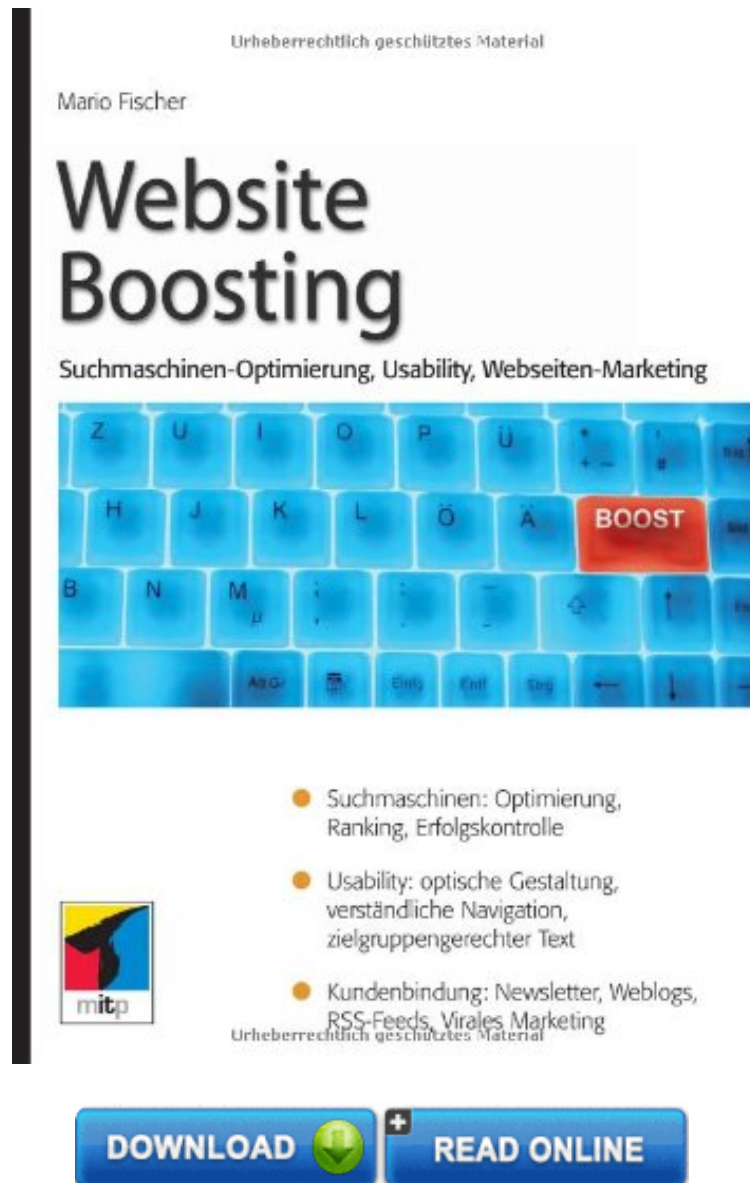


Website Boosting: Suchmaschinen-Optimierung, Usability, Online-Marketing

Von Mario Fischer

*Download PDF | ePub | DOC | audiobook | ebooks



Produktinformation - Verkaufsrang: #604794 in BcherVerffentlicht am: 2006-05-01Anzahl der Produkte:
1Einband: Broschiert456 Seiten | File size: 16.Mb

Von Mario Fischer : Website Boosting: Suchmaschinen-Optimierung, Usability, Online-Marketing before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Website Boosting: Suchmaschinen-Optimierung, Usability, Online-Marketing:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen7 von 7 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Mit diesem Buch erfolgreich im Web publizierenVon Miriam KlappheckDas Buch war mir eine groe Hilfe. Fr die Aufgaben im Mediendesign lassen sich drei Themengruppen identifizieren, fr die man entsprechende Literatur bentigt:- Screendesign, Interfacedesign, Usability- Seitenbeschreibungssprachen, Programmierung- Marketing,

