



Der Internet-Code

Die Sprache des Webs

**Ein PDF-Report von
Walter B. Walser**

«Inhaltsverzeichnis»

Wer mit dem Internet zu tun hat, begegnet immer wieder vielen Fachbegriffen. In diesem E-Book werden die häufigsten Begriffe erläutert. Mit der Tastenkombination [CTRL] + [F] können Sie nach einem Schlüsselwort suchen.

Wir haben das E-Book designmässig einfach gehalten, damit Sie es gegebenenfalls ausdrucken können, ohne dass Sie ein Vermögen an Tinte oder Toner investieren müssen.

«E-Mail Vokabular»	3
«Surfer-Vokabular»	9
«Website-Betreiber-Vokabular»	16
«Werber- und Verkaufs-Vokabular»	23
«Blogger-Vokabular»	31
«WordPress-Vokabular»	35
«Social-Media-Begriffe»	42
«Hosting-Begriffe»	45
«Die enormen Vorteile der Online-Tools»	49
«9 Gründe für den Einsatz von Online-Werkzeugen»	49
«Weitere Informationen vom Autor»	51
«Viele Ideen für mehr Kunden mit Content Marketing»	51
«He Boss, wir brauchen mehr Kunden»	52
«Gewinne neue Kunden, erhalte Kunden mit E-Mail-Marketing»	53
«Impressum»	54

«E-Mail Vokabular»

Attachment: Datei-Anhängsel, welches mit der E-Mail mitverschickt wird. An E-Mails angehängte Dateien wie Fotos, Pläne, PDF-Dokumente, etc.

Autoresponder: Ein Autoresponder ist ein automatisiertes E-Mail-Antwortsystem. Hierzu wird ein beliebiger Text mit einer E-Mail-Adresse verknüpft. Jedes Mal, wenn an diese E-Mail-Adresse eine E-Mail -egal welchen Inhalts geschickt wird, antwortet der Autoresponder automatisch und sendet den Inhalt des Textes sofort an den Absender der E-Mail, egal wann und wie oft.

Details unter <https://kundennutzen.ch/autoresponder/>

BCC: Steht für Blind Carbon Copy. Mit diesem Befehl können Sie mit Ihrem E-Mail-Programm E-Mails an mehrere Personen gleichzeitig versenden. Der Empfänger sieht nicht, wer die E-Mail noch erhalten hat! Verwenden Sie nur dieses Verfahren, um E-Mail-Kopien zu verschicken. Es geht niemand etwas an, an wen Sie die E-Mails noch versendet haben. Zudem hat es niemand gerne, wenn man die persönliche E-Mail-Adresse weiterverbreitet.

BIMI: Steht für Brand Indicators for Message Identification. BIMI wird es ermöglichen, in der Übersicht der Mailbox sowie im Kopfbereich der E-Mail neben dem Absender das eigene Logo darzustellen. Ziel: Erhöhung der Markenbekanntheit und Wiedererkennung.

Body: Im Body der E-Mail befindet sich im Gegensatz zum Header der eigentliche Text der E-Mail.

Bounces: Bounces sind unzustellbare E-Mails. Gründe dafür gibt es einige, zum Beispiel, wenn ein E-Mail-Postfach voll ist oder der Server gerade nicht online ist.

Bulk-E-Mail: Werbe-Mails, auch Spam und Junk-Mail genannt. Oft werden von Suchrobotern auf Internetseiten oder in Newsgroups-Artikeln E-Mail-Adressen gesammelt. An diese werden millionenfach Werbesendungen verschickt.

CC: Steht für Carbon Copy. Mit diesem Befehl können Sie mit Ihrem E-Mail-Programm E-Mails an mehrere Personen gleichzeitig versenden. Jeder Empfänger sieht sofort, wer die E-Mail noch erhalten hat! Dieses System eignet sich ausschliesslich für geschlossene Benutzergruppen, wo jeder jeden kennt. (Zum Beispiel innerhalb einer Firma) Details unter <https://kundennutzen.ch/ccnachbcc/>

Digitale Signatur: Digitale Signaturen sind sichere elektronische Unterschriften. Sie erfüllen strengste Vorgaben für die Sicherheit und die Rechtsgültigkeit. Digitale Signaturen nutzen eine zertifikatbasierte digitale ID, die von anerkannten Zertifizierungsstellen ausgestellt wird. Wenn ein E-Mailer ein Dokument unterschreibt, wird seine digitale Identität der entsprechenden Person eindeutig zugeordnet und die Unterschrift wird verschlüsselt mit dem Dokument verknüpft.

DKIM: Steht für Domain Keys Identified Mail. Das verschlüsselte Protokoll ermöglicht die Signatur von E-Mails mit ihrem jeweiligen Domainnamen. Zusammen mit dem Protokoll SPF werden die E-Mails vor Angriffen geschützt.

DMARC: Steht für Domainbased Message Authentication Reporting Conformance. Definiert was zu tun ist, wenn die Protokolle SPF und DKIM fehlerhaft sind.

Double Opt-in: Hier handelt es sich um ein bestätigtes Anmeldeverfahren. Nach der Anmeldung zum Bezug eines Newsletters erhält man eine E-Mail, mit der man die Anmeldung bestätigen muss. Erst damit wird man definitiv in eine Aboliste eingetragen. Synonym: Confirmed Opt-in.

Emoticons: Um die Stimmung anzuzeigen sind Smileys geeignet. So zum Beispiel :-) oder ;-)

Filter: Viele E-Mail-Programme bieten die Möglichkeit an, so genannte Filterregeln einzusetzen. Diese Filter übernehmen automatisch Routinearbeiten. So können beispielsweise E-Mails mit einem bestimmten Absender automatisch weitergeleitet oder gelöscht werden.

Follow-Up-Autoresponder: Der Follow-Up-Autoresponder wird im Online-Marketing eingesetzt. Dieser spezielle Autoresponder versendet mehrere E-Mails in einem zeitlich definierten Abstand.

Forward: Weiterleiten einer E-Mail an einen anderen Empfänger.

GnuPG: GnuPG ist eine Verschlüsselungs-Software, die als eine der derzeit besten Verschlüsselungssysteme gilt.

Grabbing: Als E-Mail-Grabbing (oder auch Harvesting „Ernte von E-Mail-Adressen“) bezeichnet man den Vorgang, wenn Webcrawler (Roboter, Spider) unaufgefordert das Internet nach E-Mail-Adressen durchsuchen und bei Erfolg diese in einer Datenbank speichern. Diese Datenbanken werden von den Betreibern für Werbezwecke angeboten, verkauft und sind Quelle von unerwünschten Werbe-Mails.

Header: Beinhaltet technische Informationen über die E-Mail.

Hoax: Falsche Virenwarnungen nennt man Hoax. „Achtung: Zurzeit ist ein hochgefährlicher Virus unterwegs.“ Fakt ist, dass alle diese Warnungen keinen ernstzunehmenden Hintergrund haben. Viren sind tagtäglich unterwegs, der Benutzer muss also jeden Tag aufmerksam sein.

HTML-E-Mail: HTML-E-Mails können Text-Formatierungen und Bilder beinhalten, sind jedoch nicht in allen E-Mail-Programmen perfekt darstellbar.

Details unter <https://kundennutzen.ch/html-mails/>

IMAP: Steht für Internet Message Access Protocol. IMAP ist ein Standard-Protokoll für den Zugriff auf E-Mails als Alternative zu POP3. Mit IMAP kann man E-Mails empfangen und versenden. Per E-Mail-Client kann man nur den Betreff der E-Mail betrachten, um anschliessend über das Herunterladen der kompletten E-Mail zu entscheiden. Ausserdem lassen sich auf dem Internetserver Ordner anlegen, E-Mails löschen oder nach bestimmten E-Mails und Anhängen suchen. Dafür benötigt IMAP eine dauerhafte Verbindung zum Internetserver, solange die E-Mails bearbeitet werden.

Kettenbriefe: Versenden Sie keine Kettenbriefe und massenhafte Viruswarnungen. Diese verschickten (noch dazu häufig gefälschten) Handlungsaufforderungen sind nicht nur eine sinnlose Zeitverschwendung, sondern auch ein Datenschutzproblem.

Mailinglisten: Gruppe von Teilnehmern, die jeweils E-Mails an eine bestimmte Adresse senden und Kopien der anderen Teilnehmerbeiträge erhalten.

Mime-Multipart-Format: Das Mime-Multipart-Format stellt bei E-Mails sicher, dass E-Mail-Programme, die nicht HTML-fähig sind, als Alternative eine E-Mail im Textformat erhalten.

Netikette: Zusammensetzung aus Net und Etikette. Ein Netz-Knigge für angemessenes und anständiges menschliches Verhalten im Internet und bei E-Mails.

Newsletter: Elektronische Zeitung, die per E-Mail versendet wird. Newsletter lassen sich auf vielen Websites kostenlos abonnieren und werden vom Anbieter in regelmäßigen oder unregelmässigen Abständen verschickt.

Details unter <https://kundennutzen.ch/newsletterabo/>

Öffnungsrate: Die Öffnungsrate ist der Anteil der E-Mails, der von den Empfängern geöffnet wird. Berechnung: Anzahl geöffneter E-Mails / Anzahl zugestellter E-Mails * 100

Ordner: Alle E-Mails im gleichen Ordner aufzubewahren ist sehr unübersichtlich. Indem man Ordner für alle wichtigen Korrespondenzpartner anlegt, findet man archivierte E-Mails viel schneller wieder.

PGP: Steht für Pretty Good Privacy und ist ein Programm zur Verschlüsselung von E-Mails. PGP ist für private Zwecke kostenlos über viele Sharewarearchive zu beziehen. Im E-Mail-Bereich ist PGP mittlerweile zu einem Quasi-Standard geworden und wird von sehr vielen Leuten eingesetzt.

Phishing-E-Mail: Diese E-Mails enthalten eine Aufforderung zum Besuch einer gefälschten Website. Auf dieser Website versuchen die Betrüger, sich Bankzugangsdaten oder andere persönliche Daten der E-Mail-Empfänger zu verschaffen. Sie veranlassen die Empfänger Login und Passwort zu verraten.

POP3: Der POP-Eintrag ist für das Empfangen der E-Mails verantwortlich. Den entsprechenden Eintrag für die Konfiguration Ihres E-Mail-Programms erhalten Sie von Ihrem E-Mail-Provider.

Provider: Der Provider ist diejenige Firma, die Ihren E-Mail-Anschluss verwaltet und bewirtschaftet.

Sender Score: Das Unternehmen Return Path bietet einen kostenlosen Service, bei dem ein Algorithmus die Reputation jeder E-Mail-Server IP-Adresse auf einer Skala von 0 bis 100 bewertet. Return Path zeichnet auf, ob sich Kontakte regelmässig von E-Mails bestimmter Absender abmelden oder diese als Spam markieren. Der Sender Score, der Ihnen zugeteilt wird, ist keine feste Grösse, sondern ändert sich je nach Ihren E-Mail-Marketing-Gewohnheiten und den Reaktionen Ihrer Empfänger.

Signatur: Eine Signatur befindet sich unter dem E-Mail-Text und beinhaltet normalerweise Informationen über den E-Mail-Versender wie zum Beispiel Name, Adresse, Telefon, Telefax, Internetadresse, Werbeangebot.

Details unter <https://kundennutzen.ch/signaturen/>

Smiley: Um die Stimmung anzuzeigen sind Smileys geeignet. In geschäftlichen E-Mails sollten Sie diese Smileys nur verhalten verwenden. Folgende Smileys sind einigermassen eindeutig: :-) fröhlich, lächeln ;-) augenzwinkern :-(traurig, enttäuscht :-(
sehr traurig

SMTP: Der SMTP-Eintrag ist für das Senden der E-Mails verantwortlich. Den entsprechenden Eintrag für die Konfiguration Ihres E-Mail-Programmes erhalten Sie von Ihrem E-Mail-Provider.

Details unter <https://kundennutzen.ch/email-konfiguration/>

Spam: Lästige und unverlangte Werbe-E-Mail. Synonyme: UCE, Junk-Mail, Werbemüll.

Details unter <https://kundennutzen.ch/spamschutz/>

Spamordner: Viele E-Mail-Dienste bieten schon seit längerer Zeit einen Spamschutz an. Dabei werden E-Mails in einen separaten Ordner verschoben, wenn es sich um Werbemüll handelt. Aufgrund diverser Indikatoren wird der Spam ermittelt. So arbeiten die heutigen Filter sehr zuverlässig. Trotzdem, es kann immer mal wieder eine wichtige E-Mail im Spamordner landen. Überprüfen Sie zumindest einmal im Monat, ob sich im Spamordner keine wesentliche E-Mail befindet.

SPF: Der Begriff Sender Policy Framework bezeichnet ein Verfahren, mit dem verhindert werden soll, dass eine Absender-E-Mail-Adresse gefälscht werden kann. Es verhindert, dass E-Mails zum Beispiel über nicht legitimierte IP-Adressen versendet werden können.

Steganographie: Mittels Steganographie-Software kann man Texte in Bildern, Videos und Sounddateien verstecken.

Text-E-Mails: Text-E-Mails können keine Textformatierungen beinhalten und sind in jedem E-Mail-Programm perfekt lesbar.

