

Inhaltsübersicht

Vorwort	13
1 Besser auffindbar – Suchmaschinenoptimierung	15
2 Gut vermarktet – Online- und Suchmaschinenmarketing	61
3 Gut gesendet – E-Mail- und Permission-Marketing	99
4 Erfolgreich im Netzwerk – Social Marketing	129
5 Usability – vom Nutzererlebnis zur Conversion-Rate	177
6 Websites für alle – Barrierefreiheit	259
7 Das Scheunentor – Sicherheitslücken vermeiden	295
8 Wider die Langsamkeit – Performance-Optimierung	367
9 Alles neu? – Designoptimierung und Relaunch-Konzeption	405
10 E-Controlling – Erfolgskontrolle im Netz	443
Stichwortverzeichnis	491

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	13
1 Besser auffindbar – Suchmaschinenoptimierung	15
1.1 Hartnäckige Mythen.....	16
1.2 Kennzahlen.....	18
1.3 Suchdienste im Web.....	19
1.4 So listen Suchmaschinen die Ergebnisse	25
1.4.1 Relevanz	26
1.4.2 Der HTML-Code wird zerlegt	27
1.4.3 Link Popularity	29
1.4.4 Google PageRank.....	29
1.4.5 Linktexte	31
1.4.6 Vertrauen zählt	33
1.5 Die Optimierung durchführen	34
1.5.1 Auf die Ziele kommt es an	35
1.5.2 Keywords auswählen	36
1.5.3 Website-Struktur.....	39
1.5.4 Eine HTML-Seite optimieren.....	40
1.5.5 Die Verlinkung verbessern	41
1.5.6 Suchmaschineneintrag	41
1.5.7 Der richtige Einsatz von Domainnamen.....	44
1.6 Die Tücken der Technik	45
1.6.1 JavaScript, Flash & Co.	45
1.6.2 Frames und Iframes.....	47
1.6.3 Umbau der Website – Weiterleitungen	49
1.6.4 Dynamische Seiten – URL-Parameter	50
1.6.5 Die Geheimnisse der robots.txt-Datei	51
1.6.6 Unfreiwilliger Spam	53
1.7 Pay-per-Click-Werbung	57
1.7.1 Funktionsweise	58
1.8 10 Top-Tipps zur Suchmaschinenoptimierung	59
2 Gut vermarktet – Online- und Suchmaschinenmarketing	61
2.1 Suchmaschinenwerbung – Google AdWords & Co.	61
2.1.1 Google AdWords einrichten	64
2.1.2 Eine AdWords-Kampagne erstellen	65
2.1.3 Kostenkontrolle und Bietermodell	71
2.2 Themenrelevantes Marketing	72
2.2.1 Klassische Bannerwerbung	72
2.2.2 Affiliate-Marketing	79
2.2.3 Produktsuchmaschinen	87
2.2.4 Verzeichnisdienste & lokale Suche	90
2.2.5 Eintrag in Google Places	92

2.3	Kosten- und Nutzenrechnung	93
2.4	10 Top-Tipps zum besseren Marketing	97
3	Gut gesendet – E-Mail- und Permission-Marketing	99
3.1	Erfolgsfaktoren.....	100
3.1.1	Adressliste	100
3.1.2	An- und Abmeldemechanismus	103
3.1.3	Rechtssicherheit	105
3.1.4	Der richtige Zeitpunkt.....	108
3.1.5	Format.....	108
3.1.6	Optimierung für mobile Endgeräte.....	112
3.2	Die richtigen Inhalte.....	112
3.2.1	Betreffzeile und Vorschaufenster	113
3.2.2	Transparente Herkunft	113
3.2.3	Themenschwerpunkte	114
3.3	Tools für E-Mail-Marketing.....	117
3.3.1	Gängige Mailprogramme wie Outlook.....	117
3.3.2	Beauftragung eines Dienstleisters	119
3.3.3	Plug-ins und Lizenzprodukte.....	120
3.3.4	Den passenden Anbieter finden	123
3.4	Erfolgskontrolle und Kennzahlen.....	124
3.4.1	Bounce-Rate	124
3.4.2	Zustellrate	125
3.4.3	Öffnungsrate	125
3.4.4	Klickrate.....	125
3.4.5	Conversion-Rate	126
3.4.6	Return on Marketing Investment (ROMI).....	126
3.5	10 häufige Fehler beim E-Mail-Marketing.....	126
4	Erfolgreich im Netzwerk – Social Marketing	129
4.1	Facebook	130
4.1.1	Facebook-Grundlagen	131
4.1.2	Gefällt mir.....	133
4.1.3	Facebook-Seiten	140
4.1.4	Facebook-Anwendungen.....	145
4.1.5	Werben auf Facebook	151
4.2	Google+.....	158
4.2.1	+1.....	158
4.2.2	API-Programmierung	161
4.2.3	Seiten erstellen	163
4.3	Twitter	165
4.3.1	Grundlagen	166
4.3.2	Schaltflächen	166

