

Internet Power-Insider Newsletter

Für Solo- und Kleinunternehmer, Selbstständige, Führungskräfte, Praxisinhaber und alle, die das Internet optimal nutzen wollen!



Ausgabe Nr. 17

10. Januar 2010

Hallo liebe Freunde,

das neue Jahr ist noch ganz jung und deshalb lassen Sie mich Ihnen gleich zu Beginn ein erfolgreiches und glückliches 2010 wünschen!

Vielleicht geht es Ihnen ja auch so, dass Sie diese Energie des "Neuen" ganz besonders mögen - ich könnte in dieser Zeit noch mehr Bäume "ausreissen"! Und so entstehen bei INCONET die Ideen für das ganze Jahr immer schon im Januar eines Jahres.

Und wir haben uns entschieden, jedem Jahr ein Schwerpunkt-Thema zu widmen. Ich bin ja bekanntermaßen ein grosser Fan von Marketing und Kommunikation und habe mir ein Methodenrepertoire aufgebaut, das ich die Magnetizing-Tools nenne.

Warum ich englische Ausdrücke so liebe, kann ich Ihnen nicht sagen. In jedem Fall geht es darum, das Internet so zu nutzen, dass man magnetisierend wirkt und genau die richtigen Menschen anzieht, die dann zu glücklichen Kunden werden.

Die Betonung liegt auf "die richtigen Menschen anziehen" und nicht "massenweise Menschen anziehen". Letzteres mag vielleicht gut für das geschwächte Ego sein, bringt aber allein noch nichts in die Kasse.

Einen kleinen Vorgeschmack gebe ich Ihnen natürlich in dieser Ausgabe, damit Sie sofort loslegen können, Ihre magnetisierenden Kräfte zu entwickeln.

Wenn Sie noch mehr wissen wollen, dann besuchen Sie doch das nächste One-time-Seminar. Es findet Anfang Februar statt und befasst sich mit dem Thema:

"Besucherzahlen optimal erhöhen - 10 bewährte Sofortmassnahmen!"

<http://www.inconet.de/one-time-seminar-seminare.html>

Unser Lieblings-Homepage-System TYPO3 hat einen großen Versionsschritt gemacht und dabei ist viel verbessert worden. Besonders schön ist das neue Frontend-Editing, mit dem direkt in der Webseite die Inhalte modifiziert werden können. Somit erspart man sich das Editieren im Backend und dem dann folgenden Anschauen im Frontend.

Für unsere TYPO3-Freunde haben wir ein kleines Testsystem aufgebaut, da können Sie schauen, wann die eigene Begeisterung zu jubeln beginnt.

<http://typo3user.inconet.de>



Wenn Sie noch kein INCONET TYPO3-Kunde sind und die Möglichkeiten von TYPO3 für sich entdecken möchten, dann empfehle ich:

<http://www.learnletter.eu/typo3-readakteur-user.html>

Hier lernen Sie in 12 einfachen Lektionen, was sich mit TYPO3 alles in Sachen Homepage-Erfolg bewirken lässt.

Marketing und Kommunikation werden auch auf unserem kommenden INCONET Aktiv-Wochenende im Vordergrund stehen. Und erstmals werde ich mit wirksamen Erfolgsmeditationen auch das Unterbewusstsein der Teilnehmer synchron für das Thema Magnetizing machen. Ich erlebe in meiner Coaching-Ausbildung immer wieder, wie wichtig es für das Thema Erfolg ist, dass wir auf allen Ebenen mit unseren Zielen "synchron" sind!

Lassen Sie uns beginnen.

Viel Spass mit der heutigen Ausgabe und nochmals alles Gute für 2010 - mögen Sie die besten Erfahrungen machen!

Mit den besten Grüßen

Frank Obels

Das bietet diese Ausgabe:

- Habt Ihr die Hausaufgaben gemacht liebe Homepagebesitzer?
- 3 Profi-Tipps für Newsletter-Macher
- Traffic-Tipp (1) für Homepage oder Blog
- Noch mehr Interessantes zum Schluss



Werbung:

TOP-Ausbildung: Holistisches Coaching!

Selbstheilung & Transformation

Transformiere alles was Dich hindert in neue Möglichkeiten und lebe Dein wahres Potential!
Jetzt ist die Zeit dafür gekommen!