Transaktions- E-Mails: Transaktionsmails (resp. Systemmails) sind E-Mails, die automatisch durch Besucheraktionen aus Shop, Online-Portalen, sozialen Netzwerken oder vergleichbaren Systemen ausgelöst werden.

Triggermails: Triggermails sind E-Mails, die automatisch verschickt werden. Der Auslöser für ein Triggermail ist ein bestimmtes Ereignis oder ein bestimmter Zeitpunkt. Wichtig dabei ist, dass es sich um ein persönliches Ereignis des Empfängers handelt. Zum Beispiel ein Geburtstag oder ein Namenstag.

Details unter <https://kundennutzen.ch/transaktionsorte/>

Umleiten: Es wird eine Kopie der Mail an die Umleitungsadresse gesendet. Alle Header (technische Hintergrundinformationen), Absender- und Empfänger-Adressen bleiben unverändert. Wie die Umleitung zustande gekommen ist, sieht der Empfänger nur an den zusätzlichen Headerzeilen (die normalerweise nicht angezeigt werden)

Undisclosed recipient: Bei E-Mail-Programmen ist es möglich den Empfänger (AN Feld) leer zu lassen und die Empfänger via CC- resp. BCC-Feld zu erfassen. Solche E-Mails erkennt man daran, dass im E-Mail-Header für den Empfänger der Text undisclosed-recipients erscheint.

Verschlüsseln: E-Mails sind wie Postkarten; jeder Provider kann sie lesen. Verschlüsseln Sie allenfalls vertrauliche E-Mails. (Klären Sie aber ab, ob die Gegenseite die Datei entschlüsseln kann!)

Webhook: Webhooks sind Ereignisse, die eine bestimmte Aktion auslösen. Im E-Mail-Marketing werden sie für die Kommunikation zwischen verschiedenen Systemen verwendet.

Weiterleiten: Es wird eine Kopie der E-Mail in die Mail an die Weiterleitungsadresse eingefügt und kann vor dem Absenden bearbeitet verändert werden. Es wird nur der E-Mail-Text weitergeleitet, Anlagen gehen dabei verloren, auch die digitale Signatur.

«Surfer-Vokabular»

ADSL: Steht für Asymmetrical Digital Subscriber Line und bezeichnet ein Breitbandverfahren, welches die vorhandene Festnetztelefonleitung benutzt. Damit surfen Sie also schnell und zum Einheitstarif ohne Zeitdruck.

AGB: Die allgemeinen Geschäftsbedingungen treffen Sie vor allem in Online-Shops an.

Alias: So eine Art Übernamen. Wenn Sie zum Beispiel an einem Chat teilnehmen, können Sie sich einen Übernamen wie „James Bond“ aneignen.

App: Hier handelt es sich um ein Zusatzprogramm für ein Smartphone. Es gibt tausende von Apps für jeden denkbaren Zweck.

Augmented Reality: Bei dieser Technik werden Einblendungen virtueller Informationen in die echte Umgebung eingespielt.

Blog: Blog ist die Kurzform von Weblog. Die Bezeichnung Weblog setzt sich zusammen aus „Web“ und „Log“. Log kommt von Logbuch und meint eine journalartig geführte Aufzeichnung von Ereignissen. Blog wirkt poppiger und frecher und ist eher umgangssprachlich. Leute, die ein Weblog schreiben, nennt man Blogger.

Bookmark: Begriff für Lesezeichen. Hilfsmittel, um im Browser schnell wieder eine bestimmte Webseite zu finden, analog zu einem Lesezeichen in einem Buch.

Browser: Jenes Programm, mit dem Sie surfen, also zum Beispiel Mozilla Firefox, Microsoft Edge, Safari von Apple, Google Chrome oder Opera. Damit „brausen“ Sie gewissermassen durch das Web. Details unter <https://kundennutzen.ch/browser/>

Cache: Ein besonderer Speicher im Browser, der zum Zwischenspeichern von Internetseiten verwendet wird. So richten zum Beispiel Browser einen Cache auf der Festplatte des Benutzers ein, um die Ladezeiten zu reduzieren. Beim Zugriff auf eine Webseite prüft der Browser zunächst, ob bereits eine Version im lokalen Cache liegt, und vergleicht die Webseite auf etwaige Änderungen.

Chat: Software mit der Sie sich via Tastatur (und/oder via Mikrofon und Lautsprecher) mit anderen Anwendern unterhalten können.

Chronik: Via Chronik haben Sie eine Übersicht über die in der Vergangenheit besuchten Webseiten. Aus Datenschutzgründen können Sie diese Chronik jederzeit löschen oder automatisch vom Browser entfernen lassen.

Clickbait: Ein Clickbait ist eine Massnahme, um Klicks zu generieren, indem durch die Überschrift oder die Bilderwahl ein bestimmter, oft provokativer Inhalt suggeriert wird.

Cookie: Kekes. Kleine Informationshappen, die von einer Website im Browserverzeichnis angelegt werden. Sie dienen insbesondere dazu, einen Anwender bei einem erneuten Besuch auf einer Website wieder zu erkennen.

CrowdFunding: Steht ungefähr für Schwarmfinanzierung. Hat jemand scheinbar eine gute Idee, aber kein Geld für die Realisierung: Er wird seine Idee auf einer CrowdFunding-Plattform vorstellen. Er hofft, dass genügend Personen das Projekt vorfinanzieren und dafür mit einem Produkt oder Rabatt belohnt werden. Es bleibt ein Restrisiko, dass das Projekt stirbt und das Geld danach weg ist.

Customer Experience (CX): Customer Experience geht weiter als die User Experience und berücksichtigt zudem wie faire und transparente Preisgestaltung, Werbemassnahmen, das Markenimage, Bestell- und Abwicklungsprozesse, sowie die Produktgestaltung bis hin zur Kundenkommunikation.

Deeplink: Links in die Tiefe einer Website.

Download: Herunter laden einer Datei vom Internet auf Ihren eigenen Computer.

Egogooglen: Suche in der Suchmaschine Google nach sich selbst, zum Beispiel „Klaus Richter“ Zürich

FAQ: Steht für Frequently Asked Questions und ist eine Liste mit häufig gestellten Fragen und deren Beantwortung. FAQs finden Sie vor allem auf grösseren Websites. Bevor Sie fragen, lesen Sie diese Liste durch. Ggf. finden Sie hier die Lösung für Ihr Anliegen. Details unter <https://kundennutzen.ch/faq/>

Favorit: Synonym von Bookmark.

Flatrate: Internetzugang zum Pauschaltarif.

Flattr: Beim Online-Dienst von Flattr kann man Geld einbezahlen. Bei einigen Web-auftritten gibt es einen Flattr-Knopf. Klicken Sie auf diesen Knopf, so können Sie dem Betreiber der Webpräsenz eine kleine Spende übermitteln. Der Betrag wird via Flattr an den Begünstigten überwiesen.

Forum: Diskussionsort im Internet. Anwender stellen Fragen und andere helfen so gut wie möglich. Details unter <https://kundennutzen.ch/foren/>

Freebies: Geschenke, Gratis-Angebote, die Surfer auf eine Website locken. Freebies sind digitale Geschenke wie ein E-Book, ein PDF-Report, Grafiken, Sounddateien, Filme oder Online-Kurse. Details unter <https://kundennutzen.ch/geschenke/>

Googlen: Synonym fürs Suchen in einer Suchmaschine. Dieses Wort ist deshalb entstanden, weil die Suchmaschine Google so populär ist. Details unter <https://kundennutzen.ch/google/>

Hamburger-Menü: Darunter versteht man die drei waagrechten, parallel zueinander platzierten Striche, die für die Navigation von mobilen Seiten genutzt werden. Sie erinnern an einen Hamburger.

Homepage: Wird von der Presse und Laien oft als Begriff für einen Internetauftritt verwendet. Die Homepage ist nur die erste Seite eines Internetauftritts, die Startseite respektive Frontseite gewissermassen. Details unter <https://kundennutzen.ch/homepage/>

HTML: Abkürzung für Hyper Text Markup Language. Enthält Formatierungsanweisungen für die klassischen Internetseiten. HTML ist keine Programmiersprache, sondern eine Seitenbeschreibungssprache.

https: Beim https-Protokoll werden die Daten, die Sie auf einer Website eingeben, bei der Übertragung zum Webserver verschlüsselt. Details unter <https://kundennutzen.ch/https/>

Impressum: Im Impressum stehen Informationen über die Betreiber eines Internetauftritts.

Internet of Things (IOT): Dabei handelt es sich um alltägliche Geräte (Kühlschränke, Toaster, Türen, etc.), die mit dem Internet verbunden sind.

IP-Adresse: Eindeutige Identifikationsnummer eines Rechners im Internet.

Lesezeichen: Deutsches Synonym von Bookmark.

Login: Das Login ist eine Benutzerkennung, die Sie in Passwortbereichen brauchen. Zum Login gehört ein dazugehöriges Passwort.

Lurker: Lurker sind Personen, die im Internet Inhalte konsumieren, aber selbst nichts dazu beitragen.

Meta-Suchmaschine: Eine Meta-Suchmaschine sucht nicht selbst, sondern lässt suchen. Die von Ihnen gesuchten Begriffe werden an mehrere konventionelle Suchmaschinen weitergeleitet. Die Ergebnisse werden eingesammelt und nach einem eigenen Sortierschlüssel wieder ausgegeben. Beispiel: <https://www.ertools.ch/>

Newbie: Dieser Begriff kennzeichnet einen Internetneuling.

Newsletter: Newsletter sind periodisch versendete E-Mails an eine mehr oder weniger gleichbleibende Gruppe von Adressaten. Sie beinhalten meist kurze Meldungen, Unternehmens- oder Produktnachrichten zu bestimmten Themen. Per Link gelangt der Empfänger ggf. zu ausführlichen Berichten oder Angeboten auf Webseiten.

Paypal: Mit Paypal kann man lediglich mit Hilfe der E-Mail-Adresse und eines Passwortes Zahlungen übermitteln oder empfangen.

PDF: Die Abkürzung PDF steht für „Portable Document Format“ und ist ein häufig anzutreffendes Dateiformat. Zum Betrachten dieser Dateien brauchen Sie ein Plug-In (Adobe Acrobat Reader).

Portal: Eine virtuelle Plattform für ein bestimmtes Thema oder Branche. Hier treffen sich Menschen mit gemeinsamen Interessen.

Posten: Einen Beitrag in einem Diskussionsforum leisten resp. einen Beitrag in einer Mailing-Liste oder einem Blog schreiben.

Plug-In: Zusatzprogramm im Browser, um zusätzliche technische Fähigkeiten zu erwerben.

RSS: Steht für Really Simple Syndication. RSS erlaubt Internetanwendern mit einem geeigneten Leseprogramm, Inhalte aus dem Internet automatisch abzurufen. RSS ist ein standardisiertes Datei-Format zur einfachen Weitergabe von Web-Inhalten. Auf vielen Websites signalisieren Logos wie RSS oder XML eine RSS-Datei. Das Logo ist ein Verweis auf die URL der RSS-Datei. Diese Datei enthält eine Auflistung der Inhalte; entweder nur ein Auszug des Inhaltes mit einem Link zum Beitrag oder den gesamten Beitrag. Details unter <https://kundennutzen.ch/rss/>

Short URL: Hier geht es um eine gekürzte Webadresse.

Details unter <https://kundennutzen.ch/url-shortener/>

Sitemap: Inhaltsverzeichnis eines Internetauftritts. Zeigt mehr oder weniger auf einen Blick die Struktur einer ganzen Website an.

Skip: Intro: Einige Websites haben auf der Startseite eine Animation, welche mit der Software Flash gemacht wurde. Falls Sie diese Animation schon mal gesehen haben, resp. nicht sehen wollen, können Sie mit einem Klick auf „Skip Intro“ diese Animation einfach überspringen.

Skype, skype: Software, mit der Sie über das Internet telefonieren können. Per Skype können Sie mittels einer Webkamera Ihren Gesprächspartner sehen.

Smiley: Gefühlsregungen via Tastatur zeigen, zum Beispiel :-) :-((

Suchkatalog: Ermöglicht die Suche nach Informationen im Internet anhand von Themenrubriken.

Suchmaschine: Ermöglicht die Suche nach Informationen im Internet anhand von Stichwörtern. Beispiele: <https://www.google.ch/> oder <https://www.bing.ch/>.

Tablet: Ein Computer, der lediglich aus einem kleineren, flachen Bildschirm besteht. Beispiel: Der Kindle, von der Firma Amazon. Details unter <https://kundennutzen.ch/kindle/>

Tabs: Tabs sind Arbeitsblätter respektive Reiter in einem Browser. Jeder dieser Tabs zeigt eine andere Internetadresse an. So kann der Surfer gelegentlich von Reiter zu Reiter springen.

Themes: Mit Themes können Sie das optische Erscheinungsbild Ihres Browsers mit einem Klick ändern. Es gibt Tausende von Designs, um den Browser zu personalisieren.

TOR-Browser: Der Tor-Browser wird benötigt, um im Darknet zu surfen.

