

# Deutsches Shopverzeichnis Backoffice [DSVZ]

Triologic GmbH, Deutschland

## Themen in dieser Ausgabe:

- Einfach besser werben
- Service im Backoffice
- Optimal im Kundenblick
- Support
- Vom Suchen und Finden  
Teil 3

## In dieser Ausgabe:

Optimal im Kundenblick Stammdaten Ihres Shops	2
Optimal im Kundenblick Suchbegriffe	3
Optimal im Kundenblick Affiliation Partner	4
Optimal im Kundenblick Service	5
Optimal im Kundenblick Warenangebot	6
Vom Suchen und Finden Teil 3	7
Genießen Sie den Ausblick...	8

## Deutsches Shopverzeichnis—einfach besser werben

Das Deutsche Shopverzeichnis bietet Entscheidern, Verantwortlichen und Betreuern eines oder mehreren Online-Angebotes die Möglichkeit, den Shop optimal zu bewerben.

Lesen Sie hier, wie Sie Ihren Shop effizient eintragen können, wie Sie die vielen Möglichkeiten unseres Portals optimal nutzen und wie Sie an hilfreiche Hintergrundinformationen gelangen, um Ihr eBusiness weiter nach vorne zu bringen.

Melden Sie Ihren Shop noch heute im Deutschen Shopverzeichnis an. Nutzen Sie unsere Besucherzahlen um potentielle Kunden für Ihre Angebote zu begeistern.

Unter <http://www.dsvz.de> können Sie die Anmeldung starten.

Klicken Sie dazu einfach auf die Titelgrafik.

Nach der Anzeige der Vertragsbedingungen—die Listung ist und bleibt kostenfrei—geben Sie in unserem Formular Ihre Kontaktdaten an.

Danach erhalten Sie eine eMail mit einem Bestätigungscode. Nach dem Klick auf den entsprechenden Link öffnet sich unsere Bestätigungsseite.

Automatisch erhalten Sie eine weitere eMail mit



Deutsches-Shopverzeichnis.de—einfach besser werben

Ihren Zugangsdaten. Sie können sich sofort im Backoffice unter <http://www.dsvz.de> anmelden und die Merkmale Ihres Shops eintragen.

Unter Service finden Sie die Login-Maske und werden nach einer erfolgreichen Anmeldung direkt auf die Seite mit Ihren Stammdaten zum Shopeintrag geleitet.

Prüfen Sie, welche Informationen Sie von Anfang an hinterlegen können...

## Service im Backoffice—mehr wissen, mehr verkaufen

Wissen Sie, wonach Ihre potentiellen Kunden suchen? Wissen Sie, wie diese Kunden suchen?

Haben Sie Ihre Suchwortlisten und Werbetexte optimal angepasst? Viele Shopbetreiber studieren zwar genauestens ihre Logfiles, wissen aber wenig darüber, was im Vorfeld eines Kundenbesuchs passiert.

Wir bieten Ihnen unterstützende Informationen rund um das Benutzerverhalten potentieller Käufer.

Als registrierter Entscheider, Betreiber und Betreuer eines Online-Shops können Sie jederzeit in unserem Service-Bereich TOP-aktuelle Informationen zum Benutzerverhalten abrufen (Vom Suchen und Finden...).

## Optimal im Kundenblick—Stammdaten des Shops

Nach dem Login erhalten Sie stets die Übersicht mit den Stammdaten zu dem von Ihnen verwalteten Shop.

Ihnen werden zuerst die aktuelle URL Ihres Shops sowie die Weiterleitungs-URI (Affiliation-Netzwerk oder programmspezifische Pfade oder Parameter bei Mietshops) gezeigt.

Darunter zeigen wir das aktuelle Ranking Ihres Shops an. Näheres hierzu erfahren Sie unter dem Menüpunkt Service.

Sie können jederzeit Telefonnummern und Faxnummern anpassen und spezielle Nummern für Hotline-Telefon bzw. –Fax angeben. Zusätzlich können Sie Minutenpreise aus dem Deutschen Festnetz hinterlegen.