Marktanalyse, BWL Auch wenn man nie in allen drei Themengruppen Profi sein kann, so ist es dennoch erforderlich, sich eine Mitsprachekompetenz erwerben zu können. Hinsichtlich des Suchmaschinenmarketings ist "Website Boosting" das ideale Buch für alle, die als Designer, Informatiker oder Projektmanager etwas mit Websitekonzeption zu tun haben und ihre Arbeit nicht nur zum Spaß machen, sondern erfolgreich im Web publizieren möchten. 17 von 18 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Kompakter Überblick von Josef Willkommer Das Buch Website Boosting von Mario Fischer vermittelt in klarer, auch für den Einsteiger verständlichen Sprache, die wesentlichen Punkte der Suchmaschinenoptimierung. Auch für Fortgeschrittene findet sich noch der eine oder andere Tipp bzw. Hinweis. Das Buch ist in vier Teile aufteilt. Im Teil Online-Marketing wird ein Überblick über grundsätzliche Möglichkeiten und Ansätze vermittelt. Der zweite Teil widmet sich der klassischen Suchmaschinenoptimierung. Teil drei befasst sich mit dem sehr wichtigen Thema der Usability und der letzte Part geht darauf ein, wie Besucherströme gemessen und der Auftritt laufend optimiert werden kann. Am Ende erleichtern Checklisten die Arbeit und Kontrolle. Alles in allem ein recht gelungener Abriss des Themas. 14 von 15 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Klare Kaufempfehlung für alle, die sich mit Marketing im Internet beschäftigen von Karin Janner Ein Grundlagenwerk des Internetmarketing. Im ersten Teil geht es darum, wie man "Kunden holt", dabei erklärt Herr Fischer die verschiedenen Methoden des Online Marketing ausführlich und verständlich: "Traditionelles" Online-Marketing wie E-Mail-Marketing und Bannerwerbung, Virales Marketing, Guerilla-Marketing, Newsletter, Weblogs und RSS-Feeds. Nach einer Einführung in die einzelnen Methoden diskutiert Herr Fischer die Vor- und Nachteile und gibt zahlreiche praktische Beispiele. Teil 2 beschäftigt sich damit, wie man im Internet von den Kunden gefunden wird: Durch Suchmaschinenoptimierung und Werbung bei Suchmaschinen. Auch "Tricks" werden hier unter die Lupe genommen und Gefahren und Stolperfallen aufgezeigt. In Teil 3 zeigt Herr Fischer, wie man Besucherströme steuert - Stichwort Usability. Welche Erwartungen haben Besucher einer Internetseite, wie wählt man die richtigen Worte, wie entwirft man verständliche Navigationen und wie sollte man eine Internetseite optisch gestalten? In Teil 4 werden Werkzeuge zur Kontrolle besprochen, um die Internetseite laufend zu optimieren. Zu guter Letzt gibt es noch nützliche Checklisten, die dabei helfen, auch wirklich alles Wichtige zu bedenken. Das Buch liest sich flüssig und angenehm, zwischendurch baut Herr Fischer mal wieder ein "Scherzchen" ein. Manchem Fachbuchleser mag der Stil vielleicht zu locker erscheinen (ist ja Geschmackssache...), ich lese aber lieber ein locker geschriebenes Buch und finde mich damit ab, dass ich persönlich nicht jedes Scherzchen lustig finde, als dass ich mich durch komplizierte Schachteltexte von Autoren quäle, die meinen, je komplizierter sie sich ausdrücken, desto mehr Kompetenz spricht man ihnen zu. Die Kompetenz ist hier auf jeden Fall gegeben! Und das Lesevergnügen auch. 5 Sterne von mir. Karin Janner

