

Was kurz vor dem Startschuss noch wichtig ist

Checkliste für den Go-Live im E-Commerce

Wenn der Go-Live eines E-Commerce-Projektes näher rückt, ist meist noch vieles zu bedenken und zu entscheiden. Leider fallen diese letzten Vorbereitungen in eine Zeit, in der erfahrungsgemäß der Stresslevel ohnehin steigt. Da wird schnell noch Content für die Website nachgeliefert, das Frontend benötigt letzte Detailanpassungen, und vielleicht ist es sogar nötig, noch weitere Bezahlarten zu integrieren und die Cross-Selling-Regeln zu verfeinern. Kurz: In der Zeit vor dem Livegang herrscht meist maximale Hektik. Leider steigt dadurch die Gefahr, dass das eine oder andere grundlegende To-do in den Hintergrund gerät.

Die folgende Checkliste soll dazu beitragen, dass genau das nicht passiert. Sie soll die Qualitätssicherung vor dem Launch des E-Commerce-Projektes unterstützen. Diese Liste stellt die unverzichtbaren Basics im Rahmen von sechs Aufgabenkomplexen dar. Sie erhebt dabei natürlich nicht den Anspruch, absolut alles abzudecken, denn E-Commerce-Projekte sind meist sehr komplex und die genauen Anforderungen unterscheiden sich immer von Projekt zu Projekt. Dennoch kann Ihnen diese Checkliste dabei helfen, die grundlegenden Anforderungen im Auge zu behalten – auch in der hektischen Zeit vor dem Go-Live.



1. Spielen Sie die Testfälle durch

- Sich mit Testfällen auseinanderzusetzen und sie durchzuspielen, ist im Grunde eine Aufgabe, die man sehr früh und deutlich vor dem Livegang des E-Commerce-Projektes angehen muss. Dennoch: Es ist unverzichtbar zu eruieren, ob Ihre Kunden die Funktionen auch so nutzen können wie beabsichtigt.

- Arbeiten Sie die verschiedenen Testfälle für das Frontend und das Backend aus. Die höchste Priorität haben dabei die Workflows und USPs, die für die intendierten Kunden am wichtigsten sind.
- Spielen Sie diese definierten Testfälle durch - sei es mit Hilfe von Crowdtesting-Anbietern wie Testbirds oder mit internen Ressourcen. Protokollieren Sie die Ergebnisse. So gewinnen Sie einen Überblick darüber, welche Anpassungen noch nötig sind.

2. Validieren Sie Ihr Frontend

- Womit Ihre Kunden nach dem Launch zuallererst interagieren, ist das Frontend. Gerade hier können sich Fehler als fatal erweisen.

- Prüfen Sie Ihr Frontend auf Basis des W3C Validators und nehmen Sie gegebenenfalls Anpassungen vor.
- Integrieren Sie die Google Webmaster Tools. Prüfen Sie die Verbindung Ihres Frontends zu Google.
- Integrieren Sie Google Analytics und führen Sie Integrations-Checks durch.
- Überprüfen Sie die HTML-Markups: Hat wirklich jedes Bild ein Alt-Attribut?
- Erstellen Sie eine XML-Sitemap und hinterlegen Sie sie in den Google Webmaster Tools.
- Prüfen Sie die Seite mit Hilfe der Google PageSpeed Insights, und nehmen Sie zur Geschwindigkeitssteigerung gegebenenfalls die erforderlichen Anpassungen vor.
- Ein Performance-Test Ihres Live-Systems ist unabdingbar. Als Faustregel gilt, dass die Seitenladezeit weniger als zwei bis drei Sekunden betragen sollte.
- Am Schluss ist eine finale Prüfung sinnvoll, ob an manchen Stellen des Frontends nicht vielleicht doch zu große Bilder (mit mehr als 500 KB) verwendet wurden. Falls ja, müssen diese vor dem Go-Live natürlich noch heruntergerechnet werden.

3. Das Live-System vorbereiten

Auch der Übergang vom Test- zum Live-System birgt noch sehr viele Fallstricke - teils inhaltlicher, teils technischer Natur – die man unbedingt im Blick haben sollte.