Sie können auch eine allgemeine eMailadresse hinterlegen. Beachten Sie, dass wir diese Adresse nur verschlüsselt im Content unseres Portals anbieten. So erschweren wir SPAM-Bots die Auffindung.

Per Mausklick können Sie jeden der Einträge sofort und schnell aktualisieren.

Bei der Erstanmeldung empfehlen wir Ihnen zumindest eine Telefonnummer anzugeben. Viele potentielle Kunden möchte gerade vor einem Erstkauf bei einem Shop zumindest eine menschliche Stimme hören um besser die Vertrauenswürdigkeit abschätzen zu können.

Denken Sie auch an Surfer, die mit ihrem PDA unterwegs sind. Ein Anruf kann entscheiden...



Stammdaten

## Optimal im Kundenblick—Ansprech...partner

Unter Ansprechpartner verwalten Sie Ihre eigenen Kontaktdaten.

Wir erheben diese Daten, damit wir Sie z.B. gezielt und ohne großen Aufwand ansprechen können, wenn sich aus Ihren Angaben Rückfragen ergeben.

Wir sind keine Datensammler! Wir geben Ihre Kontaktdaten nicht an Dritte weiter. So dient auch Ihre eMailadresse allein der internen Kommunikation.

So ist z.B. die Angabe einer postalischen Adresse optional. Sie sollten diese Adresse nur dann

eingeben, wenn Sie für Ihren Shop auch das Merkmal „Abholung im Laden“ setzen möchten. In Kombination mit Ihrer Adresse werden Sie dann zusätzlich—kostenfrei—auch in unserer regionalen Suche gelistet.

Bitte beachten Sie, dass die Angabe einer gültigen eMailadresse verpflichtend ist. Auch aus rechtlichen Gründen wollen und müssen wir die Gelegenheit haben, sehr rasch und unkompliziert direkt mit Ihnen in Verbindung treten zu können.

*Wir sind keine  
Datensammler.  
Ihre eMailadresse  
dient uns allein  
der internen  
Kommunikation.*

## Optimal im Kundenblick—Audits und Zertifikate

Als Shopbetreiber ist es von unschätzbarem Vorteil, wenn der Kunde durch den ersten Eindruck schon Vertrauen in die Leistungsbereitschaft und –fähigkeit des Anbieters fassen kann.

Viele Shopbetreiber lassen sich bewusst zertifizieren und möchten natürlich auch mit einem erfolgreichen Audit werben.

Das Deutsche Shopverzeichnis stellt Ihnen zu diesem Zweck eine Auswahl von Zertifizierern und Auditoren zur Verfügung.

Klicken Sie einfach die Zertifikate an, die Sie werblich einsetzen möchten.

Beachten Sie bitte, dass Sie unter Umständen gegen die Bestimmungen der einzelnen Anbieter verstoßen können, wenn Sie über einen vereinbarten Zeitraum hinaus das Zertifikat werblich einsetzen. Auch eine nicht autorisierte Nutzung wird möglicherweise von den Anbietern geahndet.

Sprechen Sie im Zweifel vorher mit Ihrem Zertifizierer.



Audits und Zertifikate

## Optimal im Kundenblick—Suchbegriffe

An dieser Stelle verwalten Sie die Suchbegriffe, unter denen Ihr Shop im Deutschen Shopverzeichnis gelistet werden soll.

An dieser Stelle haben Sie die Chance, sich durch ein bisschen Fleiß und kluge Wortwahl deutlich von Mitbewerbern zu unterscheiden.

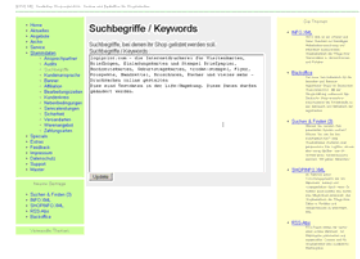
Planen Sie Ihre Suchworte gut. Ziehen Sie alle Möglichkeiten im Internet, erfolgreiche Suchbegriffe zu finden, in Erwägung und aktualisieren Sie diesen Eintrag von Zeit zu Zeit, wenn es für Ihr Sortiment sinnvoll ist.