Troll: Ein Troll ist ein nerviger Mensch, der im Kommentarbereich von Blogs und Diskussionsforen sein Unwesen treibt. Der Troll nervt Blogbetreiber als auch Leser durch abwegige Ansichten, die er wiederholt vorträgt. Der Troll bleibt niemals bei einem Diskussionsthema und fühlt sich am wohlsten, wo er am wenigsten willkommen ist.

Upload: Dateien vom eigenen Computer zum Internetserver hochladen. Der Upload ist das Gegenteil des Downloads.

URL: Steht für Uniform-Resource-Locator und ist eine Internetadresse wie kundennutzen.ch. Details unter <https://kundennutzen.ch/urlologie/>

User Experience (UX): Unter UX versteht man das Erscheinungsbild, die Interaktionsmöglichkeiten mit einem Anbieter und die Informationsarchitektur, es geht um die Gestaltung und Bedienung relevanter Touchpoints wie beispielsweise einem Webshop auf den unterschiedlichen Devices.

Virtual Reality: Komplette virtuelle Welt.

Vlog: Hier handelt es sich um einen Video-Blog.

VOIP: Steht für Voice Over IP. Bezeichnung für Technologien, welche ein IP-Netzwerk als Transportmittel für Sprachdaten verwenden. Konkret: telefonieren per Internet.

Warenkorbsystem: In einem Online-Shop kann der Kunde einzelne Artikel auswählen und mit einem Klick in eine Kaufliste eintragen. Diese Liste wird oft Warenkorb / Einkaufswagen genannt. Der Surfer kann den Inhalt des Warenkorbs einsehen, den Gesamtpreis überprüfen und am Ende mit einem Mausklick alle Produkte bestellen.

Web 2.0: Oberbegriff für eine neue Generation von Internetangeboten, die nicht zentral erstellt werden, sondern dezentral von den Nutzern selbst - etwa in Form von sozialen Plattformen. Web 2.0 ist also keine Technologie, sondern eine Haltung.

Web 3.0: Das semantische Internet wird als Web 3.0 bezeichnet. Google arbeitet seit 2013 mit einem semantischen Suchalgorithmus.

Weblog: Synonym von Blog.

Webmaster: Der Webmaster ist verantwortlich für die technische Funktionalität (und oftmals auch für den Inhalt) eines Internetauftritts.

Details unter <https://kundennutzen.ch/wm-knowhow/>

Webseite: Einzelne Seite auf einem Internetauftritt.

Website: Alle Seiten eines Internetauftritts. Wird von Laien fälschlicherweise Homepage genannt (Site, Internetauftritt, Webpräsenz).

WWW: Das World Wide Web ist ein Teil des Internets, wo Besucher Internetseiten aufrufen können.

Zwei-Faktor-Authentifizierung (2FA): Beim Anmelden zu einem Online-Dienst braucht man in der Regel eine E-Mail-Adresse und ein Passwort. Beim 2FA muss man zusätzlich noch einen Code eingeben, den man via SMS erhält.

«Website-Betreiber-Vokabular»

Above the fold: Dieser Begriff bezeichnet den Teil einer Website, der ohne Scrollen sichtbar ist. Bei der Gestaltung einer Website muss man darauf achten, dass die wichtigen Elemente im sichtbaren Bereich liegen.

Absprungrate: Auch unter dem Begriff Bounce Rate bekannt. Eine Absprungrate bedeutet, dass ein Besucher nur eine einzige Webseite auf einer Website betrachtet hat. Details unter <https://kundennutzen.ch/absprungrate/>

Affiliate Marketing: Affiliate Marketing resp. Partnerprogramme ist ein Vertriebskonzept für das E-Business. Ziel ist es, E-Commerce-Anbietern die Eröffnung neuer Vertriebskanäle über Partner-Websites zu ermöglichen. Linkbasiertes Affiliate Marketing leitet den Benutzer mittels Links von der Partnerseite zur Website des E-Commerce-Anbieters. Affiliate Marketing basiert auf dem Grundgedanken einer Partnerschaft mit erfolgsabhängiger Vergütung.

Ausstiegsrate: Auch unter dem Begriff Exit Rate bekannt. Diese beschreibt, wie häufig eine bestimmte Webseite die letzte Seite einer Website ist, die ein Besucher aufgerufen hat.

Backlink: Backlink steht für „Rücklink“. Damit sind Links gemeint, die auf eine andere oder die eigene Website zurücklinken.

Captchas: Programme, die sich unerwünscht automatisiert in Websites einloggen, bereiten vielen Websitebetreibern arge Probleme. Captchas verhindern die Nutzung dieser Programme durch Maschinen und lassen nur Menschen als Nutzer zu. Beispiel: Prüfgrafiken, die eine verfremdete Zeichenfolge anzeigen. Der Anwender muss diese Zeichenfolge eintippen, um ein Formular absenden zu können.

Content Management Systeme (CMS): Content Management bedeutet in erster Linie Erstellung und Verwaltung von digitalen Inhalten, die über das Internet publiziert werden. CMS nennt man die Software, mit deren Hilfe dies bewerkstelligt werden kann. Andere Bezeichnungen, von den man öfters liest, sind Redaktionssysteme oder Produktionssysteme. Wie in anderen Anwendungsbereichen ist die Software mittlerweile so leicht zu bedienen, dass selbst technisch unbegabte Nutzer, Inhalte jeglicher Form ins Netz stellen können. Genauso einfach ist die Aktualisierung der Inhalte. Details unter <https://kundennutzen.ch/cms/>

Customer Journey: Die Customer Journey (Die Reise des Kunden) bezeichnet die einzelnen Phasen, die ein Kunde durchläuft, bevor er sich für den Kauf eines Produktes oder einer Dienstleistung entscheidet. Die Kundenreise umfasst alle Berührungspunkte (Touchpoints) eines potenziellen Kunden mit einer Marke, einem Produkt oder einer Dienstleistung.

Domain: Identifiziert eine Website, zum Beispiel www.task-force.ch. Auf dieser Domain werden die Inhalte abgelegt. Details unter <https://kundennutzen.ch/domains/>

Domain-Squatting: Missbräuchliche Registrierung und Verwendung von Domains mit geschützten Marken.

Featured Snippets: Hier handelt es sich um ein Suchergebnis, welches Google dem Suchenden direkt auf der Suchseite liefert. Das Suchergebnis besteht meistens aus einem kurzen Text, dem Titel der liefernden Website und deren Webadresse. Unter Umständen wird noch ein Bild eingeblendet. Bei dieser Position spricht man von der Position 0.

Follow-Up- Autoresponder: Spezieller Autoresponder, der automatisch eine Serie von E-Mails in einem bestimmten Zeitintervall versendet. Follow-Up Autoresponder werden vor allem für Online-Marketing-Aufgaben und Online-Kurse eingesetzt. Details unter <https://kundennutzen.ch/follow-up-autoresponder/>

Frame: Mit einem Frame (Rahmen) können mehrere Internetseiten auf dem Bildschirm angezeigt werden. Ggf. lassen sich die einzelnen Seiten einzeln scrollen (bewegen). Frames gelten inzwischen als out. Details unter <https://kundennutzen.ch/frames/>

FTP: Steht für File Transfer Protocol und ist ein standardisiertes Protokoll, mit dem Dateien auf den Webserver hochgeladen werden. Für das Hochladen auf den eigenen Server gibt es also FTP-Programme.

Google AdSense: Google AdSense ist ein Partnerprogramm. Bei diesem Programm werden die Google Ads-Inserate bei vielen Websites eingeblendet. Die Websitebetreiber generieren damit Einnahmen.

Google Ads: AdWords sind die kleinen Inserate, die bei der Suchmaschine Google oben zu sehen sind. Mithilfe von Google Ads erreicht man Nutzer, die aktiv nach Produkten und Dienstleistungen suchen. Das bedeutet, dass man Kunden und Besucher der gewünschten Zielgruppe erreicht. Die Cost-per-Klick-Preisfestsetzung bedeutet, dass der Werbetreibende nur bezahlt, wenn Nutzer auf die jeweilige Anzeige klicken. So lassen sich die Kosten leicht kontrollieren.

Google Analytics: Web-Analytics (Synonyme: Traffic-Analyse, Web-Controlling, Webanalyse, Clickstream-Analyse) umfasst das Sammeln und Analysieren einer Website-Nutzung und des Benutzer-Verhaltens. Typischerweise wird untersucht, woher die Besucher kommen, welche Website-Bereiche sie aufsuchen oder wie oft welche Seiten angesehen werden. Die analysierten Informationen sollen dem Web-Verantwortlichen helfen, die Effektivität vom Internetauftritt zu verstehen und die Website im Hinblick einer Zielerreichung (zum Beispiel Häufigkeit von Besuchen, Vermehrung von Seitenaufrufen, Bestellungen, Newsletter-Abonnements) zu optimieren. Mit Analytics werden generelle und anonyme Nutzerinformationen untersucht und keine persönlichen oder benutzerindividuellen Aussagen gemacht. Google Analytics ist eine kostenlose Analysesoftware. Details unter

<https://kundennutzen.ch/google-analytics/>

Hosting: Gemietete Festplattenkapazität bei einem Hosting-Provider. Synonyme: Servermiete, Webspace. Details unter <https://kundennutzen.ch/hosting/>

Keywords: Synonyme sind Schlüsselwörter, Suchbegriffe. Die richtigen Keywords resp. Schlüsselwortkombinationen müssen auf einer Domain vorhanden sein, damit Besucher den Webauftritt mit Hilfe der Suchmaschinen finden können. Details unter <https://kundennutzen.ch/keywords/>

Knowledge Graph: Bei einer Suche bei Google wird direkt das Suchergebnis eingeblendet, ohne weiteren Informationen. So zum Beispiel nach der Frage nach dem Namen einer Hauptstadt.

Landeseite (Landingpage): Jede Werbemaßnahme im Internet muss mit einem Hyperlink enden. Der Link eines Inserates soll nicht etwa auf die Homepage, sondern auf eine speziell eingerichtete Landeseite verlinken. Das Inserat soll den Leser lediglich neugierig machen. Der eigentliche Verkauf findet ausschliesslich auf der Website statt. Der Text des Inserates muss mit dem Inhalt der Landeseite unbedingt übereinstimmen, der Übergang sollte inhaltlich nahtlos fortgeführt werden. Details unter <https://kundennutzen.ch/landeseiten/>

Login: Das Login ist eine Benutzererkennung, die man in Passwortbereichen braucht. Zum Login gehört ein dazugehöriges Passwort.

Mixed Content: Sichere, respektive verschlüsselte Websites beginnen mit https. Beispielsweise: <https://kundennutzen.ch/> Darin sind die Bilder eingebunden. Und hier kann es Mixed Content geben, gemischte Inhalte: Das ist dann der Fall, wenn ein Foto zum Beispiel an der Adresse <http://kundennutzen.ch/bild.jpg> liegt. Das ist eine unsichere Verbindung, der Webauftritt mischt Inhalte von sicheren Verbindungen mit solchen von unsicheren Verbindungen. Solche Probleme muss man unbedingt lösen.

MySQL: MySQL ist eine Datenbank. Fast alle Hosting-Provider bieten eine MySQL-Datenbank an, da viele Programme diese erfordern. Vor allem Content-Management-Systeme brauchen fast immer eine MySQL-Datenbank, um ihre Daten zu speichern.

Onlinemarketing: Onlinemarketing ist die Gesamtheit aller Marketingmassnahmen, die über elektronische Datennetze wie das Internet geplant und realisiert werden zur Erreichung der Marketingziele. Synonyme ins: Internetmarketing, Cybermarketing, und digitales Marketing.

PHP: Häufig anzutreffende Programmiersprache im Web. Details unter <https://kundennutzen.ch/php/>

Referral-Traffic: Besucher, die Ihre Website besuchen und von anderen Webpräsenzen (nicht von Suchmaschinen) zu Ihnen finden, werden Referral-Traffic bezeichnet. Die Website, von der der Besucher herkam, wird als „Referrer“ (die verweisende Webseite) bezeichnet, da sie den Besucher von einer Website zur anderen verwiesen hat.

Splittest: Beim Splittesten (auch A/B-Test genannt) werden den Websitebesuchern zwei Varianten einer (Verkaufs)-Seite gezeigt. Nach frühestens 100 Besuchern dieses Angebots erfährt man durch die Software, welche Variante am erfolgreichsten war, resp. welche Variante der Verkaufsseite mehr verkauft hat. So kann man kontinuierlich eine Webseite optimieren. Details unter <https://kundennutzen.ch/splittesten/>

Squeeze-Page: Eine spezielle Seite auf einem Webauftritt, die den Besucher dazu bewegen soll, seine E-Mail-Adresse zu hinterlassen. Dabei geht es meistens um das Abonnieren eines Newsletters. Der Name kommt daher, dass ein gewisser Druck auf den Besucher ausgeübt wird (to squeeze = pressen oder quetschen). Der Besucher wird erst auf die gewünschte Seite gelassen, wenn er seine E-Mail-Adresse erfasst hat. Details unter <https://kundennutzen.ch/squeeze-page/>

Suchmaschinenoptimierung (SEO): Unter SEO versteht man alle Anstrengungen zur Verbesserung der Platzierung einer Website in Suchmaschinen. Für die SEO werden verschiedenste Massnahmen durchgeführt. SEO-Massnahmen werden langfristig konzipiert und sind eine erfolgreiche Strategie, sofern ausschliesslich mit sauberen Methoden gearbeitet wird. Bei unsauberen Arbeitsmethoden riskiert man, dass die eigene Website aus dem Index der Suchmaschinen entfernt wird. SEO wird in zwei Massnahmen aufgeteilt: Die On-Page- sowie die Off-Page-Optimierung. Die On-Page-Optimierung umfasst alle Massnahmen, die direkt auf dem eigenen Internetauftritt durchgeführt werden. Bei der Off-Page-Optimierung geht es vor allem darum Links zur eigenen Webpräsenz zu organisieren (Link- resp. Domainpopularität). Details unter <https://kundennutzen.ch/suchmaschinenoptimierung/>

Tagging: Dateien aber auch Datensätze in Datenbanken werden mit Schlagwortbegriffen versehen, nach denen später gesucht werden kann. (Verschlagworten)

Template: Design-Vorlage, welche nur noch mit entsprechendem Text gefüllt werden muss.

