

# INHALT

<b>EINLEITUNG</b> .....	<b>9</b>
Kleine Unternehmen gehören zu den Gewinnern im Internet .....	9
Bauen Sie eine virtuelle Liebesbeziehung zu Ihren Zielkunden auf .....	10
Die amann.de Internet-Erfolgsgeschichte .....	12
<b>1. SCHRITT</b>	
<b>KONZENTRIEREN SIE SICH AUF IHRE STÄRKEN</b> .....	<b>16</b>
Ihre Stärken sind das Fundament Ihres Internet-Erfolgs .....	16
So finden Sie Ihre individuellen Online-Stärken .....	17
Scheinbaren Stärken interessieren niemanden .....	21
Wie gehen Sie bei der Stärkenanalyse vor? .....	21
Zusammenfassung 1. Schritt .....	25
<b>2. SCHRITT</b>	
<b>INFORMATIVE UND BENUTZERFREUNDLICHE WEBSEITEN</b> .....	<b>27</b>
Unterschied Internet-Werbung und klassische Werbung .....	27
Diese vier Inhaltskategorien bestimmen Ihren Internet-Erfolg .....	28
So schreiben Sie Internet-Texte – die gelesen werden .....	31
Führen Sie Ihre Interessenten schnell zum Wesentlichen .....	34
Weitere Tipps für benutzerfreundliche Webseiten .....	39
Zusammenfassung 2. Schritt .....	39
<b>3. SCHRITT</b>	
<b>LOCKEN SIE IHRE ZIELGRUPPE UND MULTIPLIKATOREN MIT GRATIS-ANGEBOTEN</b> .....	<b>41</b>
Durch Gratis-Angebote 40 Prozent Umsatzsteigerung .....	41
Sechs Gründe für virtuelle Geschenke .....	41
Das Internet ist wie geschaffen für das Kostenlos-Marketing .....	42
Sieben Grundregeln für werbewirksame Gratis-Angebote im Internet .....	42
Diese Dinge eignen sich als virtuelle Geschenke .....	43
Nutzen Sie Ihre Gratis-Angebote als Speerspitze bei der Öffentlichkeitsarbeit .....	47
Zusammenfassung 3. Schritt .....	47

**4. SCHRITT  
HALTEN UND VERTIEFEN SIE DIE BEZIEHUNG PER E-MAIL . . . . . 49**

E-Mail – eines der wichtigsten Kundengewinnungs-Instrumente . . . . . 49  
 Wie funktioniert die Neukundengewinnung per E-Mail? . . . . . 50  
 Lassen Sie die Finger von gekauften E-Mail-Adressen . . . . . 51  
 Mit Erlaubnis-Marketing zum Internet-Erfolg . . . . . 54  
 So werden Ihre E-Mailings rechtssicher. . . . . 55  
 Mit diesen Inhalten punkten Sie bei Ihrer Zielgruppe. . . . . 56  
 Fassen Sie Ihre E-Mail-Zielgruppe sehr weit. . . . . 57  
 Nutzen Sie jede Gelegenheit zum Sammeln von E-Mail-Adressen . . . . . 58  
 Wie häufig sollten Sie Ihre E-Mail-Mailings versenden und wie umfangreich sollen diese sein? 62  
 So erzielen Sie bei jeder Aussendung Reaktionen . . . . . 62  
 Folgende E-Mail-Formate stehen Ihnen zur Verfügung . . . . . 63  
 In sieben Schritten zum perfekten E-Mailing im Text-Format. . . . . 64  
 Info-Mails als einfaches Mittel zur Interessenten-Bindung . . . . . 66  
 Ein ausführlicher und mehrseitiger Text-Newsletter . . . . . 68  
 So nutzen Sie Outlook für den Versand Ihrer E-Mailings. . . . . 74  
 Mehr Reaktionen durch personalisierte Serien-E-Mails . . . . . 76  
 So speichern Sie Ihre Adressen für Serien-E-Mails . . . . . 77  
 Profisoftware für Serien-E-Mails. . . . . 77  
 Lösung für mehrere Tausend Empfänger . . . . . 83  
 Zusammenfassung 4. Schritt . . . . . 84

**5. SCHRITT  
MACHEN SIE IHRE WEBSEITEN MIT EINFACHEN MITTELN BEKANNT . . . . . 86**

Bevorzugen Sie Werbemaßnahmen, die sich gegenseitig ergänzen. . . . . 86  
 Bewerben Sie gezielt Ihre Gratis-Angebote. . . . . 86  
 So gelangen Sie auf die vorderen Plätze der Suchmaschinen . . . . . 86  
 Mit Google AdWords preiswert zu neuen Besuchern . . . . . 94  
 Nutzen Sie klassische Werbung zur Bewerbung Ihrer Webseiten . . . . . 95  
 Zusammenfassung 5. Schritt . . . . . 96

**6. SCHRITT  
MACHEN SIE AUS ONLINE-INTERESSENTEN STAMMKUNDEN . . . . . 98**

Die Abschlussquote bei Online-Anfragen ist sehr hoch . . . . . 98  
 Kein Erfolg ohne aktives Stammkunden-Marketing. . . . . 98  
 So lösen Sie Online-Anfragen aus. . . . . 99  
 Sammeln und bearbeiten Sie Ihre Internet-Kontakte mit System . . . . . 99  
 Sparen Sie mit dem richtigen Kommunikationsmix Zeit und Geld . . . . . 101  
 Zusammenfassung 6. Schritt . . . . . 103

**PROFITABLES INTERNET-MARKETING FÜR KLEINUNTERNEHMER**

<b>7. SCHRITT</b>	
<b>KONTROLLIEREN UND VERBESSERN SIE IHREN ONLINE-ERFOLG .....</b>	<b>105</b>
Diese Kennzahlen geben Auskunft über Ihren Internet-Erfolg.....	105
Diese Kennzahlen sagen wenig über Ihren Weberfolg aus .....	108
Die regionale Verteilung Ihrer Webbesucher.....	110
Mit Webstatistiken den Suchmaschinenenerfolg steigern .....	111
So kontrollieren Sie Werbekampagnen mit Ihren Webstatistiken .....	116
Zusammenfassung 7. Schritt .....	116
<b>WIE GEHT ES WEITER?.....</b>	<b>118</b>