4.4	Weitere Dienste.....	169
4.4.1	XING.....	169
4.4.2	LinkedIn	169
4.4.3	MySpace.....	169
4.4.4	VZ.....	170
4.4.5	Lokalisten	171
4.4.6	Pinterest	171
4.4.7	So.cl.....	172
4.4.8	YouTube	173
4.5	Die 10 Top-Social-Media-Dienste	174
5	Usability – vom Nutzererlebnis zur Conversion-Rate	177
5.1	Ziele finden.....	177
5.1.1	Nutzererlebnis	178
5.1.2	Zielgruppe.....	178
5.1.3	Transaktionen.....	179
5.1.4	Die Ziele-Checkliste	187
5.2	Nutzer in Schwierigkeiten – kritische Punkte	192
5.2.1	Auflösungen, Bildschirmgrößen und mobile Endgeräte	192
5.2.2	Navigation.....	201
5.2.3	Inhalte und Inhaltsdarstellung.....	219
5.2.4	Formulare.....	227
5.2.5	Suche	233
5.2.6	Prozesse	235
5.2.7	Hilfe und Fehler	238
5.3	Messen und Testen	242
5.3.1	Informationen aus Statistiken.....	242
5.3.2	Heatmaps, A/B-Tests und multivariate Tests.....	247
5.3.3	Nutzertests	251
5.4	10 Top-Tipps für bessere Usability	256
6	Websites für alle – Barrierefreiheit	259
6.1	Standards.....	261
6.2	Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.0	263
6.2.1	Wahrnehmbar	264
6.2.2	Bedienbar	274
6.2.3	Verständlich.....	281
6.2.4	Robust	285
6.3	Tools.....	288
6.3.1	Screenreader	288
6.3.2	Validierer	289
6.3.3	Browsererweiterungen	292
6.4	10 Top-Checkpunkte für Barrierefreiheit	294

7 Das Scheunentor – Sicherheitslücken vermeiden	295
7.1 Hintergründe	295
7.2 Minimalitätsprinzip für Informationen	296
7.3 Cross-Site Scripting (XSS).....	300
7.3.1 Die Same-Origin-Policy von JavaScript	301
7.3.2 XSS in Aktion	302
7.3.3 Beispiele für XSS-Angriffe.....	306
7.3.4 Gegenmaßnahmen.....	310
7.4 SQL Injection.....	320
7.4.1 SQL Injection in Aktion.....	320
7.4.2 Beispiele für SQL Injection	323
7.4.3 Gegenmaßnahmen.....	325
7.5 Session-Angriffe	333
7.5.1 Angriffe gegen Cookies.....	335
7.5.2 Session-Hijacking	336
7.5.3 Gegenmaßnahmen.....	341
7.6 Cross-Site Request Forgery (CSRF)	345
7.6.1 CSRF in Aktion	345
7.6.2 Gegenmaßnahmen.....	349
7.6.3 CSRF-Schutz mit PHP	349
7.6.4 CSRF-Schutz mit ASP.NET	351
7.7 Clickjacking.....	352
7.7.1 Clickjacking in Aktion	352
7.7.2 Gegenmaßnahmen.....	353
7.8 RIA-Angriffe	355
7.8.1 Flash.....	355
7.8.2 Silverlight	356
7.9 Automatisierung und CAPTCHAs	358
7.9.1 CAPTCHAs in Aktion.....	359
7.9.2 reCAPTCHA mit PHP	361
7.9.3 reCAPTCHA mit ASP.NET	363
7.10 10 Top-Sicherheitslücken	365
8 Wider die Langsamkeit – Performance-Optimierung	367
8.1 Weniger Daten	368
8.1.1 JavaScript komprimieren.....	368
8.1.2 CSS komprimieren	375
8.1.3 HTML komprimieren	377
8.1.4 Bilder komprimieren	380
8.2 Weniger HTTP-Verbindungen	386
8.2.1 Mehrere Domains	388
8.2.2 Dateien zusammenführen	389
8.2.3 CSS-Sprites	390
8.2.4 JavaScript asynchron laden	396