Thread: Zusammengehöriger Diskussionsfaden innerhalb eines Forums oder einer Newsgroup.

Tripware: Tripwire können Sie als kleines Einstiegsprodukt für Ihren Kunden verwenden. Damit haben Sie die Chance, Ihrem Interessenten ein erstes Kaufprodukt anzubieten, das keine hohe Kaufpreisschwelle hat und dessen Kauf aufgrund dessen leichter fällt.

Usability: Website-Usability bezeichnet die Benutzerfreundlichkeit und Ergonomie einer Website. Die Sicherstellung der Usability trägt entscheidend zum Erfolg jeder Online-Präsenz bei. Details unter <https://kundennutzen.ch/usability/>

User Experience: Wahrnehmungen und Reaktionen einer Person, die aus der tatsächlichen und/oder der erwarteten Benutzung eines Produkts, eines Systems oder einer Dienstleistung resultieren. Customer Experience ist die Stimulation, welche ein Unternehmen für die Sinne der Kunden schafft.

UX: UX umfasst alle Aspekte der Interaktion einer Person mit einem Unternehmen, seinen Dienstleistungen und Produkten.

Vanity-URL: Hier handelt es sich um eine Webadresse (engl. Vanity = Eitelkeit), die einen leicht zu merkenden, kürzeren und aussagekräftigen Namen besitzt. Dabei geht es technisch gesehen meist um eine Weiterleitung.

Viral-Marketing: Das Internet eignet sich wie kein anderes Medium zuvor zur Verbreitung des Markennamens und dem eigenen Angebot, und zwar in einer Geschwindigkeit, die an das Anstecken mit einem Virus erinnert, daher die Bezeichnung. Zugrunde liegt dem Konzept die Tatsache, dass sich gute Produkte und Dienstleistungen im Internet durch Mund zu Mund-Propaganda wie ein Lauffeuer verbreiten.

W3C: Das World Wide Web Consortium (W3C) erstellt Web-Standards. Aufgabe des W3C ist es, dass Web zu seiner vollen Entfaltung zu führen. Dazu werden Technologien entwickelt (Spezifikationen, Richtlinien, Software und Software-Tools), die wiederum ein Forum für Informationen, wirtschaftliche Betätigung, Inspirationen, unabhängige Gedanken und kollektives Verständnis schaffen. Details unter <https://kundennutzen.ch/w3c/>

Webpace: Gemietete Festplattenkapazität bei einem Webpace-Provider. Synonyme sind Servermiete, Hosting.

Details unter <https://kundennutzen.ch/provider/>

Webinare: Webseminare = Webinare. Webinare sind Seminare, die online durchgeführt werden. Details unter <https://kundennutzen.ch/webinare/>

Webpromotion: Alle Massnahmen, die dazu dienen, einen Internetauftritt bekannt zu machen. Details unter <https://kundennutzen.ch/webpromotion/>

Wiki: Wikipedia ist ein Nachschlagewerk im Web. Die Technologie dahinter ist unter dem Namen Wiki bekannt. Wikis sind Sammlungen von Internetseiten, die von den Benutzern nicht nur online gelesen, sondern bearbeitet werden können. Sie ähneln damit Content Management Systemen. Der Name stammt von "wikiwiki", dem hawaiianischen Wort für "schnell". Das Anlegen eines neuen Beitrags funktioniert problemlos über Formulare. Spezielle Kenntnisse sind nicht notwendig. Soll das Wiki nur von bestimmten Personen genutzt werden, ist auch eine Vergabe von Zugangsberechtigungen möglich. Mit der Änderbarkeit der einzelnen Texte durch jedermann wird eine ursprüngliche Idee des Internets realisiert. Die Wiki-Software kann aber auch in Intranets als lebendiges Wissensmanagement eingesetzt werden.

Word of Mouse: Der Begriff Word of Mouse ist ein Wortspiel beruhend auf "word of mouth", was der Bedeutung von Mund-zu-Mund-Propaganda entspricht. Seit jeher sind Marketer bemüht, die Kundenbasis durch Empfehlungen zufriedener Kunden zu vergrößern. Im Kontext wird Word of Mouse zumeist in Verwandtschaft zum Begriff des so genannten Viralen Marketings benutzt. Gerade im Web kann das Stimulieren der Empfehlungsbereitschaft durch die Nutzer, bzw. Kunden, eine eigenständige Marketing-Strategie darstellen, die zudem noch im Vergleich zu traditionellen Werbemethoden äusserst kostensparend ist.

WordPress: Sehr bekannte Software, die für Blogs und Content-Management-Systeme verwendet wird. Details unter <https://kundennutzen.ch/wordpress/>

Zugriffsstatistik: Alle Zugriffe auf eine Website werden in so genannten Logfiles gespeichert. Mit spezieller Software werden diese Logfiles ausgewertet. Der Websitebetreiber erhält so wertvolle Informationen über seine Besucher und kann damit die Website weiter verbessern.

«Werber- und Verkaufs-Vokabular»

Adburn: Hier handelt es sich um ein ausgebranntes Werbemedium, welches keine Wirkung mehr zeigt.

Ad-Channel: Synonyme sind Target-Groups, Interessen-Gruppen, Interessen-Zielgruppen. Bedeutet, dass Ihre Anzeige gebündelt über viele Newsletter oder Websites hinweg veröffentlicht wird, immer ausgerichtet an dem Ziel, also an bestimmten Interessen, die die Leser haben.

Ad-Clicks: Die Ad-Clicks geben die Anzahl der Linkaufrufe an, die von der Adresse des Werbeträgers an eine vom Werbekunden angegebene WWW-Adresse erfolgten.

Ad Impressions: Bezeichnet die Gesamtheit aller Werbeeinblendungen. Eine Webseite kann zum Beispiel immer zwei Ad- Impressions erzeugen, wenn zwei Werbebanner darauf platziert sind.

Ad-Server: Bezeichnet einen Server, der Banner von Werbekunden verwaltet. Beim Aufruf einer Website durch einen Benutzer überträgt die Serversoftware automatisch die passenden Banner auf diese Seite. Für solche Banner-Kampagnen kann festgelegt werden, welche Banner welchen Benutzern wie lange gezeigt werden sollen – entsprechend sind die Kosten.

Advertainment: Kunstwort aus Advertising und Entertainment. Beschreibt ein Werbemittel mit Unterhaltungswert wie beispielsweise ein Werbequiz.

Ad-View: Zahl der Sichtkontakte mit einem werbeführenden Objekt wie ein Banner.

Ad-Ware: Dieser Begriff besteht aus den Wörtern Advertising (Werbung) und Software und bezeichnet Programme zur Anzeige von Werbeeinblendungen.

Affinitätsindex: Hierbei handelt es sich um das Mass der Eignung eines Werbemittels zur Abdeckung einer Zielgruppe. Bei einem Index über 100 spricht man von einer guten Abdeckung.

Ambient Media: Ambient Media ist auch unter den Begriffen Ambient Marketing und Szenemarketing bekannt. Ambient Media platziert Werbung da, wo man sie eigentlich nicht erwartet, direkt inmitten der Zielgruppe. Sei es auf Toiletten, im Postauto oder an Tankstellen.

Ambush Marketing: Bezeichnet eine überfallartige Werbeaktion an einem grossen Anlass - nur dass es sich bei dem Werbetreibenden um keinen offiziellen Sponsor handelt.

Audience: Zielgruppe.

Average Visit Duration: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Sekunden eines Besuchers auf einer Website.

Awareness Advertising: Bezeichnet die Werbung für ein Produkt in einem Land, in dem das Produkt noch nicht verfügbar ist. Damit soll der frühzeitige Aufbau der Marke vorgenommen werden.

Banner-Burnout: Bezeichnet das Nachlassen der Werbewirksamkeit eines Banners vor allem in Hinblick auf sinkende Click-Through Raten.

Betrachtungsdauer: Zeitspanne, die der Surfer mit dem Werbemedium durchschnittlich in Kontakt war.

Branding: Beim Branding geht es primär um Markenbildung und sekundär um einen Klick.

Bumper Ads: Bei diesen handelt es sich um sechssekündige Video-Ads, die vor, während oder nach einem YouTube Video nicht überspringbar angezeigt werden.

Co-Marketing: Bei Co-Marketing werben zwei Unternehmen für ein gemeinsames Angebot. Bei der Kooperation werden die beiden Reichweiten verwendet, um mehr Leads zu generieren, respektive um den Bekanntheitsgrad zu steigern.

Conversion: Mit Conversion wird die Umwandlung eines Besuchers in einen Kunden bezeichnet. Dadurch entsteht der Begriff Conversion Rate, welche im Online Marketing eine wichtige Messgrösse ist. Haben 100 Personen eine Website besucht, eine Person hat etwas gekauft, so haben Sie eine Conversion Rate von 1%. Soweit die Theorie. Im Web werden immer wieder Conversion Raten miteinander verglichen, ohne weitere Details. Dabei unterscheiden sich die Systeme im Internet. Einige der Programme arbeiten mit dem Kennwert «Besuche», andere mit «Besuchern». So können zum Beispiel 100 Besuche auf der Website von 80 Besuchern stammen, weil 20 Besucher zweimal auf der Website waren. Es entsteht somit ein eklatanter Unterschied, ob Sie mit 80 oder mit 100 rechnen,

Conversion Rate: Berechnung:

Anzahl Konversionen / Anzahl Klicks x 100

Cookie: Cookies sind kleine Informationshappen, die von einem Website-Betreiber im Browserverzeichnis angelegt werden. Sie dienen insbesondere dazu, einen Surfer bei einem erneuten Besuch wiederzuerkennen.

Cornerstone-Content: Ein Cornerstone-Beitrag, (Eckpfeiler-Inhalt) ist ein besonderer Fachbeitrag, der einen sehr hohen Nutzwert bietet und der den eigentlichen Höhepunkt einer Website bildet.

CPC (Cost-per-Click): Abrechnungseinheit für Online-Werbung. Berechnet wird die Anzahl der Click-Throughs, d. h. wie oft von einem Banner auf die Website des Werbungtreibenden geklickt wurde. Berechnung:

Kosten / Anzahl Klicks

CPCV (Cost per completed View): Kosten der Videos, die zu mindestens 75% angesehen wurden. Berechnung:

Kosten / Anzahl der gesehenen Videos

CPL (Cost per Lead): Beschreibt die Kosten pro (schriftliche) Anfrage. Berechnung:

Kosten / Anzahl Leads

CPM (Cost per Mille): Auch bekannt unter dem Begriff TKP (Tausenderkontaktpreis)

CPO (Cost per Order): Beschreibt die Kosten pro Bestellung. Berechnung:

Kosten / Anzahl Bestellungen

Crossmedia-Marketing: Eine Crossmedia-Strategie beschreibt die Realisierung einer medienübergreifenden (TV, Radio, Internet, Presse) Marketing-Kampagne. Jede Kampagne, die mindestens zwei verschiedene Medien einbezieht kann sich also crossmedial nennen. Hinter echten Crossmedia-Strategien stecken gut geplante Drehbücher, die beim Konsumenten Spannung und Aufmerksamkeit erzeugen.

Crosssell: Vorschlag zum Kauf eines Produktes an Kunden, die ein anderes bestimmtes Produkt gekauft haben.

CTR (Click Trough Rate): Die Klickrate berechnet sich aus

Klicks / Ad-Impressions.

Custom Audience: Selektierte Zielgruppe, anhand demographischer Angaben und Interessen.

Customer Journey: Steht für den Begriff Kundenreise. Die Kundenreise ist der Weg, den ein Kunde geht, wenn er etwas kauft. Die Kundenreise ist die Beschreibung der Kundenerfahrung anhand eines einzelnen konkreten Einkaufs.

Dark Patterns: Sie sind im Web unterwegs und wollen eine Reise buchen. Da lesen Sie: "Nur noch 3 Zimmer übrig." "7 andere Personen sehen sich gerade dieses Hotelseite an." Nun entsteht der Druck, dass Ihnen jemand ein Schnäppchen vor der Nase wegschnappt. Dieser Druck nennt man Dark Patterns. Deren Aufgabe ist, die Nutzer dazu zu bewegen, etwas zu tun, das sie eventuell gar nicht wollen oder zumindest nicht in Ruhe darüber nachzudenken.