- Harmonisiere Deine Emotionen!
- Heile Deine Vergangenheit!
- Heile Deine Familiengeschichte!
- Lebe in Einklang mit Deinem Seelenplan!

Lebe in Überfluss, Deiner Kraft, Glück und vitaler Gesundheit!
Ganzheitliche Selbstheilungs- und Transformationsausbildung
Nächste Ausbildungsrunde: 01.07.2010 – 13.02.2011

- Intensiv-Ausbildung auf Basis echter Ganzheitlichkeit (Holistik)
- aufgeteilt auf 5 Live-Ausbildungsmodule à 4 Tage über 9 Monate
- Online-Studium zwischen den Modulen via Internet
- von und mit Frank Obels

Du lernst, Dich selbst und andere zu coachen!

<http://feel-better-blog.de/seminar/coaching-ausbildung/>

Habt Ihr die Hausaufgaben gemacht liebe Homepagebesitzer?

Viele Besitzer zumeist nicht sehr erfolgreicher Homepages wollen Podcasts, Videos und andere angebliche Wundermittel erstellen lassen (oder es lernen selbst zu tun), damit dann kauffreudige Kunden auf der Homepage reichlich Umsatz generieren.

Manchmal schaue ich mir dann so eine Homepage mal an, denn es könnte ja sein, dass sich da ein interessanter Mensch mit interessanten Produkten präsentiert.

Super! Auf der Homepage erwartet mich dann das blanke Entsetzen. Keine nützlichen Informationen, keine energiereiche Kommunikation, einfach nur Schlaftabletten-Flair soweit das Auge reicht.

Da soll ich kaufen? Ganz sicher nicht! Der Homepagebesitzer (ich spreche hier von Unternehmern) hat augenscheinlich noch nie etwas von Kommunikation und Marketing gehört - und Power ist für



ihn möglicherweise ein Fremdwort. Aber Hauptsache Podcasts, Videos oder Twitter-Konzepte.

"Mach doch erst einmal deine Hausaufgaben lieber Homepagebesitzer", möchte ich da manchmal in den Telefonhörer rufen.

Ich habe Ihnen einige "Hausaufgaben" zusammengestellt. Wenn Sie möchten, dann fragen Sie sich, ob Sie bei einigen Punkten Handlungsbedarf sehen.

Hausaufgaben für jeden Homepagebesitzer

1. Warum soll ein Besucher auf Ihrer Homepage verweilen?

Das Internet ist ein schnelles Geschäft und Millionen von Webseiten buhlen um die Aufmerksamkeit der Internet-Surfer. Was hat also ein Besucher davon, genau auf Ihrer Homepage seine Zeit zu verbringen? Welchen Nutzen bekommt ein Besucher bei Ihnen auf der Homepage? Was bekommt er bei Ihnen auf der Homepage, was er woanders nicht bekommt?

2. Ist der Besucher auf Ihrer Homepage überhaupt richtig?

Was bitteschön soll der Vorstandsvorsitzende eines grossen Pharmakonzerns auf der INCONET-Homepage? INCONET wendet sich an Klein- und Solo-Unternehmer, Mittelständler und alle, die sich für das Thema Homepage verantwortlich fühlen.

Ein Besucher möchte also entweder lesen oder schnell ein Gefühl dafür entwickeln können, ob er auf Ihrer Webseite richtig ist.

3. Wer ist Ihre Zielgruppe?

Ja, unter Punkt 2 haben wir darüber im Prinzip schon gesprochen. Hier geht es mir um die Perspektive des Unternehmers. Eine Homepage, die mit den richtigen Kunden freudige Umsätze machen will, sollte optimal auf diese Zielgruppe zugeschnitten sein. So erkennen Besucher schnell (siehe Punkt 2), ob sie auf der Webseite richtig sind und wenn der Homepagebesitzer seine Seiten für seine Zielgruppe konzipiert hat, dann werden sich die Mitglieder der Zielgruppe auf Ihrer Homepage auch wohl und zu Hause fühlen können.

4. Rechtschreibung

An der Rechtschreibung kann man sehr schön erkennen, wie viel Mühe sich ein Homepagebesitzer mit seinen Interessenten und Kunden gibt. Können Sie sich ein grösseres Armutszeugnis vorstellen, als 30 - 50 Prozent Rechtschreibfehler auf einer Homepage? Ich kenne einige Homepages, bei denen dies der Fall ist.

