4	Gestalten Sie das Arbeitsumfeld	90
5.6.5	Vereinbarungen	91
5.6.6	Pläne für Fallback und Recovery	91
5.6.7	Personalplanung	91
5.7	Zusammenfassung	92
6	Schritt 3:	
	Projektspezifikation	93
6.1	Die Wichtigkeit der Projektspezifikation	94
6.1.1	Die Bedeutung für das Team	94
6.1.2	Die notwendige Arbeit	94
6.1.3	Die notwendigen Kosten	95
6.1.4	Verträge	96
6.2	Der Inhalt des Projektspezifikationsdokuments	96
6.2.1	Versionskontrolle	97
6.2.2	Verteiler	97
6.2.3	Inhaltsverzeichnis	98
6.2.4	Einleitung	98
6.2.5	Projektziele	99
6.2.6	Erfolgskriterien	99
6.2.7	Die Sitemap	101
6.2.8	Die funktionale Spezifikation	102
6.2.9	Die technische Spezifikation	103
6.2.10	Der Content-Plan	112
6.2.11	Marketing	113
6.2.12	Qualitätssicherung und Tests	114
6.2.13	Updates und Pflege	115
6.2.14	Kritischer Pfad	116
6.2.15	Budget	119
6.2.16	Anhang	125
6.3	Zusammenfassung	132

7	Schritt 4:	
	Content	133
7.1	Einführung zum Arbeitsschritt Content	134
7.2	Verantwortlichkeiten des Projektmanagers	135
7.3	Content beschaffen	135
7.3.1	Erstellung und Abonnierung von Content	136
7.3.2	Kostenloser Content und Gratis-Funktionalitäten	136
7.3.3	Umarbeitung von Content	136
7.3.4	Content aus Archiven und Bestandsmaterial	137
7.4	Der Umgang mit Content-Providern	138
7.5	Content-Formate	139
7.5.1	Bemerkungen zu Text	140
7.5.2	Bemerkungen zu Bildern	141
7.5.3	Bemerkungen zu Audio	143
7.5.4	Bemerkungen zu Video	144
7.6	Content-Übermittlung	146
7.6.1	Briefpost und E-Mail	146
7.6.2	ISDN	146
7.6.3	HTTP und FTP	147
7.6.4	Zippen und Stoffen	147
7.7	Umgang mit Materialien	147
7.7.1	Dateistrukturen	148
7.7.2	Datenbanken	148
7.7.3	Überblick über die Content-Situation	149
7.7.4	Viren	149
7.7.5	Sicherheitskopien	150
7.8	Betreuung von Textern	150
7.8.1	Die Probleme von Textern	150
7.8.2	Wie man Textern helfen kann	150
7.8.3	Dem Kunden Text präsentieren	152
7.8.4	Konstruktive Kritik	152
7.9	Erstellung des Storyboards	152
7.9.1	Was Storyboards enthalten sollten	153
7.9.2	Methoden der Storyboard-Erstellung	153

7.10	Content-Management-Systeme	154
7.10.1	Trennung zwischen Content und Präsentation	154
7.10.2	Customer Relationship Management	155
7.10.3	Anmerkungen zu CMS	155
7.11	Zusammenfassung	157
8	Schritt 5:	
	Design und Realisierung	159
8.1	Vorausplanung	160
8.1.1	Was bei der Vorausplanung Priorität erhalten sollte	160
8.1.2	Den Server aufsetzen	161
8.2	Meetings	162
8.2.1	Die Wichtigkeit von Meetings	162
8.2.2	Ein Format für effektive Meetings	164
8.2.3	Kick-off-Meetings	165
8.3	Das Team instruieren	166
8.3.1	Wann man Briefings vorbereitet	166
8.3.2	Briefing-Meetings	167
8.3.3	Umfang des Briefings	167
8.3.4	Inhalt des Briefings	168
8.3.5	Briefing über Veränderungen	168
8.4	Arbeitsumgebung	169
8.4.1	Arbeitsort des Teams	169
8.4.2	Tools und Materialien	170
8.4.3	Management- und Berichtsstrukturen	170
8.4.4	Die Entwicklungsumgebung	171
8.5	Betreuung des Teams	173
8.5.1	Reden Sie über sich	173
8.5.2	Verstehen Sie deren Tätigkeiten	174
8.5.3	Mitnahme zu Kundenmeetings	175
8.5.4	Workflow	175
8.5.5	Probleme lösen	176
8.5.6	In Kontakt bleiben	176
8.6	Work in Progress	177
8.6.1	Über WIP berichten	177
8.6.2	WIP vorzeigen	178