DBE (Direktbuchungsentschädigung): Dieser Rabatt wird von Publishern bei Buchung von Werbemitteln gewährt.

Deep Dive: Bezeichnet die Kombination von Text-Bild-PPC Werbung.

Deeplink-Generator: Diesen Generator bieten Merchants ihren Affiliates an. Normalerweise bekommen Affiliates einen bestimmten Link auf ein bestehendes Angebot. Mit dem Generator können die Affiliates eigene Links auch auf anderen Webseiten der gleichen Domain des Merchants generieren.

Downsell: Angebot eines weiteren Produktes, dass zum Kauf angeboten wurde, nachdem der Kunde das Angebot eines Upsells abgelehnt hat.

Dropshipping: Ist auch unter dem Begriff Streckengeschäft bekannt. Bei einem Streckengeschäft nimmt ein Händler die Bestellung eines Endkunden entgegen, obwohl er die Ware nicht selbst vorrätig hat. Diese Bestellung leitet er an seinen Grosshändler weiter und der wiederum liefert (manchmal anonymisiert) direkt an den Endkunden aus.

eCPC: Der effektive CPC ist der Preis, den man bei einer TKP-Buchung für einen Klick bezahlt.

eCPM: Hier geht es um den effektiv in der Kampagne bezahlte Tausenderkontaktpreis.

Fingerprinting: Von Fingerprinting spricht man, wenn verschiedene Merkmale von den Seitenbetreibern registriert werden, darunter die Herkunfts-IP, die Bildschirmauflösung sowie installierte Schriftarten und Plug-ins. So kann ein wiederkehrender Surfer schnell bei einem Seiten-Netzwerk identifiziert werden.

Frequency-Capping: Werbetreibende Unternehmen können festlegen, dass eine durch Retargeting ausgelöste Anzeige nur insgesamt beispielsweise sieben Mal an den Nutzer ausgespielt wird, geräte- und kanalübergreifend. Werden diese sieben Mal der Einblendungen überschritten, droht sich der Benutzer von der Anzeige und damit dem Unternehmen, verfolgt und zugespannt zu fühlen.

Growth Marketing: Synonym Growth Hacking. Der Begriff bezeichnet eine Marketing-Strategie, um mit experimentellen Projekten, analytischem Denken oder auch dem Einsatz von Social Media, mehr Umsatz zu generieren und Bekanntheit einer Marke zu erzielen.

In-Page Video Ads: Von diesen Videos spricht man, wenn sie in Bannern platziert sind. Bei diesen Videos ist der Ton ausgeschaltet und muss bei Bedarf vom Benutzer aktiviert werden.

In-Read Videos: Hierbei handelt es sich um Videos, welche direkt im redaktionellen Inhalt ausgespielt werden.

In-Stream Video Ads: Hier handelt es sich um Videos, die wie Fernsehspots in gestreamten Videoinhalten gezeigt werden. Diese Videos sollten maximal 15 Sekunden lang sein.

Lookalike Audience: Zielgruppe, die einer bestimmten Käufergruppe sehr ähnlich ist.

Native Advertising: Hier handelt es sich um ein ähnliches Werbemedium wie eine Publireportage. Allerdings wird der Beitrag vom Portal selbst getextet und ist mehr informativ als werberisch.

Nutzerpfadanalyse: Die Nutzerpfadanalyse ist eine Auswertung der aufgerufenen Webseiten eines Surfers innerhalb einer Sitzung auf einer Website. Wo ist er in die Website eingestiegen, wohin ist er von dieser Webseite aus hin navigiert und welche Aktionen wurden durchgeführt.

Off-Page-Optimierung: Links, die auf die eigene Webpräsenz verlinken, sind für die Suchmaschinen-Optimierung äusserst wichtig. Alle dafür eingesetzten Massnahmen (ausserhalb der eigenen Website) sind unter dem Namen Off-Page-Optimierung bekannt.

On-Page-Optimierung: Im Gegensatz zur Off-Page-Optimierung gehören hier die Massnahmen zur Suchmaschinen-Optimierung zusammen, die sich direkt in der eigenen Webpräsenz durchführen lassen. Also zum Beispiel die Verwendung von Titles, die richtigen Schlüsselworte, etc.

Open Source: Der Ausdruck Open Source (etwa Quelloffenheit) wird meist für Software angewandt und meint im Sinne der Open Source Definition, dass es jedem ermöglicht wird, Einblick in den Quelltext eines Programms zu haben, sowie die Erlaubnis zu haben, diesen Quellcode beliebig weiterzugeben oder zu verändern. In der eigentlichen Bedeutung unterscheidet sich die Open Source Definition nicht von Freier Software. Beispiel: der Firefox-Browser.

Postview: Anzahl der Erfolge nach einem Sichtkontakt mit dem Werbemedium, aber ohne Klick auf dieses.

PPC (Pay-per-Click): PPC steht für eine Preisstruktur, die von einigen Suchmaschinen verwendet wird, um den Inserenten alle Klicks von Nutzern auf deren Werbeanzeige in Rechnung stellen zu können. Wird gemeinhin als Cost-Per-Click (CPC) bezeichnet.

Programmatic Advertising: Ist der Überbegriff für alle Marketing-Massnahmen, die automatisiert werden können.

Publireportage: Bezeichnet einen Artikel im redaktionellen Teil eines Portals. Der Inhalt wird jedoch von einem Werbekunden geliefert.

Retargeting: Ein Nutzer hat Ihre Website bereits einmal besucht und ein bestimmtes Angebot gesehen. In der Folge erhält er auf diversen Websites immer wieder Werbung für das geprüfte Angebot.

Retention-Marketing: Kundenbindung, man versucht, bestehende Kundenbeziehungen zu intensivieren.

RTA (Realtime Advertising): Ist der Überbegriff für alle programmatischen digitalen Marketingmassnahmen.

RTB (Realtime Biding): Hier handelt es sich um ein Auktionsverfahren im digitalen Marketing, mit dem Display-Werbung in Echtzeit gehandelt wird.

Run of Network: Man bucht Werbebanner und es ist egal, auf welchen Websites eines Netzwerkes diese erscheinen.

Run of Site: Man bucht Werbebanner und es ist egal, auf welchen Seiten einer Website diese erscheinen. Dadurch sind die Werbeorte preiswerter, als wenn man bestimmte Seiten auswählt.

Shoppable Content: bedeutet, dass Content-Marketing und E-Commerce nicht länger separat betrachtet werden. Sie verschmelzen zu einer Einheit und bieten eine neue Chance mit informationsorientierten Suchanfragen zu verkaufen.

Sichtbarkeit: Anzahl der Werbeeinblendungen in Prozent, die im sofort sichtbaren Bereich ausgeliefert werden.

Targeting: AdServing-Software zur zielgruppengenauen Ansprache von Nutzern. Die Bannerschaltung erfolgt nach verschiedenen Selektionskriterien wie Domain, Browser, Betriebssystem, Tageszeit oder Frequenz.

Pop Up Ad: Fenster, welches sich über dem eigentlichen Browser-Fenster öffnet und meist für Werbung missbraucht wird. Um nervende PopUp-Fenster zu unterbinden gibt es PopUp-Blocker Programme. Die meisten Browser können PopUp-Fenster auf Wunsch des Benutzers unterbinden.

Share of Voice: Ein Werbebanner erscheint immer auf einer Seite, dies entspricht dem Wert 100% SoV. Werden jeweils abwechselnd zwei Banner gezeigt, lautet der Wert auf 50%. Berechnung:

Gebuchte Ad-Impressions / Max. mögliche Ad-Impressions x 100

Unique Selling Proposition (USP): Ein USP ist ein einzigartiges Verkaufsargument. Ein einzigartiger Inhalt, der so schnell, so gut aufbereitet und so umfassend ist wie auf keiner anderen Website. Details unter <https://kundennutzen.ch/usp/>

Untargetierte Werbung: Hierbei handelt es sich um ein Werbemittel, welches jedem Besucher angezeigt wird.

Upsell: Angebot eines weiteren Produktes oder eines Upgrades, dass zum Kauf angeboten wird.

Visibility Rate: Besucher sehen nicht jedes Werbemedium auf einer einzelnen Webseite. So gilt beispielsweise ein Werbebanner als gesehen, wenn mindestens 50% des Werbemediums für mindestens 1 Sekunde im Sichtbereich des Browsers erscheint.

VTR (Video Through Rate): Die Rate der gesehenen Videos oder zumindest bis 75%. Berechnung:

Anzahl komplett angesehener Videos / Anzahl gestarteter Videos x 100

Targetierte Werbung: Bei der targetierten Werbung wird jeder Besucher einer Plattform mit einer anderen Werbung bedient. Aufgrund der Cookies weiss der Server diverse Spezifikation des Besuchers (aber nicht seinen Namen oder Adresse) Targeting ist ein mächtiges Werkzeug. Um das zu verdeutlichen, hier mal ein paar Beispiele aus der Praxis:

Immobilienbranche

In einem Immobilienportal sucht jemand eine Wohnung in Olten. Wer eine neue Wohnung benötigt, der braucht eventuell auch eine neue Bank, ein Umzugsunternehmen, neue Versicherungen. So kann man als Werbender gezielter diese Personen ansprechen. Da jemand kaum Jahre nach einer bestimmten Wohnung sucht, sollten solche Daten nach rund 30 Tagen gelöscht werden. Werbung soll schliesslich relevant sein.

Autobranche

Wer in einem Autoportal Fahrzeuge zwischen Fr. 100'000.- und Fr. 150'000.- sucht, der dürfte eher vermögend sein. Diese Zielgruppe kann entsprechend mit teuren Produkten wie beispielsweise Luxusuhren und Vermögensverwaltung beworben werden.

Testimonials: Feedback von Kunden zu einem Angebot, Referenzen.

Untargetierte Werbung: Hierbei handelt es sich um ein Werbemittel, welches jedem Besucher angezeigt wird.

«Blogger-Vokabular»

Backend: Das ist der innere Teil des Blogs, den Sie mit Ihrem Passwort betreten.

Blog: Blog ist die Kurzform von Weblog. Die Bezeichnung Weblog setzt sich zusammen aus „Web“ und „Log“. Log kommt von Logbuch und meint eine tagebuchartig geführte Aufzeichnung von Ereignissen. Blog ist eher umgangssprachlich.

Blog-Archiv: Wie der Name schon vermuten lässt, finden sich hier jeweils ältere Beiträge des Blogs.

Bloggen: Betreiben eines Weblogs.

Blogger: Leute, die ein Weblog schreiben, werden Blogger genannt.

Blogkonzept: Ein Blogkonzept ist ein Dokument, welches die administrativen Informationen rund um einen Weblog beinhaltet.

Blogosphäre: Die Welt der Blogger.

Blogparade: Bei einer Blogparade handelt es sich um ein gemeinsames Projekt vieler Blogger. Einer dieser Blogger gibt das Thema einer Blogparade vor und alle Blogger, die dazu etwas schreiben möchten, schreiben in ihrem eigenen Blog einen Beitrag zu diesem Thema. Am Schluss erhält der Leser eine Vielzahl an Meinungen und Sichtweisen auf das beschriebene Thema. Unter Umständen werden diese Beiträge in einem E-Book zusammengefasst.

Blogroll: Eine Blogroll ist eine Liste mit Links zu anderen Weblogs. Mit der Linkliste zeigt der Betreiber, welche Quellen er selbst liest und empfiehlt. In der Blogroll finden sich häufig Links zu Blogs, die das gleiche oder ähnliche Inhalte bereitstellen!

Captcha: Programme, die sich unerwünscht automatisiert in Websites und Weblogs einloggen, bereiten vielen Bloggern arge Probleme. Captchas verhindern die Nutzung dieser Programme durch Maschinen und lassen nur Menschen als Nutzer zu. Beispiel: Prüfgrafiken, die eine verfremdete Zeichenfolge anzeigen. Der Anwender muss diese Zeichenfolge eintippen, um ein Formular absenden zu können.

Dashboard: Das Armaturenbrett ist die Einstiegsseite eines Blogs im Backend.

Feeds: XML resp. RSS. Diese Begriffe sind auf vielen Weblogs zu lesen. Feeds sind Text-Dateien, die die aktuellen Weblog-Inhalte speichern. Diese Dateien werden zum Abonnieren des Weblogs benötigt. In Weblogs signalisieren Logos wie RSS (RDF Site Summary) oder XML eine RSS-Datei. Das Logo ist ein Verweis auf die URL der RSS-Datei. Die RSS-Datei enthält eine Auflistung der Webloginhalte; entweder nur die Titel mit einem Link zum Beitrag oder dazu einen grösseren Auszug des Beitrags. Die Dateien werden im so genannten XML-Format erstellt.

Frontend: Das ist der öffentliche Teil des Blogs.

Kategorien: Jeder Blogbeitrag wird einer Kategorie zugeordnet. Durch den Zugriff via Kategorie kann der Leser schnell alle Beiträge zu einem bestimmten Thema nachlesen.

Kommentar: Unter einem Blogbeitrag kann der Leser den Beitrag kommentieren. Auf gepflegten Blogs bekommen die Kommentarschreiber vom Bloginhaber eine Antwort.