Ist es glaubwürdig, dass dieser Mensch der Richtige für mich ist?

Dieser Punkt steht deshalb weit oben, weil sich sehr viele Kleinunternehmer bereits an dieser Stelle selbst aus dem Markt katapultieren.

5. Wer steckt hinter der Homepage, was kann er/sie?

Gerade Erstbesucher möchten irgendwann wissen, mit wem man es zu tun hat, was diesen Menschen und sein Unternehmen ausmacht. Im realen Leben gehört es sich noch immer, trotz moderner Zeiten, dass man sich vorstellt und sich dabei von seiner guten Seite zeigt.



Wer also sind Sie? Wie sieht Ihr Profil aus, wie unterscheiden Sie sich von anderen? Was können Sie besser als andere? Beantworten Sie diese Fragen überzeugend oder nehmen Sie Ihre Homepage vom Netz!

6. Was genau bieten Sie an?

Wieder eine wunderbare Gelegenheit zu überzeugen. Hier geht es nicht um Werbesprüche. Es geht um eine verständliche, authentische, detaillierte, klare Darstellung dessen, was Sie bieten. Ich nenne das Business-Balz - zeigen Sie, was Sie haben und können!

7. Wer sind die Kunden dieser Firma oder Person?

Ja, ein Besucher möchte möglicherweise sehen, welche Kunden eine Firma hat. So kann sich Ihr Besucher aus einer anderen Perspektive ein Bild machen, ob er bei Ihnen richtig ist. Eine reine Referenzliste ist da ganz sicher zu wenig.

8. Energie und "Trockenheitsgrad" der Texte Manchen Menschen merkt man es so richtig an, dass sie mit "Leib und Seele" ihren Beruf leben. Und bei manchen Texten schläft man vor lauter Energiemangel gleich ein oder spürt schnell ein Kratzen im Hals, so trocken sind die Texte geschrieben. Besucher auf einer Homepage wollen auch bis zu einem gewissen Grad unterhalten werden, sich amüsieren, eine positive Energie spüren.

Vor allen Dingen möchte man aber die Begeisterung auf einer Homepage spüren und sich gerne von dieser Begeisterung anstecken lassen.

9. Preise nennen

Nun endlich interessiert sich also ein Besucher für ein Produkt. Und nun glauben viele Homepagebesitzer: "Ach, dann ruft uns der Interessent sicherlich an, wenn er mehr erfahren will!" Vielleicht tut das ein Interessent, doch Studien zeigen mehr als deutlich, dass man bis zu 80 Prozent der Erstbesucher gleich wieder verliert, weil es keine Preise gibt. Die Besucher brauchen nicht einmal einen genauen Preis, sondern einfach eine Idee, was das Produkt, die Dienstleistung kosten könnte.

Ich weiss, das geht nicht immer und doch geht es öfter, als viele Homepagebesitzer denken.

10. Was soll Ihre Homepage für Sie tun?

Das wird sehr oft vergessen und es ist doch so wichtig. Legen Sie Ziele für Ihre Homepage fest, erstellen Sie eine "saubere" Zielplanung. Wenn Sie Unternehmer sind, dann wissen Sie: ohne Ziele keine Zielerreichung!

Schreiben Sie Ihre Ziele ruhig auch auf Ihre Homepage, wenn dies für Ihre Zielgruppe Sinn machen kann.

So, ich glaube, die nächsten 10 Hausaufgaben verschieben wir in die nächste Ausgabe, sonst wird dieser Newsletter zum Buch!

Wohlgemerkt, Sie können alle diese Punkte gleich wieder vergessen, wenn Sie auch ohne Ihre Homepage erfolgreich sind. Dann brauchen Sie eigentlich gar keine Homepage!

Wenn Sie aber nicht den Umsatz machen, den Sie sich erträumen, wenn Sie enttäuscht von Ihrer



Homepage sind, wütend, dass Ihre Homepage nur Kosten produziert und sonst nichts bringt - dann haben SIE Ihre Hausaufgaben nicht gemacht. Sie möchten, dass Ihnen Ihre Homepage bei der Kundengewinnung wirklich hilft?
Dann machen Sie gleich heute die ersten 10 Hausaufgaben.