8.7	Freigabe	180
8.7.1	Ohne Freigabe kann es gefährlich werden	181
8.7.2	Wie man die Freigabe erhält	181
8.8	Change-Management	182
8.8.1	Beurteilen, wann eine Veränderung gravierend ist	182
8.8.2	Change-Request-Formulare	182
8.8.3	Mit den Erwartungen des Kunden umgehen	183
8.9	Dokumentation	184
8.10	Erstellung von Prototypen	185
8.10.1	Marktforschung	185
8.10.2	Verschiedene Ansätze bei der Prototypenerstellung	185
8.10.3	Formen der Prototypenerstellung	187
8.11	Troubleshooting	188
8.11.1	Kümmern Sie sich um Probleme, ehe sie zu Problemen werden	188
8.11.2	Nutzen Sie Probleme zu Ihrem Vorteil	188
8.11.3	Sprechen Sie über das Problem	189
8.11.4	Warum hat der Kunde ein Problem, das Sie nicht haben?	190
8.12	Zusammenfassung	191
9	Schritt 6: Testen, Launch und Übergabe	193
9.1	Testen	194
9.1.1	Die Wichtigkeit des Testens vermitteln	195
9.1.2	Unterschiedliche Arten von Tests	196
9.2	Launch	204
9.3	Übergabe	207
9.4	Zusammenfassung	208
10	Schritt 7: Pflege	211
10.1	Input vom Projektmanager	212
10.2	Wer im Pflgeteam sein sollte	212
10.3	Wie die Site gepflegt werden sollte	214

10.4	Service-Level Agreements	215
10.4.1	Inhalt des SLA	215
10.4.2	Aufgaben des internen Update-Teams des Kunden	216
10.4.3	Laufende Aufgaben des Web-Entwicklungsteams	217
10.4.4	Verpflichtung zu Meetings	217
10.4.5	Kontrolle des Site-Zugangs	217
10.4.6	Kündigungsfristen	218
10.4.7	Schulungen und Weiterbildung	218
10.4.8	Response-Zeiten, Fehlerbehandlung und Lösungsprozeduren	219
10.4.9	Datenspeicherung und Site-Wiederherstellung	220
10.4.10	Besitz und Gebrauch von Daten	221
10.4.11	Projektdokumentation	222
10.4.12	Performance-Überwachung/Managementberichte	222
10.4.13	Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern	223
10.4.14	Software- und Hardware-Upgrades	223
10.4.15	Pflegeteam	223
10.4.16	Kosten	224
10.5	Zusammenfassung	225
11	Schritt 8:	
	Überprüfung und Bewertung	227
11.1	Der Beitrag des Projektmanagers	228
11.2	Die Projektüberprüfung	229
11.3	Der Wert der Evaluierung	230
11.3.1	Die Messung des ROI	231
11.3.2	Steigerung des ROI	231
11.3.3	Entscheidungshilfen	232
11.3.4	Einhaltung von Standards	232
11.4	Quantitative Maße und Analyse	233
11.5	Qualitative Maße und Analyse	241
11.6	Zusammenfassung	242

TEIL III	
CASE STUDY	245
12 Reality Bytes	247
12.1 Projekthintergrund und -überblick: www.channel5.co.uk	248
12.1.1 Projektabklärung	251
12.1.2 Lösungsdefinition	255
12.1.3 Projektspezifikation	261
12.1.4 Content	268
12.1.5 Design und Realisierung	274
12.1.6 Test, Launch und Übergabe	279
12.1.7 Pflege	285
12.1.8 Überprüfung und Bewertung	291
12.2 Zusammenfassung	295
ANHANG	
A Ressourcen	301
A.1 Nützliche URLs	302
A.2 News und Informationen	303
A.3 Studien	304
A.4 Software	307
A.4.1 Freeware, Shareware und Software-Quellen	307
A.4.2 Besucheranalyse	307
A.4.3 Eintragung in Suchmaschinen	308
A.4.4 Projektmanagement	309
A.4.5 Performance-Analyse	309
A.4.6 Andere nützliche Ressourcen	310
A.4.7 Suche	311
B Empfohlene Literatur	313
Stichwortverzeichnis	315