Produktbeschreibung Gutes Buch für SEO

.de Normalerweise verfassen Professoren keine Titel mit solch schmissigen Titeln und in einem so lockeren, mitreißenden Ton, der sich längst nicht nur an Studierende richtet. Auch Webmaster kleiner Unternehmen, vor allem aber Marketing-Fachleute ohne ausgebildete Programmierkenntnisse profitieren von der leicht verständlichen Ansprache. Online-Marketing, Suchmaschinen, Usability und Optimierung sind die vier großen Themenblöcke, die Mario Fischer mit viel Engagement und Spaß an der Sache darzustellen weiß. "Webseiten haben mittlerweile fast alle Unternehmen. Keinen Erfolg damit zu haben, ist ebenfalls vielen Unternehmen gemein." Mit diesem provokanten Einstieg beginnt dieses sympathisch unorthodoxe Handbuch. Dem Autor - mit satter Lehr- und Praxiserfahrung - gelingt es fast spielerisch, die großen Themen Online-Marketing, Suchmaschinen, Usability und "Optimierung" anzugehen. Systematisch lernt hier der Marketing-Profi oder das Mitglied der Projektgruppe "Relaunch", was sich wirklich hinter Schlagworten wie "virales Marketing" oder "RSS-Feed" verbirgt, was man tun kann, um - mit oder ohne finanziellen Aufwand - ganz oben bei Google angezeigt zu werden. Aber auch vor Sackgassen bei der Optimierung der eigenen Seite wird eindringlich gewarnt. Eine weitere wichtige Baustelle, die jeden Seitenbetreiber dauerhaft beschäftigen sollte, ist der Bereich Usability, den es kontinuierlich zu pflegen gilt; hier kann Besuchern viel erspart und der Umsatz mitunter deutlich gesteigert werden. "Generalisten", "Entscheider", "Web-Macher", "Verstehen-Woller" nennt der Autor als Zielgruppen. Und so lautet das Zauberwort des Buches denn auch "Praktische Anwendbarkeit" - der Leser bleibt denn auch verschont von theoretischen Diskursen und seitenlangen Quelltexten. Denn: Unternehmen wollen im Netz Geld verdienen. Mario Fischer ist einer dieser begehrten externen Berater, die große Firmen zu Rate ziehen, wollen sie ihre Seite optimieren. Als Professor für Wirtschaftsinformatik und E-Commerce an der FH Würzburg fachlich auf dem neuesten Stand, kann Fischer mit einem besonderen Blick für die betriebliche Realität aufwarten und bringt gleichzeitig die Erfahrung eines langjährigen Dozenten mit. Der vielleicht größte Gewinn des Buches bleibt aber, dass der Leser lernt, die Zusammenhänge zu verstehen: wie das Internet organisiert ist, was man tun muss, um vorne mit dabei zu sein. Das Ausreizen auch der letzten Programmierertools beruht der Autor dabei getrost den "Bastelschlimpfen". "Webseiten können Spaß machen. Besser aber auch." Dem ist nichts hinzuzufügen. --Carsten Hansen, Literaturtest Kurzbeschreibung Das Web ist die ideale Plattform, sich mit bezahlbarem Aufwand bekannt zu machen. Hier geht es darum, Kunden, die nach Lösungen suchen, abzuholen, auf die richtige Webseite zu führen und sie dort zu halten. Wie macht man das? Welche technischen Hindernisse und Lösungen gibt es? Welches sind die richtigen

Suchbegriffe und Schlagwörter? Dieses Buch erläutert Ihnen die Mittel des Online- und Suchmaschinen-Marketings sowie der Suchmaschinen-Optimierung und gibt klare und umsetzbare Hinweise und Empfehlungen. Darüber hinaus geht der Autor auf das Thema Web Usability und Kundenbindung bei der Webseite ein: Nicht jeder Kunde, der auf eine Webseite kommt, bleibt dort und kommt wieder. Wie sieht eine optimal gestaltete Navigation aus? Welche optischen Elemente helfen dem Verständnis? Oft kann man Webseiten durch kleine Änderungen schon wesentlich verbessern. Auch die Erfolgskontrolle ist ein wichtiges Thema und findet in diesem Buch Berücksichtigung. Jedes Kapitel bietet dem Leser konkrete Beispiele und praktische Hinweise, die er sofort umsetzen kann.