Sie haben keine Ahnung wie? Dann lernen Sie es!
Hier ist eine perfekte Möglichkeit, auch wenn Sie es möglicherweise für Werbung halten:
<http://www.inconet.de/seminar-internet-mastery-insider-grundlagen.html>

Natürlich helfen wir Ihnen auch gerne, rufen Sie uns einfach an!

3 Profi-Tipps für Newsletter-Macher

Noch immer sind die Internetprofis dieser Welt sich weitgehend einig, dass ein E-Mail-Newsletter, richtig gemacht, eine sehr wirksame und kostengünstige Marketing-Möglichkeit ist. Und eine alte Werbeweisheit besagt ja, dass eine Botschaft sieben Mal wahrgenommen werden muss, bevor sie Kunden "generiert"!

Mit jeder Newslettausgabe steigert sich also die Chance, dass aus Interessenten Kunden werden. Nicht nur die Neukundengewinnung steht bei einem Newsletter im Vordergrund, sondern auch die Pflege der bestehenden Kunden.

Also, alles klar? Sie verschicken jeden Monat einen Newsletter und schon können Sie sich vor Aufträgen nicht mehr retten.

Hmmmm - ganz so scheint es nicht zu sein, wenn ich ab und zu das Klagen von Newsletter-Machern höre, dass sich ein Newsletter wohl doch nicht so lohne.

Damit Sie Ihrem Newsletter zu mehr Erfolg verhelfen können, sofern er dies braucht, hier ein paar einfache Tipps für Sie!

Tipp Nr. 1:

Newsletter-Verzeichnisse nutzen Tragen Sie Ihren Newsletter in Newsletter-Verzeichnisse ein. Wenn Ihr Newsletter wirklich nützlich ist, wird er so gerne von vielen Menschen zur Kenntnis genommen.

Ja, es gibt viele Newsletter und ja, nur wenige bieten echten Nutzen.

Hier einige Verzeichnisadressen, bei denen sich der Eintrag lohnen kann:

<http://www.newsletterverzeichnis.de>

<http://www.profine.de>

<http://www.newslettersuchmaschine.de>

<http://www.newsletter-verzeichnis.de>



Recherchieren Sie bei Google, es gibt noch einige mehr solcher Verzeichnisse.
Extratipp: AGBs des Anbieters lesen!

Tipp Nr. 2:

Kundenfeedback (Rezensionen) in den Newsletter Vertrauen Sie eigentlich der Produktempfehlung eines anderen Menschen mehr als der Werbung eines Unternehmens? Viele Verbraucher tun dies, gerade im Vorfeld einer Kaufentscheidung. Okay, dann nehmen Sie doch einfach mal ein schönes Kundenfeedback, erzählen Sie eine kleine Geschichte dazu und hinein in Ihren Newsletter.

Beispiel:

Eine unserer interessantesten Homepagekundinnen in 2009 war Meggi. Sie wollte eine neue Homepage von uns, um der Welt ihre wunderschönen Teddybären zu zeigen. Als ich sie kennenlernte, da war sie sich ziemlich unsicher, ob sie mit dem Profi-System TYPO3 überhaupt zurechtkommen würde. Doch diese Begeisterung in ihr, für ihren Beruf und ihre Teddys, war stärker als alles andere und so kamen wir ins Geschäft. Was glauben Sie, ist Meggi mit TYPO3 zurecht gekommen?

Hier ist ihr Feedback:

Lieber Frank, liebe „Firma INCONET“,

klings das jetzt witzig oder komisch, wenn ich schreibe, ihr habt mich glücklich gemacht? Einfach nur dadurch, dass ich von euch eine Homepage habe?

Ich erzähle gern Geschichten und deshalb fang ich mal ganz von vorn an:

Ich mache Teddybären in Handarbeit. Und ich hatte auch eine Homepage dazu – irgendwann vor 10 Jahren mal als Übung von einem lieben Kollegen erstellt und so 3x in 5 Jahren von einem Azubi gut gemeint verändert – ich denke, jeder merkt hier, was ich meine ...