Einen pauschalen Rat wollen wir nicht geben, für einige Branchen haben sich sehr spezielle Suchbegriffe (Artikelbezeichnungen) herausgestellt. Die meisten Menschen neigen aber dazu, eher Oberbegriffe einzugeben, also nach Waren-

gruppen und Sortimentsnahmen zu suchen. Der eine Digitalkamera sucht, kennt vielleicht das Modell, aber wer italienische Damenschuhe sucht, wird eher einen Markennamen oder eben Damenschuhe als Suchbegriff versuchen.

Beachten Sie bitte, dass die Verwendung von Markenbezeichnungen eine ausdrückliche Erlaubnis seitens des Inhabers der Marke voraussetzt. Wenn Sie Markennamen werblich einsetzen, versichern Sie sich unbedingt beim Inhaber und weisen Sie auch darauf hin, sofern Sie Markennamen in Suchbegriffen und anderen Texten werblich einsetzen möchten.

Sie sind verantwortlich für die Inhalte, die Sie für Ihren Shop einpflegen!



Suchbegriffe definieren

## Optimal im Kundenblick—Kundenansprache

Unterschätzen Sie es nicht: Kunden möchten persönlich angesprochen werden. Wir bieten Ihnen für die Detailansicht in unserem Portal eine Option, eine persönliche Ansprache zu hinterlegen.

Sie können diesen Textbereich auch werblich nutzen, um regelmäßig auf Angebote und Schnäppchen hinzuweisen. Sie sollten aber in jedem Fall Ihren potentiellen Kunden in direkter Rede ansprechen.

Sofern Sie diese Option nicht nutzen, zeigen wir die ersten 250 Zeichen aus dem Feld der Suchbegriffe an.

Sofern der potentielle Käufer Suchbegriffe eingegeben hat, berücksichtigen wir die Worte aus dem Feld Suchbegriffe und die Worte, die Sie hier in dem Bereich der persönlichen Ansprache hinterlegen.

Stellen Sie Ihren Shop bestmöglich dar, aber übertreiben Sie es nicht. Mit Formulierungen wie „größter XY-Händler im Internet“ locken Sie womöglich auch Interessenten an, aber kaum solche, die etwas kaufen möchten...

*Wecken Sie die  
Neugier Ihrer  
Kunden.*

## Optimal im Kundenblick—Banner

Banner sind ein beliebtes Mittel in der Online-Werbung.

Sofern Sie eigene Banner nutzen, können Sie drei Banner verschiedener Größen hinterlegen.

Bitte senden Sie uns keine Banner per eMail zu. Wir verlinken nur zu den Bannern, zu denen Sie eine URL / URI angeben können.

Es empfiehlt sich hier, generische Namen für Ihre Banner zu wählen und gegebenenfalls diese Dateien später einfach auszutauschen. Wenn Sie beispielsweise ein besonderes Ange-

bot wochenweise wechseln, brauchen Sie dann nicht jede Woche im Service-Bereich die neue URL / URI einzutragen.

Flash-Banner werden von uns nicht unterstützt.

Bis dato bieten wir auch nur drei Bannerformate an. Sie werden sehen, dass wir diese auch sehr zurückhaltend auf unserer Website einsetzen... und dafür werden wir von unseren Portalbesuchern regelmäßig gelobt!

## Optimal im Kundenblick—Affiliation—Partner

Bieten Sie uns und anderen Affiliates ein Partnerprogramm an?

Wenn ja, sollten Sie uns dies mitteilen.

Vielleicht haben Sie sich gefragt, wie unser Businessmodell eigentlich aussieht, wo wir Ihnen doch die Listung kostenfrei ermöglichen.

