

	Seite
<b>Internetgrundlagen</b>	
Was ist internet?	4
Grundlagen Internet	4
• 1 Vor- und Nachteile des Internets	6
Was braucht es, um das Internet zu nutzen?	7
Wofür kann das Internet genutzt werden?	7
• 2 Nutzungsmöglichkeiten des Internets	7
• 3 Internet-Nutzerprofil	8
• 4 Beliebteste Web-Inhalte	9
• 5 Produkteleauf im Internet	10
Internetnutzung für das Marketing	11
• 6 Internetnutzung für das Marketing	11
• 7 Adressen der wichtigsten Informationsquellen für Marktabklärungen/Internetmarketing	12
Einnahmequellen mit dem Internet	15
• 8 Einnahmequellen mit dem Internet	15
<b>Konzept Internetauftritt</b>	
Der Weg zum Internetauftritt	16
• 9 Der Weg zum Internetauftritt	18
• 10 Das Briefing (Der Auftrag) an eine Internetagentur	20
• 11 Auswahlkriterien für Internetagenturen	21
• 12 Auswahlkriterien für Internet-Provider oder Online-Dienste	22
• 13 Die wichtigsten Internet-Access-Provider und Online-Dienste	23
Der Firmenauftritt im Internet	24
• 14 Beurteilungskriterien bez. der Priorität des eigenen Internetauftritts	24
• 15 Der Firmenauftritt im Internet	25
• 16 Internetmarketingstrategien: Die Gestaltung des Internetauftritts	26
Das Internetmarketing-Konzept	27
• 17 Internet-Zahlungsarten	28
• 18 Verbreitung der einzelnen Zahlungsarten im Internet	30
• 19 Erfolgsfaktoren für den eigenen Internetauftritt	31
• 20 Internetmarketing-Konzept	33
Grundlagen Webdesign	35
• 21 Grundlagen Webdesign	36
• 22 Typografie im Internet	37
• 23 Textinhalte in kommerziellen Internetseiten	38
• 24 Grafiken, Bilder, Animationen in kommerziellen Internetseiten	39
• 25 Videos in kommerziellen Internetseiten	40
• 26 Audio in kommerziellen Internetseiten	41
• 27 Beurteilungskriterien für die eigenen Websites	42
Wie kann der Erfolg von Internetseiten analysiert werden?	43
• 28 Internetmarketing-Controlling	43

		Seite
<b>Suchmaschinen-Marketing</b>	Wie wird man im Internet gefunden?	44
	• 29 Auffinden von Informationen im Internet	46
	• 30 Im Internet gefunden werden	47
	Suchmaschinen-Marketing	48
	• 31 Die Adressen der wichtigsten Suchmaschinen	48
	• 32 Die Adressen von vertikalen Plattformen oder Portalen	49
	Gute Positionen in Suchmaschinen	50
	• 33 Die Programmierung der Meta-Tags	50
	Allg. Tipps für die Optimierung des Suchmaschinen-Marketings	52
	• 34 Tipps für eine Optimierung der Suchmaschinenplatzierung	52
	<b>Bannerwerbung</b>	Bannerwerbung
• 35 Bannerwerbung		<b>56</b>
Die Gestaltung von Webbannern		<b>58</b>
• 36 Tipps für höhere Click-Raten bei Werbebannern		<b>58</b>
Die Wahl der geeigneten Werbeplattformen im Internet		<b>60</b>
• 37 Zugriffszahlen auf Internetplattformen		<b>61</b>
<b>E-Mail-Werbung</b>	E-Mail-Marketing	62
	• 38 Grundlagen E-Mail-Marketing	64
	• 39 Vor- und Nachteile von E-Mail-Marketing	66
	• 40 Versenden von Online-Pressemitteilungen	67
	Massen-E-Mails oder Direct-E-Mails	68
	• 41 Grundlagen für Text und Formatierung von Werbe-E-Mails	68
	Newsletter	69
	• 42 Einsatz von Newsletters	69
	• 43 Die Gestaltung von Newsletters	70
	• 44 Vor- und Nachteile der versch. Formatierungen für Newsletters	71
	• 45 Die Organisation von Newsletters	72
	Newsgroups und Diskussionslisten	73
• 46 Newgroups	73	
• 47 Diskussionslisten	74	
<b>Weitere Werbeflächen</b>	Internet und klassische Werbung	76
	Übrige Webpromotionsaktivitäten	77
	• 48 Übrige Webpromotionsaktivitäten	77
	Integration des Internetauftritts in die klassische Kommunikation	78
	• 49 Integration des Internetauftritts in die klassische Kommunikation	78
	<b>Bookmarks</b>	Nützliche Internetadressen
	Manager Web Desk	86
<b>GloSSOr</b>	Internet-Glossar	<b>90</b>
<b>Anhang</b>	Beispiele aus verschiedenen Geschäftsbereichen	94