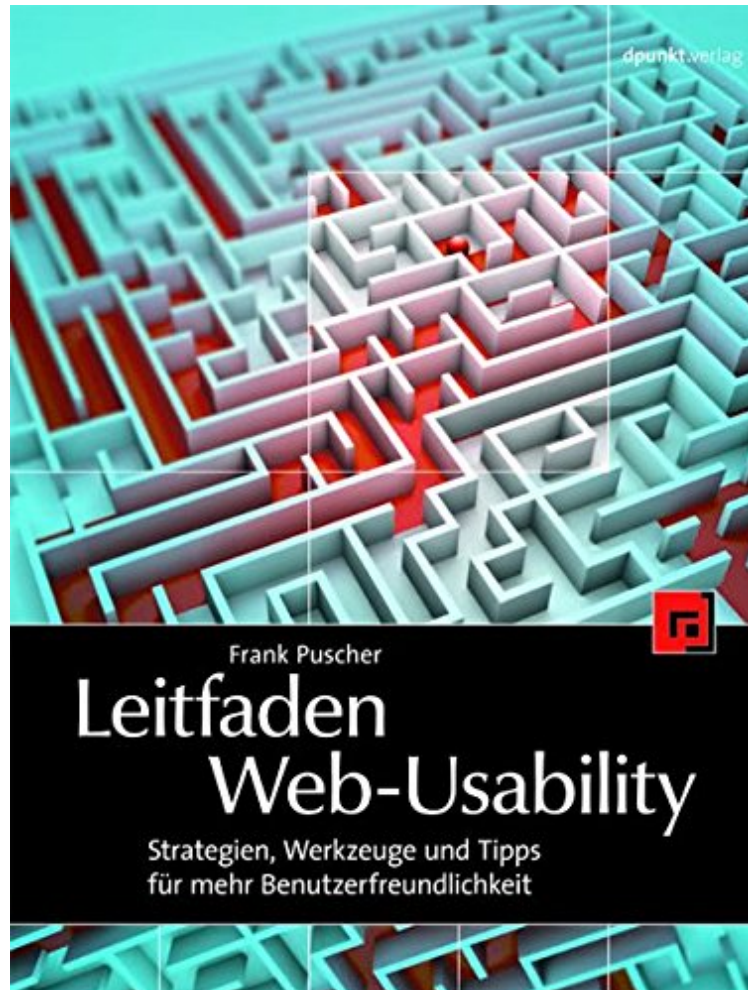


Leitfaden Web-Usability: Strategien, Werkzeuge und Tipps für mehr Benutzerfreundlichkeit

Von Frank Puscher

audiobook / *ebooks / Download PDF / ePub / DOC



 Download

 Read Online

Produktinformation - Verkaufsrang: #1402276 in Bucher Veröffentlicht am: 2009-07-27 Abmessungen: 9.88 x 7.36l, Einband: Taschenbuch 244 Seiten | File size: 45.Mb

Von Frank Puscher : Leitfaden Web-Usability: Strategien, Werkzeuge und Tipps für mehr Benutzerfreundlichkeit before purchasing it in order to gauge whether or not it would be worth my time, and all praised Leitfaden Web-Usability: Strategien, Werkzeuge und Tipps für mehr Benutzerfreundlichkeit:

Kundenrezensionen Hilfreichste Kundenrezensionen 2 von 2 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Alles in Allem gut durchdacht und logisch aufgebaut Von Benjamin Horsten ++ Sehr viele farbige Beispielbilder in ausreichender Größe, direkt von Webseiten, die etwas gut oder schlecht gemacht haben. ++ Gute Aufteilung der Kapitel 0 meistens recht lockere Sprache - zwar sehr angenehm zu lesen, aber schlecht für wissenschaftliche Verwendung (Habe Seminararbeit über dieses Thema geschrieben) - Sehr Online-Shop-lastig, d.h. viel ist auf Seiten ausgerichtet, wo Produkte oder Reisen o.. verkauft werden 1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Veraltet Von Julian