Was nun folgt, ist ein sehr ausführliches Feedback, teilweise fast schon bewegend geschrieben und nun wissen alle, die dieses Feedback gelesen haben, dass TYPO3, mit dem richtigen Partner, ein Kinderspiel ist. Wenn Sie Meggis Begeisterung ganz und gar genießen möchten, dann finden Sie hier das gesamte Feedback:

<http://www.inconet.de/uploads/media/Referenz-Meggi.pdf>

Mit einer solchen Rezension profitieren Sie von den guten Erfahrungen Ihrer Kunden, also lassen Sie Ihre Kunden sprechen. Übrigens, die erstklassigen Teddybären von Meggi finden Sie hier:

<http://www.meggibaer.de/>

Tipp Nr. 3:

Finger weg von URL-Verkürzern in Newslettern Oft möchte man sehr lange Links kürzen, damit die Newsletter-Optik durch lange Links nicht verunstaltet wird. Ich mache das in unseren internen Mails an unsere Kunden auch manchmal. In einem Newsletter dies zu tun, hat allerdings einige gravierende Nachteile wie Experten immer wieder anmerken. Mir erscheint der Aspekt der Link-Klarheit der wichtigste Grund zu sein.



Angenommen, Sie finden in einem Newsletter einen solchen Link:

<http://bit.ly/809uG9> - oder einen solchen:

<http://www.inconet.de/seminar-internet-mastery-insider-grundlagen.html>

Welchem Link würden Sie mehr vertrauen, wenn Sie mich und meine Firma gar nicht kennen? Es gibt zahlreiche Studien, die immer wieder zeigen, dass der zweite Link von Newsletter-Lesern bevorzugt wird, weil man ihm ansieht, wo er hinführt. Der erste Link nutzt den Dienst bit.ly - und Sie erkennen nicht, was Sie hinter dieser Adresse erwartet. Das schafft unbewusst Unbehagen.

Verwenden Sie lieber die "langen" Links in Ihrem Newsletter. Nutzen Sie gleich die Gelegenheit und üben Sie sich im Geschichten erzählen.

Der oben gezeigte Link, der zu unserer Premium-Ausbildung Internet-Mastery führt, ist deshalb so lang, weil er suchmaschinenoptimiert ist. Das ist doch ein guter Grund, oder?

Optimieren Sie Ihre Newsletter, es lohnt sich. Ich werde diese kleine Serie in den nächsten Ausgaben fortsetzen!

Übrigens ist es beim Newsletterschreiben wie beim Bloggen: solange die eigene Schreibunlust besteht, kann man seinen Newsletter einfach von Text-Profis schreiben lassen. Auch wir machen das für manchen Kunden und helfen auch Ihnen gerne.

Noch etwas: ein Newsletter muss nicht 10 DIN A4-Seiten, so wie diese Ausgabe. Wie bereits gesagt: es geht nicht um Quantität, es geht um Qualität.

Traffic-Tipp (1) für Homepage oder Blog

Immer und immer wieder werde ich gefragt, wie man denn mehr Besucher auf die Homepage oder sein Blog ziehen kann. Meine Standard-Antwort lautet dann immer:

"sei einfach kreativ und lass Dir was Gutes einfallen!"

Tja, und irgendwie scheint das mit dem "kreativ sein" nicht so ganz einfach für viele Menschen zu sein.

Falls Sie zu diesen Menschen gehören, die eine Kreativ-Bremse haben, gibt es jetzt hier im Newsletter immer mal wieder ein Praxisbeispiel, das Ihnen als Anregung dienen kann, um mehr "Traffic" auf Ihre Homepage zu bekommen.

Eigentlich hört es sich ziemlich einfallslos an, was ich Ihnen jetzt schreibe und doch funktioniert es prächtig.

Wir veranstalten ein Gewinnspiel.

Gewinnspiele gibt es wie Sand am Meer. Manche sind gut und seriös, manche sind es nicht. Manche sind einfach nur langweilig. Damit Ihr Gewinnspiel ein voller Erfolg wird, sollten Sie wissen, wer Ihre Zielgruppe ist und welche "Gewinne" für Ihre Zielgruppe wertvoll sind.



Nun organisieren Sie als erstes ein paar Gewinne und diese werden dann verlost. Sie überlegen sich, was Sie möchten, dass jemand tut, damit er oder sie an der Verlosung teilnehmen darf. Im einfachsten Fall könnten Sie als Blogbesitzer beispielsweise allen, die in einem Beitrag einen Kommentar hinterlassen, die Teilnahme ermöglichen.

