

Gitte Härtet

Wie Sie im Internet Kunden gewinnen

rornelsen

Inhalt

Teil 1 Das Internet für den Geschäftserfolg nutzen

1	Das Internet - Revolution fürs Business.....	10
1.1	Die Investition: mehr Zeit als Geld.....	11
1.1.1	Ressourcen bereitstellen.....	12
1.1.2	Verantwortlichkeiten klären.....	13
1.2	Geschäft ohne Grenzen.....	14
1.3	Veränderte Konkurrenzsituation.....	15
1.4	Höhere Erwartungen auf Kundenseite ...	16
1.5	Checklisten.....	18
2	Chancen erkennen und wahrnehmen ..	21
2.1	Sich einen Namen machen.....	21
2.2	Die Website als Akquise-Werkzeug	23
2.3	Kundenbindung im Internet.....	25
2.4	Effizienter arbeiten: den Berufsalltag entlasten.....	25
2.5	Die richtige Zielgruppe ansprechen.....	26

Teil 2 Die eigene Internetpräsenz

3	Gestaltung einer überzeugenden Image-Website.....	30
3.1	Die Wirkung.....	30
3.1.1	Gestaltung und Layout der Website.....	31
3.1.2	Inhaltliche Unternehmensdarstellung....	33
3.2	Benutzerfreundlichkeit.....	36
3.2.1	Ansprechendes, leicht zu erfassendes Layout.....	36
3.2.2	Technik und Gestaltung: Rücksicht auf die breite Masse.....	40
3.2.3	Schneller Aufbau = kurze Ladezeiten ...	41
3.2.4	Eindeutige Navigation.....	42
3.2.5	Sinnvolle Querverlinkungen.....	43
3.2.6	Stichwort Barrierefreiheit.....	44
3.3	Aktualisierung und Pflege.....	44

3.4	Fremdwerbung auf der Unternehmenswebsite?.....	45
3.5	Texte im Web.....	46
3.5.1	Für Ihre Kunden relevante Inhalte.....	47
3.5.2	Exkurs: Alternative Sprachfassungen ...	49
3.5.3	Das Layout.....	50
3.5.4	Gut formuliert und auf den Punkt gebracht.....	52
3.6	Das Impressum.....	54
3.7	Prüfen Sie Ihre Website!.....	55
4	Attraktiven Mehrwert bieten.....	56
4.1	Inhalte bieten („Content“).....	57
4.1.1	Form der Bereitstellung.....	58
4.1.2	Einsatz eines Content-Management-Systems für die Website.....	59
4.1.3	Urheberrecht.....	61
4.2	Fallbeispiel Managementwissen online.....	62
4.3	E-Mail-Newsletter.....	64
4.3.1	Erscheinungsweise, Form und Inhalt ...	65
4.3.2	Verteiler.....	67
4.3.3	Versand.....	70
4.3.4	Anzeigenplatz.....	71
4.3.5	Werbung für den Newsletter.....	71
4.4	Partnerprogramme als Mehrwert	72
4.5	News bieten.....	73
4.6	Fragen und Antworten.....	75
4.7	Interessante Termine nennen.....	75
4.8	Beratung/Schulungen online anbieten ...	76
4.9	E-Commerce.....	77
4.9.1	„Shop“-Varianten.....	78
4.9.2	Ablauf und Benutzerfreundlichkeit	79
4.9.3	Bezahlung.....	80
4.9.4	Versand.....	81
4.9.5	AGB und Rechtslage.....	82
4.9.6	Fallbeispiel Tixedia.de - Eintrittskarten für Konzerte, Bühne, Sport.....	82

4.9.7	Fallbeispiel zeitzuleben.de.....	85
4.10	Weitere Features.....	87
5	Interaktive Werkzeuge.....	88
5.1	Gästebuch.....	88
5.2	Online-Communities.....	90
5.2.1	Definition der Zielgruppe („Wunsch-User“).....	92
5.2.2	Regeln/Nutzungsbedingungen.....	93
5.2.3	Benutzerfreundlichkeit.....	95
5.2.4	Erfordernisse bei Onrline-Communities.....	97
5.3	Foren.....	98
5.3.1	Eine gute Forenstruktur.....	100
5.3.2	Ordnung schaffen und halten.....	101
5.4	Chat.....	104
5.4.1	Experten-Chats.....	105
5.4.2	Informelle Chat-Rooms.....	111
5.5	Weblogs.....	114
5.6	Online-Aktionen und Umfragen.....	116
6	Die Website aktiv bekannt machen! ...	120
6.1	Eintrag in Suchmaschinen und Verzeichnisse.....	120
6.2	Ihre E-Mail-Adresse.....	122
6.3	Empfehlungstool einbauen.....	122
6.4	Anzeigen und Bannerwerbung.....	124
6.4.1	Textanzeigen.....	124
6.4.2	Werbepanner, Pop-ups&Co.....	125
6.5	Die Webadresse überall angeben.....	126
6.5.1	Korrespondenz.....	127
6.5.2	Werbemittel.....	127
6.5.3	E-Mail-Signatur.....	127
6.6	Partnerprogramme anbieten.....	129
6.7	Durch PR auf die Website aufmerksam machen.....	130
6.7.1	Gezielte Pressearbeit.....	130
6.7.2	Erfolgreiche Pressearbeit im Internet.....	132