Dazu später mehr. An dieser Stelle sei gesagt, dass wir als Affiliate mit erfolgreichen Partnernetzwerken kooperieren und dass Sie durch Nennung Ihrer Mitgliedschaften unser

Portal in seinem weiteren Wachstum unterstützen können.

Ihr Angebot an Affiliates unterstreicht zudem Ihren Willen, die neuen Vertriebsstrukturen im Internet effizient einsetzen zu wollen.

Und dies belohnen wir z.B. auch durch ein besseres Ranking Ihres Shopeintrags (unabhängig von dem Umsatz, der möglicherweise generiert wird!).

So haben auch kleine Shopbetreiber bei uns die Chance,

ganz nach vorne zu kommen.

Wenn Sie selbst noch keine Partnerprogramme für Affiliates anbieten, lassen Sie sich von uns oder von einzelnen Anbietern beraten.

Unter Stammdaten / Affiliation werden Sie nur gefragt, ob Sie ein solches Programm anbieten. Bei welchen Partnernetzwerken Sie Programme aufgelegt haben, können Sie dann unter Specials / Affiliation eintragen.

## Optimal im Kundenblick— Bearbeitungszeiten

Mancher Kunden fragt sich vor dem Klick, ob es sich lohnt. Es ist vielleicht Samstag morgen und wenn er denn wüsste, dass Sie Bestellungen bis Samstag Abend bearbeiten, dann würde er klicken... und kaufen.

Wir stellen unseren Surfern diese Informationen zur Verfügung. Einige wählen hier auch Filter aus, unter denen sie dann gezielt die Anzahl der

Anbieter in den Trefferlisten vermindern. Kommen Sie hier Ihrem potentiellen Kunden entgegen. Geben Sie an, wann Sie für dessen Wünsche arbeiten.

Nicht immer passen die Optionen, die Sie hier auswählen können.

Alle anzubieten würde die Anzahl der Merkmale einfach zu sehr anwachsen lassen.

Wählen Sie bitte die Optionen, die am besten passen.

Tipp: Es sind Überschneidungen und somit Mehrfachnennungen möglich.

Sie erhöhen Ihre Chancen, wenn Sie alle Merkmale setzen, die wirklich auch von Ihnen angeboten werden.

*Samstag Abend in der City...  
Spielen Sie Ihren Zeitvorteil aus.  
Klicken kann man immer, aber wann handeln Sie für Ihren Kunden?*

## Optimal im Kundenblick— Kundenkreis

Einige — vor allem professionelle Einkäufer — möchten vorher wissen, wen Sie denn so alles beliefern.

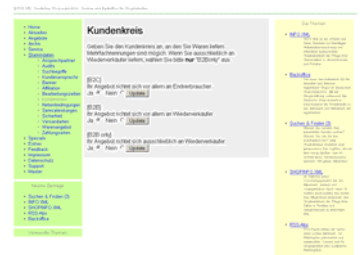
Die Einschätzung Ihrer Leistungsfähigkeit richtet sich ja auch danach, welche Kundenwünsche Sie realisieren können und welche Kunden das sind.

Geben Sie vor allem an, wenn

Sie ausschließlich an gewerbliche Kunden liefern, dass Sie ausschließlich an gewerbliche Kunden liefern (B2Bonly).

Mehrfachnennungen sind möglich. Sofern Sie aber angepasste Shopbereiche für verschiedene Gruppen bereithalten, und diese auch über eigenständige URLs / URIs erreichbar sind, empfehlen wir Ihnen, jeden dieser Bereiche

einzelan anzumelden und dann das jeweils passende Merkmal zu setzen.



Kundenkreis

## Optimal im Kundenblick— Nebenbedingungen

Wir haben eine Reihe von Nebenbedingungen definiert, die oft von potentiellen Käufern nachgefragt werden.

Es ist häufig der Fall, dass Mitbewerber eine Mindestbestellmenge (Umsatz) fordern, oder dass Waren in das EU-Ausland geliefert werden.

