

Erfolgreiche Präsenz im Internet

Petra Vogt

Einleitung

Worum geht es in diesem Buch?	2
Wer sollte dieses Buch lesen?	2
—> Braucht Ihre Site eine Überarbeitung?	2
Wie ist das Buch aufgebaut?	4
Nomenklatur:	4
Wie ist dieses Buch entstanden?	5
Ein paar persönliche Anmerkungen	5

Kapitel 1 - Ein solides Fundament: Der Internet-Plan 7

Was soll/kann die Site leisten?	8
1. Kunden gewinnen	8
Werbung	8
Produktinformationen	9
Händlerunterstützung	10
Öffentlichkeitsarbeit I Pressekontakt	11
2. Kunden halten	12
Kundendienst/Support	12
Kundenkontakt	13
Kundenbindung	13
3. Online-Verkauf/Dienstleistung	14
4. Firmeninterna und «Business to Business»	18
—• Mögliche Ziele einer Site	19
Konkurrenz anschauen	19
Zielgruppe	20
—* Analysieren Sie Ihre jetzigen Kunden	20
Exkurs: Internet-Statistiken	22
Weitere Informationen	24
Kostenplanung	24
Checkliste Zeitplanung/Ablaufplan	25
—* Zeitplanung: Ablaufplan Website-Konstruktion	26
Plan niederschreiben	27

Kapitel 2 -DasWeb-Dream-Team:Wermussumtspielen? 29

HTML	30
Programmierung	30
Design	31
Text	31
Marketing	31
Management	31
Recht	31
Wie findet man eine gute Agentur?	32
Weitere Informationen	33

Kapitel 3 - Wo und wie veröffentlichen: Die Serversuche

35

Veröffentlichungsmöglichkeiten: Überblick.....	36
Homepage-Platz beim Online-Dienst.....	36
Webspace-Provider.....	37
Weltweit auswählen.....	37
USA.....	37
Leitungskapazitäten.....	38
Speicherplatz.....	38
Transfervolumen.....	39
Zusatzleistungen.....	39
Zusatzkosten.....	41
Sonderkonditionen.....	41
—* Ein Webspace-Provider sollte Ihnen folgendes bieten.....	42
Platz in einem Verbund.....	42
Eigener Server.....	43
Weitere Informationen zu Providern.....	44
Eigener Domain-Name?.....	44
Organisatorisches rund um den Domain-Namen.....	46
Namensgebung.....	46
—» Die Namensgrundregeln im Überblick.....	49
Erste Hilfe bei einer Problemadresse.....	49
Gleiche Adressen?.....	50

Kapitel 4 - Mehr als der Firmenprospekt: Die Inhalte für die Website

51

Brot und Butter für die Site.....	52
Welche Seiten dazugehören.....	52
Vorstellung.....	52
Vertriebshinweise.....	54
Produktinformationen.....	55
«Sendung mit der Maus»-Effekt.....	55
Kostenlose Probe.....	56
Links.....	56
Presseinformationen.....	57
Aktuell.....	57
Die Mehrwert-Seiten.....	57
Bei Online-Geschäften.....	59
Jetzt sind Sie dran.....	60
—• Welche Seiten zu einer guten Site gehören.....	61
Aufbereitung der Informationen.....	61
Besondere Möglichkeiten von Online.....	62
Multimedia.....	62
Interaktivität.....	62
Personalisierung.....	62
Grosse Datenmenge.....	63
Durchsuchbarkeit.....	63
Kommunikation.....	64
Leichte Veränderbarkeit/Aktualität.....	64
Timeismoney.....	64
Nutzen Sie die Chancen!.....	64
Aufbereitung der Texte.....	65
Weitere Informationen.....	67

Grundaufbau: Den Bauplan zeichnen.....	72
→ Das Ixl der Dateibenennung.....	74
Einheitliches Design: Metapher oder Thema.....	76
Weitere Informationen.....	80
Problem Untergliederung.....	80
Layout der Einzelseiten.....	82
Grundprinzipien.....	82
Einheitlichkeit.....	82
Unabhängigkeit.....	83
Umsetzung.....	84
Testen.....	88
Seitenhintergründe.....	88
Sonderfall: Startseite.....	91
Lost in Hypertext - Informationsstrukturierung.....	92
Navigationshilfen.....	94
Site-Maps.....	102
Suchmaschine.....	105
Touren anbieten.....	106
Seite «Hilfe» anbieten.....	107
Textformatierung.....	108
→ Standardschriften Mac und Windows.....	111
Weitere Informationen.....	111
Style-Sheets.....	112
Style-Sheets sind echte Zeitsparer.....	112
Style-Sheets in der Praxis.....	113
Weitere Informationen.....	114
Links.....	115
Grafik.....	115
Grafiken.....	116
Transparenz in GIFs.....	119
Animated GIFs.....	120
Bilder skalieren !.....	122
Auflösung: 72 dpi.....	123
→* Grafikgrösse minimieren.....	124
Trick: Bildeffekte in HTML.....	124
ALT-Texte.....	126
Image-Maps.....	130
Herstellung.....	130
Animated GIFs.....	132
Grafik-Programme.....	134
Paint Shop Pro.....	134
Grafikkonverter.....	135
Ulead Photo Impact.....	136
Weitere Informationen.....	137
Formulargestaltung.....	137
Trick: Formularausgabe auf Fax.....	139
Formulardesign.....	140
Textfelder.....	140
Radiobuttons.....	141
Checkboxes.....	141
Auswahllisten.....	141
Submit/Reset.....	142
Formularlayout.....	143