Bei der Kommentarfunktion sind drei Eingaben möglich: Der eigene Name, die E-Mail-Adresse und eine Webadresse. Wobei die E-Mail-Adresse nicht angezeigt wird. In diesem Blogbeitrag bekommen Sie Tipps, wie Sie öfter Blogkommentare bekommen.

Permalink: Der Permalink ist ein Verweis auf die beständige URL (Internet-Adresse) eines Weblog-Beitrags. Unter dieser Internet-Adresse wird der gesamte Beitrag inklusive aller Kommentare und Zusatzinformationen angezeigt. Oft verweist die Beitragsüberschrift auf die Permalink-Seite. Ein Permalink ist praktisch, weil Internetbenutzer die Webadresse eines wertvollen Beitrages oft als Lesezeichen speichern oder als Link auf einer anderen Webseite einfügen wollen.

Die URL des Permalinks lässt sich in den meisten Browsern einfach über das Kontextmenü als Lesezeichen ablegen oder über die Auswahl 'Link-Adresse kopieren' in die Zwischenablage speichern.

Pingback: Ein Pingback ist eine automatische Benachrichtigung darüber, dass ein Blogbeitrag von Ihnen auf einem fremden Blog verlinkt wurde. Die erscheint als Ping-Signal in Form einer Benachrichtigung in Ihrem Blog.

Plug-In: Software, die zusätzlich installiert werden kann und einen Blog oder ein CMS leistungsfähiger macht.

Posten: Einen Beitrag in einen Blog schreiben.

RSS: Nicht unbedingt ein Blogbegriff, jedoch auf fast jedem Blog zu finden ist eine Grafik oder ein Link mit dem Eintrag RSS (inkl. Verweis auf die URL der RSS-Datei). Die RSS-Datei enthält eine Auflistung der Webloginhalte; entweder nur die Titel mit einem Teaser sowie Link zum Beitrag oder oftmals den ganzen Beitrag.

Wenn Sie einen RSS-Reader verwenden, werden Sie immer informiert, wenn es auf Ihrem Lieblingsblog wieder etwas Neues gibt.

RSS-Reader: Programm, um einen Weblog (resp. dessen RSS-Feed) zu abonnieren und zu lesen.

Sidebar: Neben der Hauptspalte haben Blogs oft eine zweite und dritte schmalere Spalte, die Sidebar genannt wird. Dort befindet sich zum Beispiel eine Blogroll, ein Newsletterabo oder Werbung. Weitere Informationen unter <https://kundennutzen.ch/slider/>

Slider: Ein Slider ist ein kleines Softwareprogramm, welches Fotos auf einer Webseite anzeigt. Nach einigen Sekunden wird (meistens unterstützt durch einen Überblendungseffekt) ein weiteres Bild aus dem Archiv angezeigt.

Slug: Ein Slug ist die Webadresse einer WordPress-Installation, der nach dem ersten Schrägstrich nach dem Domainnamen folgt. Der Slug wird vom Ersteller der Seite bestimmt.

Beispiel: kundennutzen.ch/kontakt => Hier lautet der Slug kontakt

Stöckchen: Ein Stöckchen wird von einem Blogger an einen anderen Blogger weitergegeben. Es geht darum, dass der Blogger Fragen beantwortet.

Template: Eine Vorlage für Webseiten.

Trackback: Bei vielen Weblogs finden Sie auf der Beitragsseite eine Trackback-URL und zwischen den Kommentaren vielleicht Trackback-Meldungen. Trackback ist ein System, mit dem ein Hinweis auf einen Beitrag zum gleichen Thema in einem anderen Weblog hinterlassen werden kann.

Trolle: Trolle sind Personen in Foren, Blogs und sozialen Netzwerken. Sie stören Diskussionen mit unsachlichen, provokanten und beleidigenden Kommentaren.

WordPress: WordPress ist eine Open-Source-Software, um einen Blog zu erstellen. WordPress ist der klare Marktführer in diesem Bereich. WordPress ist nicht für Weblogs geeignet, sondern kann als Content - Management - System verwendet werden (ein System zur Verwaltung der Inhalte einer Website mit Text und Bildern). WordPress benötigt auf dem Server die Programmiersprache PHP und eine MySQL-Datenbank.

Zen-Mode: Der Zen-Mode ist ein Editormodus, bei dem alle Bildelemente ausgeblendet werden, um den Fokus rein auf den Text zu legen

«WordPress-Vokabular»

WordPress ist das am meisten verbreitete Content-Management-System (CMS) weltweit. Wer mit dem CMS WordPress arbeitet, der wird immer mal wieder über bestimmte Fachbegriffe stolpern. Was sie bedeuten, erklärt dieser Beitrag.

Avatar: Ein Avatarbild ist ein kleines Foto, welches auf einem Blog neben Artikel-Kommentaren angezeigt wird. Via gravatar.com kann man ein Avatar erstellen und mit der eigenen E-Mail-Adresse verknüpfen. Der Avatar wird automatisch mit dem eigenen Kommentar angezeigt.

Backend: WordPress besteht aus dem Frontend und dem Backend. Das Backend ist jener Passwortbereich, wo die Website verwaltet wird. Salopp könnte man es den „Lieferanteneingang“ nennen.

Beiträge: Unter „Beiträge“ werden Einträge in das Blogsystem verstanden.

Benutzer: Für jede Person, die mit dem CMS WordPress arbeitet, wird ein so genanntes „Benutzerkonto“ angelegt. Je nach Benutzerstatus hat diese Person verschiedene Rechte innerhalb des Backends.

Abonnent: Der Abonnent hat nur sehr eingeschränkte Rechte. Auf dem Dashboard sieht er nur eine Übersicht, kann aber keine Artikel, Seiten oder ähnliches erfassen. Er kann das Dashboard aber nach den eigenen Wünschen gestalten, sprich Module ein-/ausblenden und platzieren.

Mitarbeiter: Das Dashboard des Mitarbeiters enthält das Modul zum Verfassen von Beiträgen. Der Mitarbeiter kann Beiträge verfassen, aber keine Seiten! Er kann zudem keine neue Kategorie erstellen und verfasste Beiträge nicht veröffentlichen. Der Mitarbeiter muss seine Beiträge vorlegen bis dieser veröffentlicht wird oder zur späteren Bearbeitung "Speichern". Beim Verfassen eines Beitrages kann der Mitarbeiter weder den Status noch die Sichtbarkeit beeinflussen. Er kann in der Artikelübersicht bzw. im Bereich "Beiträge – Bearbeiten" nur eigene Beiträge bearbeiten.

Autor: Der Autor kann eigene Beiträge (aber keine Seiten!) verfassen und keine neuen Kategorien erstellen. Beim Verfassen eines Beitrages kann er den Status, die Sichtbarkeit und den Zeitpunkt der Veröffentlichung bestimmen. Er kann Medien bzw. Dateien in seine Artikel einfügen und in die Mediathek hochladen. Kommentare, die seine eigenen Artikel betreffen, kann er moderieren.

Redakteur: Der Redakteur ist der Stellvertreter des Administrators. Seine Möglichkeiten im Blog sind deutlich vielfältiger als die der Autoren, Mitarbeiter und der Abonnenten." **Administrator:** Darf alles im Admin-Bereich vornehmen!

Blogroll: Ein Blogroll ist eine Sammlung von Links (meistens von anderen Blogs), die meistens in der Sidebar angezeigt wird. Diese Links verweisen auf Websites, die für den eigenen Leser themenrelevant sind.

Child-Theme: Ein Child-Theme, ist ein Theme, welches auf einen übergeordneten Theme basiert. Das Childtheme vererbt Funktionen und Template-Dateien von Eltern-Theme. Dadurch kann man ein Theme anpassen, ohne das eigentliche Theme zu verändern.

Core: Hier handelt es sich um den Kern von WordPress. Der Kern ist der Download des Programms, ohne Plug-Ins.

Custom Post Types: Mit der Funktion der Custom Post Types können neben Seiten und Beiträgen weitere Inhaltstypen installiert werden. Mit den Custom Post Types kann zum Beispiel der Inhaltstyp Dienstleistungen vom Designer angelegt werden kann.

Dashboard: Das Dashboard ist die Übersicht über das gesamte Backend-System.

Dropins: Dropins sind spezielle Plug-Ins im Verzeichnis wp-content, die Funktionen von WordPress ersetzen, ohne dass sie erst aktiviert werden müssen.

Footer: Hierbei handelt es sich um den Fussbereich einer Website.

Framework: Ein Framework ist ein Programmiergerüst, welches im Rahmen der objektorientierten Softwareentwicklung verwendet wird. Ein Framework stellt den Rahmen zur Verfügung, innerhalb dessen der Programmierer eine Anwendung erstellt.

Frontend: WordPress besteht aus dem Frontend und dem Backend. Das Frontend ist der Bereich, den die Besucher zu sehen bekommen.

Functions.php: Diese Datei beinhaltet verschiedene Funktionen, wie der Name schon andeutet. Dabei kann der Blogbetreiber diese Datei mit weiteren nützlichen Funktionen bestücken. Wer nicht selbst programmiert, findet solche Programmcodes oft im Internet. Diese kann man in diese Datei integrieren und erweitert damit den Blog um neue Fähigkeiten.

Gutenberg Editor: Ab der Version 5.0 hat WordPress einen neuen Editor für die Erfassung der Daten. Die gesamte Oberfläche ist überarbeitet worden und die Art, wie Inhalte in WordPress erstellt werden, änderte sich komplett. Der Editor arbeitet mit 35 Blöcken. Ein Block ist eine eigenständige Komponente wie Überschriften, Zitate, Listen, Bilder, Videos, etc.

Hocks: Ein Hook (Haken) ermöglicht ein Einklinken in den WordPress Code und das dortige Definieren und Ausführen von eigenem Programmcode. Dabei wird der bestehende WordPress Code nicht verändert und übersteht problemlos nachfolgende Updates des WordPress-Kerns.

Kategorien: Die Beiträge können Kategorien zugeordnet werden. So kann der Besucher ggf. nur eine bestimmte Kategorie an Beiträgen auswählen, die ihn besonders interessieren.

Permalink: In den Optionen legt man fest, wie ein Link aussehen soll. Ein Permalink ist ein dauerhafter Identifikator in Form einer Internetadresse. Bei der Einrichtung eines Permalinks wird angestrebt, die einmal über ihn referenzierten Inhalte dauerhaft über diese Adresse verfügbar zu machen.

Pingback: Ein Pingback ist eine Funktion, die es erlaubt, darüber informiert zu werden, sobald eine andere Website auf Dokumente oder Seiten der eigenen Website verlinkt. Der Pingback ermöglicht es nachzuverfolgen, wer, wann und von wo aus auf die eigene Site verweist oder Teile der Site zitiert. Die technische Basis, welche hinter dieser Funktion steht, heisst XML-RPC. Ausserdem müssen die verlinkende und die verlinkte Website die Pingbackfunktion unterstützen.

Plug-Ins: Mit Hilfe von so genannten Plug-Ins kann das CMS um sehr viele Funktionen erweitert werden. So gibt es fast für jede Anwendung verschiedene Plug-Ins zum Herunterladen. Tausende sind kostenlos, andere kostenpflichtig. Diese Erweiterungen lassen sich mittels des eingebauten Editors bearbeiten, sofern das benötigte Know-how vorhanden ist. Die Plug-Ins kann man direkt in WordPress herunterladen, teilweise beim Autor des jeweiligen Plug-Ins.

Posts: Die „Beiträge“ resp. Posts sind das Herz eines Blogs. Im Normalfall werden diese auf der Homepage, Kategorieweise, Tageweise chronologisch absteigend sortiert – der neueste Post befindet sich also immer ganz oben, damit der Nutzer die aktuellsten Inhalte sofort lesen kann.

Revisionen: Revisionen sind automatische Speicherungen verschiedener älterer Beiträge. So können Autoren schnell und unkompliziert auf ältere Versionen eines Artikels oder einer Seite zurückzugreifen und diese bei Bedarf per Knopfdruck wiederherstellen. Die Revisionen können beim Erfassen oder Ändern eines Beitrages rechts eingeblendet werden und tauchen als Revisionen-Box im Bearbeitungsmodus auf.

RSS-Feed: RSS erlaubt Internetanwendern mit einem geeigneten Leser, Inhalte im so genannten Pull-Verfahren aus dem Internet abzurufen. RSS ist ein standardisiertes Datei-Format zur einfachen Weitergabe von Web-Inhalten auf der Grundlage von XML. In Weblogs signalisieren Logos wie RSS oder XML eine RSS-Datei.

Seiten: Unter „Seiten“ versteht man in WordPress jene Seiten, die sich nicht unter „Beiträge“ befinden. Diese eher statischen Seiten sind u.a. das Impressum, Wir-über-uns-Seiten und Formulare.

Shortcode: Mit einem kleinen Code in einem Beitrag lassen sich verschiedenste Elemente schnell einem Artikel hinzufügen. Dies können zum Beispiel wiederkehrende Werbebanner, Textelemente, besondere Formatierungen oder komplexe HTML-Strukturen sein. Einmal erstellt, stehen die Shortcodes immer zur Verfügung und sparen so enorm Zeit. Der bekannteste Shortcode ist der Aufruf zur Foto-Galerie [‘gallery’]. Die Shortcodes und deren Funktionen werden in der functions.php definiert oder besser in einem selbst erstellten Plugin. Der WordPress Shortcode ist ein Code, in dem sich prinzipiell alles Einbinden und Ausgeben lässt.