Je genauer Sie Ihre Nebenbedingungen definieren, je weniger „Bestellabbrecher“ haben Sie später.

Wenn Sie beispielsweise ins EU-Ausland liefern, sollten Sie dieses Merkmal auch setzen.

Denken Sie an viele deutschsprachige EU-Mitbürger, die nicht erst beim Bestellprozess erfahren möchten, ob Sie ins Ausland liefern.

Diese setzen unter Umständen bei der Recherche schon von Anfang an den entsprechenden Filter.

Und nur wenn Sie das Merkmal auch gesetzt haben, wird Ihr Angebot gelistet.

Wer gerade diesen Bereich pflegt, wird durch neue Besucher belohnt.

Je nach Sortiment empfiehlt es sich, Versandpauschalen anzubieten.

Zum einen wird dieses Merkmal als Filter häufig eingesetzt, zum anderen forciert es einen gewissen Mitnahmeeffekt. Wenn man hier nichts mehr „drauflegen“ muss, hat man ja etwas gespart.

Tipp: wenn wir neue Merkmale anbieten, informieren wir Sie über unser Service-Letter.

So verpassen Sie nicht, wenn es wichtige neue Filter für Interessenten gibt.

## Optimal im Kundenblick— Serviceleistungen

Der Preis entscheidet. Aber in einem immer enger werden Markt entscheidet er eben nicht mehr allein.

Die meisten unserer Besucher haben 1 bis 12 mal online eingekauft in den letzten 6 Monaten.

Sie können unterstellen, dass diese Gruppe weiterhin agil und gezielt im Netz nach Einkaufsquellen sucht.

Alle reden von Service. Bieten Sie diesen an?

Dann nennen Sie dies auch beim Namen.

Telefonhotline und Statusverfolgung der Sendung sind die beliebtesten Filter aus diesem Bereich. Wen wundert das.

Sollten Sie hier Merkmale setzen können, raten wir dringend, dies auch zu tun. Immer mehr Besucher unseres Por-

tals nutzen die Filterfunktionen und damit werden nur noch die Shops gelistet, die eben auch die entsprechenden Merkmale gesetzt haben.

---

*Alle reden vom Service. Nur, wo ist er?*

*Bieten Sie Service, dann benennen Sie diesen auch!*

## Optimal im Kundenblick— Sicherheit

Ein professioneller Online-Shop kommt nicht ohne SSL-Verschlüsselung aus.

Viele Mietshoplösungen werben gezielt damit, dass sie eben diesen Standard unterstützen.

Man-in-the-middle- und Phishing-Attacken geistern immer wieder durch die Presse.

Wenn auch die wenigsten ge-

nau wissen, worum es dabei geht, so wird doch vielen etwas wohler, wenn die persönlichen Daten bei einer Bestellung wenigstens verschlüsselt übertragen werden.

Sofern Sie das Merkmal anbieten, sei es für die gesamte Website oder für den eigentlichen Bestellprozess, sollten Sie dieses Merkmal auch setzen.

Wenn Sie bisher noch keine SSL-Unterstützung anbieten, sollten Sie darüber nachdenken.

Wir beraten Sie gerne und in Kürze werden Sie im Backoffice auch Anbieter entsprechender Zertifikate finden.

## Optimal im Kundenblick— Versandarten

An dieser Stelle können Sie Versandarten angeben und beispielsweise auch, ob Sie unversichert oder versichert versenden.

Sollten Sie eine Abholung im Laden anbieten, empfehlen wir Ihnen, dieses Merkmal in jedem Fall auch zu setzen.

Wenn Sie zudem bereit sind, Ihre Shopadresse anzugeben (Stammdaten / Ansprechpartner) wird Ihr Angebot automatisch in unserer Regionalen Suche gelistet.

Dieses Merkmal gehört zu den

am meisten nachgefragten aus dieser Gruppe der Merkmale.

Etwas unscheinbar ist auch hier das wichtige Merkmal für Software-Anbieter zu finden.

Sofern Sie Software-Kauf zum Download anbieten, können Sie dies hier angeben.