- Testkunden, die noch in Ihrem System sind, müssen vor dem Launch gelöscht werden.
- Dasselbe gilt für Testbestellungen: Auch die müssen Sie vor dem Go-live entfernen.
- Sind noch Rechnungen, Lieferscheine und Gutschriften im System? Bitte ebenfalls löschen!
- Rechnungs-, Bestell- und Lieferscheinnummernkreise sind zu prüfen. Sie brauchen gegebenenfalls einen Reset.
- Führen Sie CSS- und JS-Dateien zusammen – mit anschließendem Funktions-Check.
- Testen Sie manuell, ob das Caching auf dem Live-System problemlos funktioniert, insbesondere wenn ein Webbeschleuniger wie Varnish verwendet wird. Prüfen Sie, ob Besucher nicht vielleicht doch falsch gecachte Informationen erhalten.
- Testen Sie, ob von Ihrer Seite aus alle relevanten E-Mails an Kunden problemlos versendet werden. Dazu gehören unter anderem Bestellbestätigungen, Rechnungen oder Passwort-vergessen-Mails.
- Checken Sie, ob tatsächlich alle URLs „suchmaschinenfreundlich“ erzeugt werden. Stellen Sie dabei sicher, dass in Ihren URLs beispielsweise keine Endungen wie „/index.php“ auftauchen.
- Führen Sie innerhalb der Live-Umgebung – also für die E-Commerce-Plattform und Drittsysteme – ein vollständiges und inhaltliches Schnittstellen-Testing durch. Es ist sinnvoll, dass Sie die Ergebnisse dieser Tests genau protokollieren.
- Stellen Sie sicher, dass das Favicon vom Live-System geladen wird.
- Prüfen Sie, ob Canonical URLs aktiv sind und verwendet werden, damit beispielsweise Suchmaschinen Ihre Original-Inhalte finden und anzeigen, anstatt auf Duplicate Content zu verweisen.
- Prüfen Sie, ob wirklich bei allen CMS-Seiten, Kategorien und Produkten sinnvolle Meta Descriptions hinterlegt sind – und ob sie auch korrekt ausgegeben werden. Zudem sollten Sie Dopplungen in Ihren Seitenbeschreibungen unbedingt vermeiden.

4. Rechtliche Fragen

Wenn Sie in Ihrem E-Commerce Projekt nur die technische Funktionsfähigkeit und Handhabbarkeit prüfen, greift das natürlich zu kurz. Eine Rechtssicherheit ist für Ihr E-Commerce-Engagement genauso unverzichtbar.

- Wenden Sie sich an juristische Profis: Lassen Sie Ihr Gesamt-System durch eine spezialisierte Anwaltskanzlei final abnehmen.
- Checken Sie, ob AGB, Datenschutzerklärung und Widerrufsrecht an den jeweils erforderlichen Stellen hinterlegt und für den Kunden abrufbar sind – zum Beispiel im Footer der Webseite oder in der Bestellbestätigung.

5. Sicherheit und Funktion

Wenn alles wie geplant zu funktionieren scheint und rechtlich einwandfrei ist, bleibt noch die Frage nach der Sicherheit. Hier können Ihnen einige Tipps helfen, unliebsame Überraschungen nach dem Livegang zu vermeiden.

- Ändern Sie die Standard-URL des Administrationsbackends (zum Beispiel „/admin“) auf eine andere Endung.
- Aktualisieren Sie alle Passwörter vor dem Go-live bzw. setzen Sie diese zurück.
- Checken Sie, ob Bilder, speziell in den CMS-Seiten, nicht doch noch vom Testsystem oder von falschen URLs ausgeliefert werden.
- Aktivieren Sie die SSL-Verschlüsselung – auch bekannt unter ihrem moderneren Namen: Transport Layer Security (TLS).
- Überprüfen Sie alle Ihre Payment-Methoden, indem Sie mit realen Daten reale Produkte bestellen.

6. Die Stakeholder informieren

Der letzte Themenkomplex, mit dem Sie sich für einen reibungslosen Livegang beschäftigen müssen, ist: Informieren Sie rechtzeitig alle Stakeholder. In der Praxis hat sich dabei das folgende Vorgehen bewährt.

- Spätestens ein Monat vor dem Go-Live: Der Projektleiter informiert all jene Mitarbeiter auf Kunden- und Agenturseite, die für die technische Basis, den Betrieb und die Qualitätssicherung des Shops verantwortlich sind – etwa in der IT und im Qualitätsmanagement.
- In einem gemeinsamen Termin wird geprüft, ob wirklich alle Fragen und Aufgaben zu Hosting und Infrastruktur abschließend beantwortet sind. Außerdem muss geklärt werden: Ist das Livesystem bereit? Sind alle Zertifikate vorhanden? Sind SSL und VPN richtig eingerichtet?
- Eine Woche vor dem Launch: Informieren Sie wirklich jeden Stakeholder in Ihrem E-Commerce-Projekt darüber, dass der Go-Live unmittelbar bevorsteht.

Haben Sie weiterführende Fragen? Sprechen Sie uns gerne an! Unsere kompetenten E-Commerce-Berater helfen Ihnen gerne weiter.

www.netz98.de/ecommerce-beratung

IMPRESSUM

Hauptsitz

netz98 GmbH
Hattenbergstr. 10
55122 Mainz

fon: +49 6131 90798-98
fax: +49 6131 90798-99

info@netz98.de
www.netz98.de

Niederlassung München

FeringasträÙe 6
85774 München

Niederlassung Hamburg

Valentinskamp 24
20354 Hamburg

Niederlassung Würzburg

Magdalene Schoch-Str. 5
97074 Würzburg

Niederlassung Stuttgart

Kelterstr. 59
72669 Unterensingen

netz98 Blog
www.netz98.de/blog/

Member of



UNITED
E-COMMERCE

www.united-ecommerce.de