Sidebar: Die Sidebar ist jeweils ein Bereich auf einer Webseite, entweder links oder rechts eines Beitrages. Oftmals ist die Sidebar auf allen Seiten eines Auftritts zu sehen. In der Sidebar wird oftmals die Adresse oder den direkten Zugang zu den Kategorien eingetragen. Details unter <https://kundennutzen.ch/sidebar/>

Slider: In einem Slider werden abwechslungsweise Bilder angezeigt. Diese Bilder können mit einem Beitrag verlinkt werden. Die Bilderschau arbeitet in einer Endlosschleife. Slider sind mittlerweile Standard auf modernen Webauftritten. Sie sind ideal geeignet zur Firmen- und/oder Produktpräsentation sowie der Ankündigung anstehender Termine. Gut gestaltet erhöhen sie die Aufmerksamkeit des Besuchers und können so die Conversion-Rate steigern.

Details unter <https://kundennutzen.ch/slider/>

Slug: Beim Erstellen eines neuen Beitrages schlägt das System einen Link vor, der sich aus dem Inhalt des Titels zusammensetzt. Dieser wird Slug genannt. Der automatisch generierte Slug kann von Hand abgekürzt resp. verändert werden.

Snippets: Hier handelt es sich um kleine Code-Schnipsel, die in die Datei functions.php integriert werden. Damit lässt sich das CMS um kleinere Funktionen erweitern. Für grössere Funktionen werden in der Regel Plugins programmiert.

Staging: Eine Staging-Umgebung ist eine exakte Kopie einer bestehenden Website. Diese wird als eine Bühne (Stage) respektive als Testwebsite für die Live-Site genutzt. Da die Testseite in einem Unterverzeichnis (oder einer Subdomain eingerichtet wird), sind die technischen Testbedingungen identisch. Damit können Sie die Plugins, Themes, Code-Schnipsel und WordPress Updates ohne Risiko ausprobieren. Die Live-Website bleibt davon unberührt. Erst wenn die Änderungen auf der Staging-Site problemlos funktionieren, werden diese auf die eigentliche Website übertragen.

Starter-Theme: Ein Starter-Theme ist ein technisch fast fertiges Theme, dem nur noch das Layout fehlt. Einsteiger müssen sich nicht um die PHP-Programmierung kümmern, sondern nur das gewünschte Design umsetzen. Profis hingegen schätzen die robuste Code- Qualität und fügen meist nicht nur das Design, sondern noch eine ganze Menge Funktionen hinzu.

Sticky-Post: Ein Sticky-Post ist ein Blogbeitrag, der auf der Homepage besonders hervorgehoben wird. Dieser Beitrag wird im Blog unabhängig vom Artikeldatum immer ganz oben angezeigt.

Tag-Cloud: Jeder Artikel in einem Blog kann mit Tags versehen werden. Tags sind besonders relevante Begriffe, die entweder oft in einem Artikel vorkommen oder einzelne Themen eines Beitrags beschreiben. Die Gesamtheit aller Tags wird über eine Blog-Funktion zusammengestellt und grafisch meist in der Sidebar dargestellt. Häufig verwendete Begriffe werden dabei grösser dargestellt. Weniger verwendete Begriffe erscheinen kleiner. Diese Tag Clouds helfen den Lesern bei der Suche nach bestimmten Themen in einem Blog oder unterstützen die Indizierung des Blogs.

Tags: Tags sind Schlagwörter, die einem Beitrag zugeordnet werden können. So kann man mit der Suche Beiträge finden, die das Schlagwort nicht im Text haben.

Taxonomie: Unter diesem Begriff werden die Kategorie und das Schlagwort zusammengefasst.

Template: Ein Template ist eine Design-Vorlage für einzelne Website-Elemente oder Unterseiten. Die Page Templates sind für das Design der Seiten zuständig. Die Post Templates sind für das Design der Beiträge verantwortlich. Die Post Type Templates bestimmen das Design der Post Types.

Template-Tag: Bei einem Template-Tag handelt es sich um eine Anweisung in einer Design-Vorlage. So kann beispielsweise dynamisch definiert werden, wo per Tag der Firmenname hinkommt.

Theme Customizer: Bei den allermeisten Themes werden die Änderungen im Adminbereich von WP vorgenommen. Mit modernen Themes können Sie Änderungen direkt in einer Live-Vorschau durchführen. Der Customizer findet Sie unter Design - Customizer.

Themes: Unter dem Begriff Themes werden die Designvorlagen zusammengefasst. Durch den Einsatz dieser Technik werden Design und Programmkern von WordPress getrennt, was es leichter macht, individuelle Designs zu entwickeln, ohne mit der Programmierung der Software an und für sich vertraut zu sein. Allerdings ist es in WordPress möglich, diverse Funktionen direkt in ein Theme zu programmieren, wodurch diese Trennung teilweise wieder aufgehoben werden kann.

Threads: Unter einem Thread versteht man die Auflistung aufeinanderfolgender Einträge zu einem bestimmten Thema. Dieses Thema kann eine Kategorie oder ein Tag sein.

Trackback: Blogs verfügen über eine spezielle Funktion, über die kenntlich gemacht wird, wenn zum Beispiel ein Blogger in einem Beitrag auf einen anderen Beitrag eines Blogs verweist. Geschieht dies, erhält der andere Blog einen Trackback, den er per Klick auf der jeweiligen Unterseite des Beitrages veröffentlichen kann.

Updates: WordPress sollte unbedingt immer wieder auf den neusten Stand gebracht werden. Neue Versionen bringen nicht nur Verbesserungen, sondern sie sichern das System immer mehr ab. Bei den kleinen Sicherheitsupdates führt WordPress diese Updates automatisch durch.

Widgets: WordPress bietet durch Widgets die Möglichkeit an, Seiteninhalte intuitiv zu verändern. Für Anwender ohne Programmier-know-how sind Widgets besonders gut geeignet, um einen Webauftritt zu pflegen und über die gewöhnliche Artikelan-sicht hinaus zu verändern. Um Widgets verwenden zu können, muss das Theme über eine "widgetized Sidebar" verfügen. Dann steht diese Sidebar im Backend zur Verfügung und kann mit Widgets bestückt werden. WordPress bietet von Haus aus diverse Standard-Widgets an. Wem das nicht reicht, der kann das Plug-In-Directory nach weiteren Widgets durchsuchen.

«Social Media-Begriffe»

Angehefteter (Pinned) Tweet: Dabei handelt es sich um einen Tweet, der ganz oben auf einer Twitter-Profilseite angeheftet wird. Das Anheften eines Tweets ist eine praktische Methode, um wichtige Ankündigungen prominent zu platzieren, weil ihn jeder Besucher Ihrer Profilseite sofort sieht.

Chatbots: Ein Chatbot ist ein Computerprogramm, mit dem Menschen kommunizieren können. Der Name Chatbot leitet sich von den chat für plaudern und bot als Kurzform für Roboter her.

Clickbait: Ein Klickköder mit einer sensationsheischenden Überschrift, die den Leser dazu verführt, die ganze Story anzuklicken. Ein Ziel dieser Massnahme ist es, die Zahl der Seitenaufrufe zu steigern.

Direktnachricht (DM): Eine DM ist eine Twitter-Nachricht, die Sie an einen Ihren Follower senden. Direktnachrichten können nur an einen Twitter-Benutzer geschickt werden, der Ihnen bereits folgt. So können Sie nur Direktnachrichten von Nutzern empfangen, denen Sie folgen.

Einbetten: Sie haben die Möglichkeit die Beiträge einer anderen Person in der eigenen Website einzubetten. Dafür stellen die Social-Media-Kanäle entsprechende Codes zur Verfügung.

Emojis: Emojis sind kleine Grafiken, Piktogramme, die in E-Mails, SMS, WhatsApp und in Chats verwendet werden, um Gefühle aber auch Objekte mit Bildern auszudrücken. :-)

Emoticons: Emoticons formen aus Buchstaben und Sonderzeichen Gebilde, die Gefühlsausdrücke symbolisieren. Meistens handelt es sich bei Emoticons um Gesichter.

Entfolgen: Abonnement für einen anderen Twitter-Account beenden.

Entfreunden: Jemanden aus der Liste der eigenen Social Media-Kontakte entfernen.

Follow for follow (F4F): Einladung, einem Twitter- oder Instagram-User zu folgen, der verspricht, Ihnen dafür ebenfalls zu folgen.

Follower: Als Follower werden Personen bezeichnet, die sich für die Einträge einer Person bei einem Social Media-Dienst interessieren und deren Beiträgen "folgen".

Hashtag: Ein Hashtag erkennt man am Doppelkreuz #Beispiel. Das Hashtag ist ein Schlagwort, welches als potenzieller Suchbegriff markiert wird.

Influencer: Der Influencer ist eine bekannte Person, die Tausende oder sogar Millionen Follower hat. Gegen Bares kann sie ein Produkt empfehlen.

Liken: Beim Liken geht es darum, den Beitrag von Personen für gut zu bewerten. Das Liken funktioniert in der Regel so, dass Sie ein Herz-Symbol anklicken dürfen. Je mehr Likes der Beitrag erhält, desto höher steigt er im Ranking.

Lurker: Webdesign-Experte Jakob Nielsen hat in seiner 90/9/1-Marketingregel drei Nutzertypen definiert: 90% sind Lurkers, die nur still mitlesen und selbst nicht aktiv sind. 9% sind Commenters, die auf Beiträge mit Kommentaren, Likes oder Empfehlungen reagieren. Gerade einmal 1% sind Creators, die aktiv neue Inhalte einstellen.

Newsfeed: Newsfeed bezeichnet in den sozialen Netzwerken den Ort, an dem Neuheiten zu abonnierten Seiten erscheinen. Der Newsfeed stellt somit das Zentrum vieler sozialen Medien dar. Gemäss Prognosen wird seine Bedeutung zugunsten anderer Elemente, vor allem Stories, schwinden.

Memes: Memes stellen Motive respektive Fotos dar, die mit einem Text versehen werden und auf diese Art eine neue Bedeutung erhalten. Oft sind Memes humoristischer Natur. Weitere Informationen unter <https://kundennutzen.ch/memes/>

OTS: (Frequency Capping) Ansicht eines Werbebanners pro User. Ein Wert ab 5 gilt als OK. Der User soll ein Banner 5x mal sehen.

Post, posten: Einen Beitrag in einem Social-Media-Portal leisten.

Richtlinien: Mehr denn je müssen heute Mitarbeiter sowohl auf der eigenen Website also auch in Social-Media kommunizieren. Doch wie vorgehen? Schriftliche Richtlinien definieren das korrekte Vorgehen.

Shitstorms: Shitstorms sind ein Phänomen, bei dem eine Person, Firma oder Organisation viel Kritik und Beleidigungen erhält.

Teilen / Share: Leiten Sie interessante Informationen anderer Leute an Ihre Followerliste weiter.

Tweets: So heissen die Beiträge bei Twitter.

Vanity-URL: Hier handelt es sich um eine Webadresse (engl. Vanity = Eitelkeit), die einen leicht zu merkenden, kürzeren und aussagekräftigen Namen besitzt. Dabei geht es technisch gesehen meist um eine Weiterleitung.

«Hosting-Begriffe»

Homepage

Die Homepage ist ein Synonym für die Startseite. (Also eine einzelne Seite)

Webseite

Eine Webseite ist eine einzelne Seite in einem Internetauftritt.

Website

Eine Website ist ein kompletter Internetauftritt.

Synonyme: Internetauftritt, Internetpräsenz, Webauftritt, Webpräsenz, Netzpräsenz.

FTP-Konto

Ein FTP-Konto wird benötigt, um die Daten für den Internetauftritt auf den Server zu übertragen. Um Dateien von Ihrem PC auf den Server zu übertragen, benötigen Sie ein FTP-Programm oder ein Content-Management-System.

Geschützte Bereiche

Bei einigen Serversystemen haben Sie die Möglichkeit, ein Verzeichnis auf Ihrem Server mit einem Passwortschutz zu versehen. Jede Datei (auch HTML-Seiten), die aus diesem Verzeichnis - und auch aus den darunterliegenden Verzeichnissen – angefordert wird, löst die Abfrage nach Benutzernamen und Passwort aus.

Sie können so auf einfache Weise gewisse Seiten Ihrer Website nur bestimmten Personen zugänglich machen, zum Beispiel für Kundensupport oder Händlerpreislisten.

CGI-BIN Verzeichnis für Perl-Skripte

Ein CGI-BIN Verzeichnis wird benötigt damit Perl-Skripts lauffähig sind. Perl ist eine Programmiersprache. Zweck solcher Skripts sind u. a.: Zähler, Formularauswertungen etc.

Dynamische Besucherstatistik

Wie viele Besucher hatte meine Website? Welches sind die häufigsten angeschauten Seiten? Woher kommen meine Besucher? Welchen Browser setzen sie ein? Diese und ähnliche Fragen werden mit der Serverstatistik beantwortet.