Auch an dieser Stelle sei darauf verwiesen, dass Kunden alle abgefragten Merkmale als Filter setzen können. Wer Sonntagabends produktiv werden will, braucht das Produkt sofort...und wird nur Shops

suchen, die einen Download anbieten, bzw. solche, die dieses Merkmal gesetzt haben...



Download

## Optimal im Kundenblick— Warenangebot

Geben Sie an, welcher Art die Waren sind hinsichtlich ihres Neu- und Zeitwertes.

Mehrfachnennungen sind möglich.

Insbesondere wenn Sie gebrauchte Ware anbieten, sollten sie dieses häufig gewünschte Merkmal auch setzen.

Manche Besucher unseres Portals suchen gezielt nach

Auktionsalternativen. Wenn Sie ein Auktionshaus betreiben bzw. innerhalb Ihres Shops einen Auktionsbereich vorhalten, dann sollten Sie dieses Merkmal setzen.

Sofern Sie Artikel aus dem FSK18 — Bereich anbieten, geben Sie dies bitte unbedingt an!

---

*Neu?*

*Gebraucht?*

*Auktionsware?*

*FSK18?*

## Optimal im Kundenblick— Zahlungsarten

Das am häufigsten als Filter eingestellte Merkmal ist „Lieferung der Ware auf Rechnung“.

Sofern Sie dieses Merkmal anbieten können, sollten Sie es auch setzen.

Zunehmend werden Kreditkartenzahlungen eingefordert und die meisten Shopbetreiber schließen sich auch entspre-

chenden Clearingstellen an, die als ASP-Dienstleister den Zahlungsfluss organisieren und Ihnen als Shopbetreiber auch die Sicheheit der Einnahme garantieren (je nach Anbieter und Modus).

Beachten Sie dazu auch Angebote ausgewählter Dienstleister, die wir Ihnen exklusiv im Service-Bereich unter Angebote / Clearing auf-

listen.

Sollten Sie Micropayment-Systeme unterstützen, sollten Sie auch dies angeben.

Auch Ratenzahlungen werden nicht selten von Kundenseite nachgefragt.

## Optimal im Kundenblick—Specials

Unter Specials finden Sie im Menü z.Zt. drei Auswahlmöglichkeiten.

Unter Audit können Sie im Detail die Zertifikate angeben, die Sie werblich in unserem Portal einsetzen möchten.

Unter Affiliation können Sie die Netzwerke benennen, die Sie als Merchant anbieten.

Sofern Sie Payment - Partner haben, können diese ebenfalls ausgewählt werden.

Für alle drei Bereiche gilt, dass es sicherlich weitere

Dienstleister geben wird, mit denen einzelne Shopbetreiber kooperieren.

Für den Fall, dass Sie einen Dienstleister benennen möchten und dass dieser nicht unter den wählbaren Vorgaben aufgelistet wird, bitten wir Sie, diesen direkt anzusprechen.

Prinzipiell kann jeder seriöse Anbieter aus den oben genannten Bereichen hier als Auswahlmöglichkeit gelistet werden.

Wenn Sie dies als dessen Kunde hier werblich einsetzen

möchten, sollte dies auch möglich sein.

Sind Sie selbst Dienstleister und Shopanbieter und möchten Sie mit Ihrem eigenen Angebot in diesem Bereich gelistet werden, sprechen Sie unser Web-Team — am besten über unser Kontaktformular unter Support / Kontakt — an bzw. nutzen Sie das Feedback-Formular im Service-Bereich.



Specials einstellen...

## Support

Im Bereich Support haben wir für Sie hilfreiche Informationen rund um das Deutsche Shopverzeichnis zusammengestellt, eine FAQ hinterlegt und unsere aktuellen Partner-Banner.

Zusätzlich bieten wir Ihnen ein besonderes Kontaktformular an, welches automatisiert Mails zu den richtigen Ansprechpartnern leitet. Wann immer möglich nutzen Sie bitte dieses Formular, um mit uns in

Kontakt zu treten, diese Anfragen werden vorrangig behandelt.

