

(Read now) Firmenpräsentation im Internet: Grundlagen für die Planung von Internetpräsenzen kleiner und mittelständischer Unternehmen

Firmenpräsentation im Internet: Grundlagen für die Planung von Internetpräsenzen kleiner und mittelständischer Unternehmen

Von Ralf Seybold

ePub | *DOC | audiobook | ebooks | Download PDF



 Download

 Read Online

Produktinformation -Verkaufsrank: #2156210 in BcherVerffentlicht am: 2004-08-01Abmessungen: 8.27 x .22b x 5.83l, .30 Pfund Einband: Taschenbuch108 Seiten | File size: 75.Mb

Von Ralf Seybold : Firmenpräsentation im Internet: Grundlagen für die Planung von Internetpräsenzen kleiner und mittelständischer Unternehmen before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Firmenpräsentation im Internet: Grundlagen für die Planung von Internetpräsenzen kleiner und mittelständischer Unternehmen:

Produktbeschreibung Kleine und mittelstndische Unternehmen erkennen zunehmend Chancen und Nutzen des Internets und einer eigenen Internetprsenz. Fragen stellen sich oft bei Realisierung und Mglichkeiten, die das Medium Internet bietet. Aufgrund jahrelanger Erfahrung im Internet-Marketing, hat der Autor in diesem Buch die hierzu notwendigen Informationen gesammelt und in krzestmglicher Form aufbereitet. Beantwortet werden z.B. folgende Fragen: * Welche Mglichkeiten bietet eine eigene Internetprsenz und was ist im Vorfeld der Planung notwendig? * Welches ist der geeignete Internetzugang/Webspace-Provider oder Domain-Name? * Welche Farben und Designs whle ich? Und was ist meine Zielgruppe? * Was bedeutet Navigation, Usability oder Barrierefreiheit? * Was kennzeichnet einen passenden Text fr das Internet? * Welchen Mehrwert kann ich meinen Kunden bieten? * Wie nutzt man Website-Promotion (Werbung, Suchmaschinen, Ranking etc.)? * Was bieten Email, Chat, Newsletter oder Newsgroups? * Welche Schlsse knnen aus den Internetbenutzerdaten gezogen werden? Das Buch endet auf einer Internetseite, die stetig ergnzt wird.

Kurzbeschreibung Kleine und mittelst ndische Unternehmen erkennen zunehmend Chancen und Nutzen des Internets und einer eigenen Internetpr senz. Fragen stellen sich oft bei Realisierung und M glichkeiten, die das Medium Internet bietet. Aufgrund jahrelanger Erfahrung im Internet-Marketing, hat der Autor in diesem Buch die hierzu notwendigen Informationen gesammelt und in k rzestm glicher Form aufbereitet. Beantwortet werden z.B. folgende Fragen: * Welche M glichkeiten bietet eine eigene Internetpr senz und was ist im Vorfeld der Planung notwendig? * Welches ist der geeignete Internetzugang/Webspace-Provider oder Domain-Name? * Welche Farben und Designs w hle ich? Und was ist meine Zielgruppe? * Was bedeutet Navigation, Usability oder Barrierefreiheit? * Was kennzeichnet einen passenden Text f r das Internet? * Welchen Mehrwert kann ich meinen Kunden bieten? * Wie nutzt man Website-Promotion (Werbung, Suchmaschinen, Ranking etc.)? * Was bieten Email, Chat, Newsletter oder Newsgroups? * Welche Schl sse k nnen aus den Internetbenutzerdaten gezogen werden? Das Buch endet auf einer Internetseite, die stetig erg nzt wird.

Klappentext Firmenprsentation im Internet Wir sollten ins Internet! Kleine und mittelstndische Unternehmen erkennen zunehmend Chancen und Nutzen des Internets und vor allem einer eigenen Internetprsenz. Fragen stellen sich oft bei Realisierung und Mglichkeiten, die das Medium Internet bietet. Aufgrund jahrelanger Erfahrung im Internet-Marketing und Gesprchen mit Geschftsfhrern und Internet-Verantwortlichen, hat der Autor in diesem Buch Informationen hierzu gesammelt und in krzestmglicher Form aufbereitet: Welche Mglichkeiten bietet eine eigene Internetprsenz? Grundlagen, die im Vorfeld der Planung bentigt werden. Terminologie der Internetprsenzen. Der geeignete Internetzugang/Webspace-Provider. Auswahl des geeigneten Domain-Namens Informationen fr den Umgang mit dem Realisierungspartner. Der typische Projektablauf bei der Erstellung einer Internetprsenz. Die passenden Farben und Designs zu Ihrer Zielgruppe. Grundstrukturen im Internet (Navigation, Usability, Barrierefreiheit etc.) Die passenden Texte fr das Internet Nicht nur Visitenkarte sondern Mehrwert fr den Kunden bieten. Welche Mglichkeiten bieten die heutigen Technologien. Die Website-Promotion (Werbung, Suchmaschinen, Ranking etc.) Welche Mglichkeiten bieten Email, Chat, Newslettern oder Newsgroups Internetbenutzerdaten und welche Schlsse daraus gezogen werden knnen.

ber den Autor und weitere Mitwirkende Ralf Seybold, geboren 1969, studierte Betriebswirtschaft mit dem Schwerpunkt Unternehmensfhrung an der Auenstelle Geislingen der Fachhochschule Nrtigen. Bereits whrend des Studiums arbeitete er ab 1989 in einem kleinen IT-Fachunternehmen. Als Assistent der Geschftsleitung kmmerte er sich dort nach dem Studium um Einkauf und Vertrieb. In dieser Zeit betreute er viele kleinere, mittelstndische Unternehmen, aber auch einen groen Automobilkonzern in Fragen der Netzwerkinfrastruktur. Frh erkannte er die Mglichkeiten, die das Internet bietet, und hat deshalb 1998 ein Nebengewerbe mit dem Schwerpunkt des Projektmanagements fr Internet-Marketing-Projekte gegrndet. Parallel dazu arbeitete er bis 2004 in einem mittelstndischen IT-Unternehmen mit dem Schwerpunkt auf IT-Plattform-Technologien. Seit April 2004 vereint er Internet/Marketing mit der Ttigkeit im Bereich Business-Intelligence bei einem kleinen, aber feinen Beratungsunternehmen im Grraum Stuttgart. Die Kernkompetenz ist die Beratung und Betreuung von Wissensmanagement-Lsungen, aber auch die Programmierung von Webservices zur Interaktion mit den Kunden.