Teil 3 Nutzen fremder Webangebote und Kooperationen

7	Verlinkung.....	138
7.1	Verlinkungen, die auf Ihre Website hinweisen.....	139
7.1.1	Datenbanken nutzen.....	139
7.1.2	Profile und Signaturen.....	140
7.1.3	Sich in Linklisten eintragen.....	140
7.1.4	Geschäftskontakte und Bekannte fragen.....	141
7.1.5	Für Sie interessante Plattformen ansprechen.....	141
7.2	Link-Empfehlungen zu anderen Websites.....	142
7.2.1	Empfehlungscharakter - und die Folgen.....	142
7.2.2	Text-Link oder bebildert?.....	143
7.2.3	Aktualität und Pflege.....	144
7.2.4	Verlinkung und Recht.....	145
8	Content-Kooperation.....	147
8.1	Inhalte anbieten.....	148
8.2	Fallbeispiel: Die Website durch Content bekannt gemacht.....	150
8.3	Fremden Content auf der eigenen Site anbieten.....	153
8.4	Rechtliche Fragen zu Content und Urheberrecht.....	155
9	Als Experte auf anderen Websites auftauchen.....	157
9.1	Ihr Expertenrat in Internetforen.....	157
9.1.1	„Offizielles“ Experten-Forum.....	158
9.1.2	Sich „informell“ als Experte vorstellen .	158
9.2	Online-Chats durchführen.....	160
9.3	Content-Seiten.....	163
9.4	Die optimale Selbstdarstellung mittels Profil, Nickname und Signatur.....	163
9.4.1	Nickname.....	163
9.4.2	Kurzprofil.....	164
9.4.3	Signatur.....	165

10 Virtuelle Netzwerke.....	166	13 Die Website als tatkräftige Unterstützung für Ihre Mitarbeiter.....	194
10.1 Präsenz in Mailinglisten.....	166	13.1 Informationen zur Verfügung stellen ...	195
10.2 Online-Netzwerke.....	166	13.2 Betriebliche Daten für das Unternehmen nutzen.....	196
10.2.1 Universal-Netzwerke.....	166		
10.2.2 Fachbezogene Netzwerke.....	168		
10.3 Gutes Selbstmarketing im virtuellen Netzwerk.....	168		
 		Schritt 1: Ziele und Zielgruppe.....	200
11 Die Basics für gute Schnittstellen.....	174	Schritt 2: Aufwand und Zuständigkeit.....	201
11.1 Im Netz versierte Mitarbeiter.....	174	Schritt 3: Konzipieren und optimieren.....	203
11.2 Die Schnittstellen definieren.....	176	Schritt 4: Mehrwert und Interaktivität.....	205
11.3 Notfallplan für den Fall, dass die Technik streikt.....	177	Schritt 5: Bekannt machen.....	206
12 E-Mail-Kontakt zum Kunden.....	178	Schritt 6: Zeitplan.....	206
12.1 Formelles.....	179	Schritt 7: Erfolgskontrolle.....	208
12.2 B-Mail-Korrespondenz.....	184	Audio und Video im Netz.....	212
12.2.1 Kontaktformular.....	184	Online-Shops.....	216
12.2.2 Vorgefertigte Antworten und Textbausteine.....	186	Von überall seine E-Mails abrufen können.....	220
12.3 Autoresponder/ Abwesenheitsnachrichten.....	188	Internet-Glossar.....	221
12.4 Anfragen.....	189	Emoticons, Akronyme und Abkürzungen.....	227
12.4.1 Formulare gezielt einsetzen.....	190	Linktipps.....	229
12.4.2 Zuständigkeiten und Abwicklung.....	191	Buchtipps.....	231
12.5 Bestellungen per Internet.....	193	Stichwortverzeichnis.....	232