Es darf aber durchaus auch etwas mehr für Sie bringen.

Okay, nehmen wir also an, ich würde derzeit ein Gewinnspiel durchführen. Um die Zielgruppe genau zu definieren, nehmen wir an, ich würde das Gewinnspiel in meinem privaten Internet-Blog "Mehr Erfolg im Internet" durchführen. Die Zielgruppe in diesem Blog ist fast identisch mit der dieses Newsletters, wobei das Blog noch stärker von Internet-Laien gelesen wird. Die Blogleser haben häufig einen Business-Hintergrund und sind daran interessiert, das Internet für mehr Umsatz zu nutzen.

Schritt 1: Welche Preise für diese Zielgruppe?

Bei mir ist das sehr einfach. Ich lese sehr viel, also kann ich nicht mehr benötigte Fachbücher zum Gegenstand der Verlosung machen. Das ist gerade für Kleinunternehmer oft interessant, denn diese neigen aus Budgetgründen häufig dazu, selbst ein gewisses Internetfachwissen aufbauen zu wollen. Dann bieten sich in meinem Fall noch einige gefragte Internetdienstleistungen an. Ein Homepage-Review, also eine Analyse, was an einer Homepage verbessert werden könnte ist immer eine sehr gefragte Sache. Oder ich verschenke die Teilnahme an einem Internet-LearnLetter, das sind Selbstlernkurse oder Online-Workshops auf E-Mail Basis.

Der Hauptpreis könnte beispielsweise sein, dass ich gratis für den Gewinner ein WordPress-Blog einrichte und mit den besten Erweiterungen versehe. Würden Sie schon teilnehmen oder müsste ich noch etwas "drauflegen"?

Schritt 2: Was müssen die Teilnehmer tun?

Das hängt natürlich von meinem Ziel ab. Ich möchte das genannte Blog in absehbarer Zeit komplett umgestalten und ich würde gerne erfahren, was sich die Leser wünschen und wie nützlich das Blog jetzt bereits für sie ist. Wenn ich zusätzlich noch ein paar Links sammeln möchte, dann sähe die Aufgabe etwa so aus:

"Schreibe in Deinem Blog über mein Blog und gib Deine Meinung zu Nutzen und Optik meines Blogs ab und schreibe mindestens 3 nützliche Verbesserungsvorschläge für mein Blog in Deinem Beitrag. Und natürlich solltest Du in Deinem Blogbeitrag auf mein Blog verlinken!"

Was glauben Sie, was mir das wert wäre? Sicherlich einiges, denn ich hole mir direktes Feedback von meinen Lesern ab und erkenne so viel einfacher echtes Verbesserungspotential.

Schritt 3: Die Dauer des Gewinnspiels festlegen. Das wird tatsächlich öfter mal vergessen. Legen Sie eine Dauer für Ihr Gewinnspiel fest und wählen Sie diese in einem Rahmen von 1 - 3 Wochen. Experimentieren Sie mit solchen Laufzeiten und ändern Sie diese von Gewinnspiel zu Gewinnspiel. So sammeln Sie wertvolle Erfahrungen.

Schritt 4: Tun Sie es! Und nun fangen Sie einfach an. Geben Sie zwischendurch den Lesern einen Stand der Dinge, so erinnern Sie möglicherweise manchen Leser noch an seine Teilnahme. Bitten Sie andere Blogger, Ihre Bekannten oder Geschäftspartner um Bekanntmachung des



Gewinnspiels. Nutzen Sie Facebook, Twitter und andere "Sammelplätze".

Eine solche Aktion eignet sich auch für eine Homepage, hier brauchen Sie nur eine ausgefallene Idee. Bei einem Blog ist es deutlich einfacher. Aber wer hindert Sie daran, heute noch ein Blog zu eröffnen. Übrigens: rein zufällig habe ich heute in meinem Blog ein Gewinnspiel gestartet, das Ihnen als Anregung dienen kann:

<http://mehr-erfolg-im-internet.net>

Und falls Sie mitmachen wollen, der Code für das Gewinnspiel lautet: SQWDK2T4U

Werbung:

Coaching & Ausbildung für „Macher“: Internet Mastery

Live- und Online-Studium für alle unternehmerisch denkenden Menschen, die die maximale Internet-Power für ihre Projekte oder das eigene Internet-Business herausholen wollen.