PHP-Scriptsprache

Mit der Scriptsprache PHP ist es relativ einfach, dynamische Webseiten zu erstellen. PHP-Seiten erkennt man oft an der Dateiendung php. Diese Scriptsprache beruht auf Onlineinterpretation des Programmcodes, welcher im HTML-Code eingebunden sein kann.

MySQL Datenbank

MySQL ist ein weit verbreitetes, mächtiges Datenbanksystem. In Kombination mit PHP haben Sie zwei wichtige Werkzeuge, mit welchen Sie dynamische und datenbankunterstützte Websites programmieren können. Die Anzahl Tabellen sind nicht limitiert. Für die Bearbeitung der Datenbank steht Ihnen meistens das Programm PHPMyAdmin zur Verfügung.

PHPMyAdmin

Einfache Benutzeroberfläche, um die MySQL-Datenbank zu verwalten.

SSI-Unterstützung (Server-Side-Includes)

Auf Servern mit Apache als Webserversoftware haben Sie die Möglichkeit, zahlreiche Funktionen zu nutzen. Diese sind unter anderem:

- Server-Side-Includes
- Passwortschutz
- Eigene Fehlerseiten (404-Error)
- Definition der Startseite etc.

SSL-Verschlüsselung

Dank SSL haben Unbefugte keine Möglichkeit Ihre Daten einzusehen. Der Datenverkehr von und zu Ihrem Server wird mittels SSL verschlüsselt. Die Verbindung wird mit einem 128bit Schlüssel kodiert.

Video-Streaming (http)

Unter Streaming versteht man das gleichzeitige Herunterladen und Anzeigen der Dateien. Mit modernem Server haben Sie die Möglichkeit, Videos so zu übertragen (HTTP-Streaming). Versehen Sie Ihre Website mit Bild und Ton!

Server mit und ohne www erreichbar

Dieser Umstand scheint zwar nicht besonders wichtig, ist aber dennoch erwähnenswert. Viele Webserver erreichen Sie unter

- <http://www.IhreAdresse.ch>

als auch unter

- <http://IhreAdresse.ch>

Keine Transferlimiten

Bei vielen Hostern ist die Datenmenge, die von dem Server heruntergeladen wird, monatlich beschränkt.

Jedes Anschauen Ihrer Website durch einen Kunden verursacht logischerweise Datenverkehr.

Eine definierte Transferlimite kann so schnell erreicht werden, auch wenn Ihre Website nicht übermäßig gut besucht wird. Bedenken Sie, dass Suchmaschinen alles auf Ihrer Website registrieren und so entsprechenden Datentransfer produzieren.

Einige Provider verzichten explizit auf eine solche Transferlimite. Sie möchten Sie nicht bestrafen, wenn Ihre Website erfolgreich ist!

Was ist ein POP3-E-Mail-Account?

Ein POP3-E-Mail-Account ist ein eigener Briefkasten. Ein Briefkasten-Inhaber kann mittels eines E-Mail-Programms (Outlook, Outlook Express, The Bat, Eudora usw.) und seinem Benutzernamen und Passwort die persönliche Post abholen. Zu jedem Servertyp gibt es unterschiedlich viele E-Mail-Kontos.

E-Mail-Konto mit Virens Scanner

Sie haben die Möglichkeit für Ihre E-Mail-Konti einen Virens Scanner zu aktivieren. Damit werden die eingehenden E-Mails auf Viren geprüft und gegebenenfalls gesäubert. Stoppen Sie die Viren bereits bevor sie Ihre Mailbox erreichen!

E-Mail-Konto mit Anti-Spam-Funktion

Zur Verminderung von Spam (Werbemüll) stehen serverseitig Spamfilter zur Verfügung.

White-List

Adressen auf der White-List können Ihnen uneingeschränkt E-Mails zusenden.

Black-List

Adressen auf der Black-List können Ihnen keine E-Mails zusenden.

Black-/White-List Automatismus

Schickt Ihnen jemand eine E-Mail, dessen Absenderadresse nicht auf Ihrer White-List steht, wird ihm eine Bestätigungsaufforderung zugestellt. Beantwortet er diese, wird Ihnen sein ursprünglich geschicktes E-Mail zugestellt. Mit diesem Spamfilter erhalten Sie die Möglichkeit, unerwünschte Werbe-E-Mails effizient und effektiv von Ihrem E-Mail-Konto fernzuhalten.

Was sind E-Mail-Weiterleitungen?

Benutzer eines POP3-Accounts können eine Umleitadresse definieren, an die alle eingehenden E-Mails umgeleitet werden.

Was ist ein E-Mail-Autoresponder?

Ein Autoresponder ist ein Automatismus, welcher automatisch eine Antwort-E-Mail zurücksendet, wenn eine E-Mail an einen Inhaber eines POP3-Accounts gesendet wird. Setzen Sie Autoresponder für nützliche Dinge ein.

Details unter <https://kundennutzen.ch/autoresponder/>

Was sind E-Mail-Forwardings?

Sie haben die Möglichkeit, für bestimmte E-Mail-Adressen Ihrer Domain so genannte Forwardings (Weiterleitungen) zu definieren. So können Sie zum Beispiel Ihren Partnern eine E-Mail-Adresse anbieten - die E-Mails werden aber direkt an die eigentliche E-Mail-Adresse Ihrer Bekannten weitergeleitet.

Für was kann ich Mailinglisten verwenden?

Mailinglisten (oder E-Mail-Verteiler) verteilen einkommende E-Mails an verschiedene E-Mail-Adressen. So können mehrere Personen erreicht werden, obwohl das E-Mail nur an eine Adresse (beispielsweise: liste@ihrname.ch) gesendet wurde.

Webmail - E-Mail lesen/schreiben weltweit

Mit Webmail können Sie Ihre E-Mail-Accounts von überall her abfragen. Bedingung ist lediglich, dass Sie Zugang zum Internet mit einem Browser haben. Über Webmail können Sie nicht nur Ihre E-Mails lesen, sondern gleich beantworten, weiterleiten, eigene Ordner anlegen, Ihr persönliches Adressbuch verwalten etc.

Was sind virtuelle E-Mail-Adressen? Catch-All-Funktionalität

Mit einem Server haben Sie unendlich viele virtuelle E-Mail-Adressen, alle E-Mails, die an Ihren Server adressiert sind, gelangen zu Ihnen, egal ob es den Adressaten gibt oder nicht. Unzustellbare E-Mails gelangen an den vordefinierten Hauptbenutzer.

«Die enormen Vorteile der Online-Tools»

«9 Gründe für den Einsatz von Online-Werkzeugen»

Online-Tools sind Programme, die Sie via Internet und einem Browser bedienen können. Die Online-Werkzeuge bieten jedermann jede Menge Vorteile. Erfahren Sie jetzt mehr darüber und profitieren Sie davon.

Online

Es steckt ja bereits im Namen. Von jedem Punkt der Erde aus, wo Sie einen Internetzugang haben, können Sie auf diese Online-Werkzeuge zugreifen. So können Sie arbeiten, wann und wo Sie wollen.

Einfachheit

Viele Online-Tools können nur eine Sache, dafür gut. Sie müssen die Bedienung nicht erst lernen. Selbstverständlich gibt es Online-Werkzeuge, die gelernt werden müssen, weil sie viele Funktionen umfassen. So zum Beispiel Werkzeuge für die Schlüsselwortrecherche und die Suchmaschinenoptimierung.

Keine Installation

Zur Bedienung des Programms wird nur ein Browser benötigt. Sie müssen auf dem Computer nichts installieren.

Plattformunabhängigkeit

Egal, welchen Computer Sie haben, Sie müssen sich keine Sorgen machen, ob das Programm auf Ihrem Rechner arbeitet.

Wartung

Sie haben immer die aktuelle Version zur Verfügung. Sie müssen sich nicht um Updates, Wartung, Sicherheit und Backups kümmern.

Preis

Viele Online-Tools sind kostenlos oder sie bieten zumindest in der Grundversion Funktionen für Lau an.

Skalierbarkeit

Die meisten Anbieter von kostenpflichtigen Online-Tools bieten Ihren Kunden verschiedene Tarife an. Das hat den Vorteil, dass Sie immer die Dienstleistungen nutzen können, die gerade zu Ihrem Bedarf passen. Wenn Ihre Bedürfnisse wachsen und Sie mehr Funktionen benötigen, können Sie in einen höheren Tarif wechseln.

Teams

Besonders Teams profitieren von Online-Tools, da alle Mitglieder auf die gleichen Programmteile und Daten zugreifen.

Online-Marketing

Wenn Sie ein eigenes, nützliches Online-Tool auf Ihrer Website anbieten, werden Sie langfristig jede Menge Besucher erhalten.

In einer täglich aktualisierten Datenbank finden Sie über über [1'500 Online-Tools!](#)

«Weitere Informationen vom Autor»

Der Autor dieser Seiten hat über 30 E-Books geschrieben. Sehen Sie hier die drei bekanntesten Werke:

«Viele Ideen für mehr Kunden mit Content Marketing»

Wer im World Wide Web mit Content-Marketing erfolgreich sein will, braucht gute Inhalte. Die Webpräsenz, der Newsletter und die Social-Media-Kanäle fordern immer mehr perfekte Inhalte. Doch woher die guten Inhalte nehmen? Dieses E-Book liefert dem Leser Hunderte von praxisnahen Ideen. Garantiert! Erfahren Sie jetzt

- Was brauchen Sie, um sehr gute Inhalte zu generieren?
- Um welche Form von Inhalten geht es in der Praxis?
- Wie organisieren Sie Content im Outsourcing-Verfahren?
- Wie können geschriebene Texte verwendet werden?
- Welche Tätigkeiten lassen sich gut outsourcen?
- Wie können neue Fachbeiträge vorbereitet werden?
- Wie werden die Fachbeiträge vermarktet?
- Spezielle Tipps für Social Media
- Welche Webseiten Sie für Ihre Webpräsenz erstellen müssen?
- Wo finden Sie Ideen für Inhalte?
- Inklusiver einer grossen Ideen-Datenbank



[Jetzt bei Amazon als Kindle-Datei herunterladen](#)

[Jetzt bei XinXii als PDF-Datei herunterladen](#)

«He Boss, wir brauchen mehr Kunden»

Sind Landeseiten, Squeeze-Pages und Follow-Up-Autoresponder böhmische Dörfer für Sie? Dieses E-Book wird das ändern. Erfahren Sie, wie Sie mit Online-Marketing in Zukunft automatisch mit neuen Kunden versorgt werden. Garantiert!

In diesem E-Book erfahren Sie

- welche Geschenke eingesetzt werden können,
- wie Sie zu einem adäquaten Geschenk kommen,
- was eine Squeeze-Page ist und wie Sie davon profitieren,
- wie Sie mit einem digitalen Geschenk Ihre Websitebesucher begeistern,
- wie Sie die Landingpage zum Konvertieren bringen,
- was eine Landeseite ist und was Sie daraus machen können,
- wie Sie zu einer Landingpage kommen,
- wie Sie Kontaktadressen gewinnen,
- wie Sie mit diesen Kontaktadressen umgehen,
- wie Sie das Vertrauen Ihrer Besucher gewinnen,
- und wie Sie Besucher auf Ihren Webauftritt bekommen!



[Jetzt bei Amazon als Kindle-Datei herunterladen](#)

[Jetzt bei XinXii als PDF-Datei herunterladen](#)

«Gewinne neue Kunden, erhalte Kunden mit E-Mail-Marketing»

E-Mail-Marketing ist eine der grossen und wichtigen Marketingmassnahmen im Internet. Doch wie startet man? Erfahren Sie u.a. in diesem neuen PDF E-Book:

- 9 Gründe, wieso Sie Newsletter abonnieren sollten
- wie Sie einen komplett neuen Newsletter planen
- welche Formate es gibt
- wie Sie einen Newsletter gestalten
- wie Sie zu nützlichen und guten Beiträgen kommen
- kopieren Sie die Textbausteine oder passen Sie diese an
- wie Sie Adressen für den eigenen Verteiler generieren
- wie Sie Ihren Newsletter am besten testen
- was Sie über die Technik alles wissen sollten
- wie Sie die E-Mails versenden
- was ist Sequenz-Marketing und wie Sie es optimal einsetzen
- und welche häufigen Fehler Sie im E-Mail-Marketing unbedingt vermeiden müssen



[Jetzt bei Xinxii bestellen](#)

«Impressum»

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

Walser Organisation

Kundennutzen.ch

CH - 9424 Rheineck

info@kundennutzen.ch

<https://kundennutzen.ch/>

Stand: 20.09.2021 / Version 6.4

Diese Checkliste ist Freeware. Sie können die Datei unentgeltlich Ihren Freunden und Bekannten weitergeben, es auf Ihrer Webseite zum kostenlosen Download anbieten, es als Bonus zu Ihren Produkten anbieten, auf anderen Datenträgern veröffentlichen, etc.

Voraussetzung für die Weitergabe ist, dass immer nur die unveränderte Originaldatei weitergegeben wird und der Inhalt in keiner Weise verändert wird. Die Weitergabe gegen Entgelt ist ausdrücklich untersagt. Reproduktion, auch auszugsweise, nur unter Verwendung der Quellenangabe <https://kundennutzen.ch/> inkl. Link.