„Ich kann mich nicht mehr anmelden“...und andere Fragestellungen kommen immer mal wieder vor und sind deshalb auch gut aufgehoben, wenn sie in unserer FAQ beantwortet werden. Diese und viele weitere Fragen finden Sie zu Themengruppen geordnet und haben so schnell eine Antwort

auf Ihre drängende Frage.

Sie unterstützen unsere Initiative ganz konkret, wenn Sie erst in die FAQ schauen und nur dann nachfragen, wenn diese Ihnen wirklich nicht weiterhilft.

So kann unser Web-Team effizient arbeiten...

...für Ihr Business.

*Ich kann mich  
nicht mehr  
anmelden! Ich  
muss meinen Shop  
SOFORT aus der  
Listung nehmen!  
Und jetzt?*

## Vom Suchen und finden – Teil 3

Für registrierte Shopbetreiber bieten wir ab sofort im neuen Service-Bereich eine Menge an Hintergrundinformationen rund um eCommerce und Online-Shopping.

Wir starten da, wo andere aufhören.

Was Sie sicher interessiert, ist, was VOR einer Auswahl Ihres Shops — schlechtestenfalls vor

der Auswahl des Shops Ihres Mitbewerbers — passiert. Und genau diese wichtigen Informationen liefern wir Ihnen als registriertem Shopbetreiber.

So können Sie stetig Ihren Auftritt optimieren und sich den Gewohnheiten Ihrer potentiellen Kunden optimal anpassen.

Häufige Suchbegriffe, Auswahl

der angebotenen Suchwerkzeuge, wir informieren Sie, was und wie unsere Besucher suchen.

Sie brauchen nicht mehr suchen. Sie finden diese Informationen regelmäßig im Service-Bereich Ihres Deutschen Shopverzeichnisses.

Tipp: Vom Suchen und Finden Teil 1 und 2 finden Sie im Ar-

*Triologic GmbH, Deutschland*

---

TRIOLOGIC GmbH  
Gerressener Str. 21  
51570 Windeck

Telefon: +49 2243 912976  
Fax: +49 1212-5-114-16-620 (12cent/Min.)  
E-Mail: info@deutsches-shopverzeichnis.de

**Deutsches Shopverzeichnis**  
**...einfach besser werben...**

---

WWW.DEUTSCHES-  
SHOPVERZEICHNIS.DE

---

## Genießen Sie ... den Ausblick

Das Backoffice des deutschen Shopverzeichnisses, unser neuer Service-Bereich für Sie als Shopbetreiber und Betreuer, basiert auf dem Content Management System TYPO3 in der aktuellen Version 4.xx.

Typo3 ist mit zahlreichen Grundfunktionalitäten und sehr vielen Erweiterungen ein empfehlenswertes CMS.

Als frei verfügbare Software mit großer Verbreitung wird Typo3 von einer großen Community gepflegt, betreut, gepflegt und genutzt (TIPP: registrierte Shopbetreiber erhalten im Service-Bereich exklusive Angebote ausgewählter Provider).

TYPO3 erzeugt in der aktuellen Version sauberen XHTML - Code und bietet damit auch gerade Shopbetreibern die Möglichkeit, ihr Suchmaschinen-Ranking deutlich zu verbessern. Einige Shopbetreiber nutzen TYPO3 bereits, um über Produktinformati-

onsseiten sowohl interessierte potentielle Kunden wie auch *crawler* bekannter Suchmaschinen anzulocken, und dies mit großem Erfolg (Typo3 kann z.B. Sitemap-Dateien automatisch erstellen).

Wir können TYPO3 uneingeschränkt empfehlen.



### Themen der nächsten Ausgabe:

- SHOP 2 SHOP – Angebote von Shop für Shop
- Vom Suchen und Finden – TOP Suchbegriffe
- Ranking verbessern – Vorsprung durch Partnerschaft