- 9-monatiges Internet-Ausbildungs- und Coaching-Projekt
- 3 Live-Module à 2 Tage
- Online-Studium zwischen den Live-Modulen
- optional mit TYPO3-Homepage und WordPress-Blog

Das Internet bietet jeden Tag noch mehr Möglichkeiten für die eigenen Vorhaben und das Business. Um diese neuen Möglichkeiten optimal zu nutzen, braucht es neues Wissen und ein neues Denken! In dieser Ausbildung werden Sie alles lernen, um für sich aussergewöhnliche Ergebnisse zu erreichen!

Nächster Termin ab: 1. März 2010

Hier finden Sie alle weiteren Informationen:

<http://www.inconet.de/seminar-internet-mastery-insider-grundlagen.html>



Noch mehr Interessantes zum Schluss

1. Neue grosse TYPO3-Version ist da

TYPO3 hat ein grosses Update herausgebracht und ist nun in der Version 4.3 zu haben. Es wurden viele kleine Verbesserungen vorgenommen, insbesondere das sogenannte Frontend-Editing ist sehr hübsch. Das habe ich ja eingangs schon erwähnt.

Insgesamt ist die Handhabung nun noch bequemer und schicker. Ein Update ist für Sich-selbst-Verwöhner empfohlen. Der Preis hängt davon ab, von welcher bisherigen Version das grosse Update erfolgen soll, je älter das TYPO3, desto grösser der Aufwand und damit der Preis.

Rufen Sie uns an, wenn Sie Lust haben, sich ein Update zu gönnen, wir schauen dann nach der Version Ihres TYPO3-Systems und nennen Ihnen den exakten Preis.

2. Nie gestellte Fragen

Dieser Newsletter wurde erstmals am Sonntag verschickt. Und ich weiss, dass sich einige von Ihnen die Frage nach dem WARUM stellen.

Okay, ich weihe Sie in das Geheimnis der neuesten Marketing-Erkenntnisse ein. Samstag und Sonntag sind die Tage, die bei meiner Zielgruppe geradezu ideal sind, um höchste Aufmerksamkeit zu bewirken.

Und ja, ich möchte gerne Ihre Aufmerksamkeit!

Werbung:

Premium-Werbung - nur lesen, wenn Sie Erfolg möchten!

Nutzen Sie schon meine Gratis-LearnLetter, um erfolgreicher im Internet zu sein?

Hier können Sie Ihre Internet-Chancen sofort gratis verbessern:

<http://learnletter.eu/gratis-learnletter.html>

Impressum

INCONET – Informationssysteme,
Communication und Netzwerkberatung GmbH
Schwabenmatten 15
D-79292 Pfaffenweiler

Telefon: +49 (0) 7664 - 505 65 52

Wir sind Montag - Freitag von 10:00 - 16:00 Uhr telefonisch für Sie erreichbar!

Internet Power-Insider Newsletter



Telefax: +49 (0) 7664 - 505 65 58

Internet: <http://www.inconet.de>

Twitter: <http://twitter.com/inconet>

FriendFeed: <http://friendfeed.com/frankielobels>

Geschäftsführer: Frank Obels

Handelsregister: B-704606, AG Freiburg i.Br.

Ust.-ID: DE 18 43 18 611

Bankverbindung:

Postbank Frankfurt

BLZ: 500 100 60

Konto: 75 12 39 603

Wir sind der Motor erfolgreicher Internet-Projekte - als Berater, Entwickler und Trainer!

Kein Teil dieses Werks darf in irgendeiner Form ohne schriftliche Genehmigung durch die INCONET GmbH reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Die INCONET GmbH übernimmt keine Gewähr für die Funktion in diesem Werk beschriebener Programme, Methoden oder von Teilen derselben. Dies gilt auch für aus dem Gebrauch resultierende Folgeschäden.

Alle hier wiedergegebenen Gebrauchs- und Handelsnamen oder Warenbezeichnungen unterliegen den Rechten der jeweiligen Warenzeichen- und Markenschutzrechte-Inhaber.

Dieser Newsletter stellt keine Rechtsberatung in irgendeiner Form da, sondern vermittelt Informationen.

Wir freuen uns darüber, wenn Sie diesen Newsletter weiterempfehlen.