8.3	Caching	398
8.3.1	HTTP-Header	398
8.3.2	CDN.....	401
8.4	10 Top-Tipps zur Performance-Optimierung	402
9	Alles neu? – Designoptimierung und Relaunch-Konzeption	405
9.1	Relaunch – ja oder nein?.....	405
9.2	Konzeption	407
9.2.1	Konzeptionelle Struktur	407
9.2.2	Frühe Konzeption: Moods, Scribbles und Co.	410
9.2.3	Visuelle Bestandteile	414
9.2.4	Funktionalitäten und Anforderungen.....	417
9.2.5	Prozesse und Schnittstellen.....	420
9.2.6	Wireframes und Klickdummy	426
9.2.7	Migration von Inhalten.....	433
9.3	Optische Struktur	433
9.3.1	UI Design Patterns	434
9.3.2	Raster	436
9.4	10 Top-Anzeichen für einen Relaunch.....	440
10	E-Controlling – Erfolgskontrolle im Netz	443
10.1	Zum Begriff	443
10.2	Betriebswirtschaft	444
10.3	Technologie	445
10.3.1	Server-Logs.....	445
10.3.2	Tracking-Image.....	446
10.3.3	Tracking mit JavaScript	447
10.3.4	Cookies.....	448
10.3.5	API-Call.....	449
10.4	Tools.....	450
10.4.1	Google Analytics.....	451
10.4.2	Piwik.....	452
10.4.3	CMS-Integration	454
10.5	Standardfunktionsumfang	454
10.5.1	Visits.....	455
10.5.2	Page Impressions	456
10.5.3	Seiten	457
10.5.4	Zeitraum.....	457
10.5.5	Besucher im Detail	458
10.5.6	Herkunft der Besucher	460
10.5.7	Keywords.....	462
10.5.8	Technische Ausstattung der Besucher	463
10.5.9	Datenexport	464

10.6	Fortgeschrittenes Tracking	465
10.6.1	Ziele	465
10.6.2	Besucherinteresse	466
10.6.3	E-Commerce-Integration.....	466
10.6.4	Kampagnen	467
10.6.5	Landing Pages	468
10.6.6	Customizing	468
10.6.7	Segmentierung	469
10.6.8	Link-Tracking	469
10.6.9	Heatmaps	470
10.6.10	Klickpfade.....	472
10.6.11	Live-Tracking	473
10.6.12	Soziale Medien	475
10.6.13	Mobile-Tracking.....	476
10.6.14	Performance	477
10.7	Apps	478
10.8	Facebook-Tracking.....	479
10.9	Probleme bei der Erhebung	481
10.10	Datenschutz.....	482
10.10.1	Speicherung der IP-Adresse	483
10.10.2	Einsatz von Cookies	485
10.10.3	Do not track.....	487
10.11	Fazit.....	489
10.12	10 Top-Checkpunkte für das E-Controlling	489
	Stichwortverzeichnis.....	491