Fallstrick Browserunterschiede.....	144
Überblick über wichtigste Problembereiche älterer Browser.....	144
Die Alternative zu Frames: NOFRAME.....	145
Die Alternative zu JavaScript.....	146
Probleme mit JavaScript.....	149
Browserspezifische, proprietäre Features.....	149
Vorsicht heiss und fettig: Java und anderes.....	150
JavaScript.....	151
Weitere Informationen.....	152
Java.....	152
Musik/Ton.....	153

Kapitel 6 - Die Umsetzung des Layouts: Eine gute Arbeitsumgebung schaffen 155

Kleine Site.....	156
Mittlere Site.....	156
Weitere Informationen.....	157
Grosse Site.....	157
Zeitplan.....	158
Das Under-Construction-Problem.....	159
Hilfreiche Tools - mehr als HTML.....	160
HTML-Editoren.....	161
WYSIWYG-Programme.....	162
Claris Home Page.....	162
PageMill.....	163
Texteditoren.....	164
Textpad.....	164
Alpha.....	165
Integrierte Programme/Programmpakete.....	165
Microsoft FrontPage 97.....	166
AOLPress.....	168
Corel Webmaster Suite.....	169
GoLive Cyberstudio.....	170
NetObjects Fusion.....	171
Diverse Programme für Einzelprobleme.....	173
Konvertierungstools.....	173
Linkchecker.....	174
Code-Checker für HTML.....	174
Vordem Uploaden: Testen, Testen, Testen.....	174
Abschluss-Prüfstein: Anwender-Test.....	176
Der Upload: wie geht's?.....	177

Kapitel 7 - Bekanntmachen/Promotion der Site 179

—* Suchmaschinenanmeldung.....	180
Kataloge.....	181
Stichwort-Suchmaschinen.....	181
Praktisch: Anmeldetools.....	183
Weitere Informationen.....	184
Linklisten zu Spezialthemen.....	184
Awards.....	185
Award-Vergeber prüfen.....	185
News und Mail.....	186
URL in dieSignature.....	186
FAQ lesen!.....	186

	Bannerwerbung bei anderen Online-Angeboten.....	189
	Besuchermesszahlen.....	189
—*	Begriffe im Zusammenhang mit Werbemessung.....	191
-*	Fragen an den Anbieter Ihres Werbeplatzes.....	192
	Banner-Tauschbörsen.....	192
	Das eigene Banner.....	193
	Wie sieht ein gutes Werbebanner aus?.....	193
	E-Mail-Kette.....	194
	Postkartendienste.....	194
	Strategische Allianzen mit anderen Sites.....	196
	Die Auswahl des Partners.....	196
	Wiederverkäufer-Programm.....	196
	Talk-Runden.....	197
	Durch Offline flankieren.....	197
	Online muss durch Offline flankiert werden.....	197
	Online nicht isoliert.....	197
Website	Offline präsentieren.....	198
	Presse einladen.....	198
	Wie sollte die Pressemitteilung aussehen?.....	198
	Anschaulich schreiben.....	199
	Zitate verwenden.....	199
Voraussetzung	für den Erfolg: Qualität.....	200
	Weitere Informationen.....	200

- Überprüfen, ob man den Lesergeschmack getroffen hat.....224
 - Direkte Rückmeldungen.....224
 - Umfrage.....224
 - Server-Logs.....225
 - Access-Log.....226
 - Referer-Log.....227
 - Error-Log.....227
 - Agent-Log.....227
 - Kombi-Log.....227

<i>Auswertung der Serverlogs</i>	228
<i>Welche Browser?</i>	230
<i>Ausgeschaltete Bilder</i>	230
<i>Welche Domains?</i>	230
<i>Welche Tageszeit</i>	231
<i>Länder der Leser</i>	231
<i>Links von woher?</i>	231
<i>Abschliessender Vergleich: Haben Sie Ihre Zielgruppe erreicht?</i>	231
<i>Die Site auf dem neusten Stand halten</i>	231
Kapitel 10 - Site-Renovierung und Relaunch	233
—* <i>Bewertung einer Site</i>	234
<i>Weitere Informationen</i>	236
Kapitel 11 - HTML-Kurzkurs	237
<i>Start: Datei anlegen</i>	238
<i>Erster Schritt: Text formatieren</i>	238
<i>Die wichtigsten Formatierungsmöglichkeiten in HTML</i>	240
<i>Überschrift</i>	240
<i>Schriftschnitt</i>	240
<i>Absatzzeichen</i>	240
<i>Liste</i>	240
<i>Sonderzeichen («Entities»)</i>	240
<i>Linien</i>	241
<i>Zweiter Schritt: Verweise anlegen</i>	241
<i>Dritter Schritt: Bilder einbinden</i>	242
<i>Fertig: Die komplette Übungsdatei</i>	243
<i>Fortgeschrittene: Tabellen anlegen</i>	244
<i>Fortgeschrittene 2: Frames anlegen</i>	245
<i>Abschluss: Weiterlernen</i>	246
	1
Anhang A - Glossar	249
Anhang B - Inhalt der CD-ROM	253
<i>Die CD-ROM</i>	254
<i>Windows-Teil</i>	255
<i>Macintosh-Teil</i>	256
Anhang C - Buchprogramm und Anzeigen	257
<i>Ihre Meinung ist uns wichtig!</i>	268
Anhang D - Index	273