SchrderMeiner Meinung bernimmt der Autor in weiten Teilen Inhalte aus anderen Bchern (Jakob Nielsen, Steve Krug, Mario Fischer etc.) ohne groe Eigenleistung. Die Inhalte sind nicht mehr aktuell, wirken teils schon richtig lcherlich ("wer Quelle kopiert, verliert nicht"), oder sind schlicht falsch ("der gebrtige Schwede Jakob Nielsen"). Der Aufbau des Buches berzeugt berhaupt nicht, es gibt keinen roten Faden. Eingestreut werden Interviews mit Experten, von denen man nicht wei, wann sie entstanden sind und wer sie gefhrt hat. Manche Bcher mit Bezug zum Thema Usability sind auch nach zehn Jahren noch lesenswert, dieses sicher nicht. Glcklicherweise habe ich das Buch nur entliehen. 4 von 5 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. vielseitig und praxisnah - ein lesenswerter Leitfaden! Von Christina (Media-Mania) Puschers Buch ist trotz der recht trockenen Thematik durchgehend interessant, in lockerem Ton geschrieben und sehr vielseitig. Selbst wenn man sein eigenes Usability-Problem hier nicht direkt wiederfindet, so schrfst das Buch doch den Blick dafr, was alles schiefgehen kann und welche Fehler man in punkto Nutzerfreundlichkeit machen kann - und wie man diese Fehler beheben oder gar nicht erst entstehen lassen kann. Das einzige, was man hier vermisst, ist der Punkt Barrierefreiheit, zu dem man sich unbedingt ein eigenes Kapitel gewnscht htte, zumal das Thema immer bedeutsamer fr alle Nutzergruppen wird. Puscher lsst aber die Bedeutsamkeit barrierefreier und nutzbarer Seiten, beispielweise fr ltere oder fr Menschen mit Behinderungen, auer Acht. Ein weiterer kleiner Kritikpunkt: Viele Beispiele, auch und vor allem negative, sind mit Screenshots erlutert, wobei man aber hufig den Eindruck hat, dass die erlutenden Abbildungen etwas planlos und losgelst mitten im Text stehen und nicht immer sofort das verdeutlichen, was gemeint ist, zumal auch die Bildunterschriften hufig zu betont locker sind und den Blick nicht auf das Wesentliche lenken. Insgesamt aber ist Leitfaden Web-Usability" ein praxisbezogenes und vielseitiges Werk, das detailliert ist, wo es sinnvoll ist, aber insgesamt auch Grundwissen voraussetzt. Selbst fr private Website-Anbieter oder fr Betreiber nicht-kommerzieller Websites, etwa von Verbnden, Stiftungen oder anderen Organisationen, ist dieser Leitfaden eine sehr lohnenswerte Lektre. Puscher bringt vieles genau auf den Punkt, etwa in der folgenden Feststellung, die schon fast als Quintessenz zum Stichwort Usability gelten kann: Es gilt Folgendes festzustellen: Der Usability-Experte und auch der Buchautor sind nicht die Prfinstanz fr Ihre Website. Auch Sie selbst sind es nicht, ebenso wenig Ihre Kollegen. Es sind die Nutzer da drauen, die entscheiden."

Kurzbeschreibung Was ist eine TagCloud? Warum findet die Bild.de-Suche nur Nachrichten von gestern? Ist ein Bestellknopf wirksam, wenn er nur 3 x 3 Pixel gro ist? Wieso klicken die Nutzer auf Bilder, die gar nicht verlinkt sind? In den letzten Jahren ist die Benutzerfreundlichkeit vor allem grerer Websites im Durchschnitt deutlich besser geworden. Doch immer noch lassen sich signifikante Fehler finden, die entnervte Nutzer vertreiben, zum Verlust von Glaubwrdigkeit fhren und Umstze im Shop verhindern. Zudem bringen neue Entwicklungen im Umfeld des Social Web AJAX, Rich Internet Applications, Online-Video, Blogs und RSS gnzlich neue Usability-Probleme mit sich. Dieser pragmatische berblick hilft beim Aufbau einer dauerhaften Strategie zur Optimierung der Benutzerfhrung und erklrt alle wichtigen Testmethoden. Handliche Checklisten helfen beim Schnelleinstieg, bungen fhren direkt zur Praxis. Die zahlreichen Beispiele, auch zu den neuen Entwicklungen des Web 2.0, und der lockere Stil machen verstndlich, dass es bei der Usability-Optimierung darum geht, die Bedrfnisse der Menschen zu verstehen und sie so umzusetzen, dass die Wirkung der Online-Werbung, die Verweildauer auf der Website oder die Umstze im Shop signifikant steigen. Themen: Grundprinzipien und die hufigsten Fehler Gestaltung, Inhalt, Navigation, Interaktivitt Interne Suche optimieren Durch Glaubwrdigkeit Vertrauen schaffen Personalisierung Usability im Marketing: Adwords, Landeseiten, Suchmaschinen, URLs Mehr Umsatz durch bessere Shop-Usability Usability im Web 2.0 Testmethoden bungen und Checklisten ber den Autor und weitere Mitwirkende Frank Puscher, Jahrgang 1965, ist freier Journalist und Multimedia-Berater in Hamburg. Seit 1992 schreibt er fr verschiedene Zeitschriften und Zeitungen, wie Sddeutsche Zeitung, Stuttgarter Zeitung, InternetWorld, Tomorrow, Spiegel Online, ComputerWoche, ct, InternetWorld Business, Internet Magazin sowie die Online-Dienste Dr. Web, Entwickler.com. Sein fachlicher Schwerpunkt liegt im Bereich Multimedia und Online. Seit 1994 beschftigt er sich mit Internetproduktion und war unter anderem fr Europe Online, ProSieben, DF 1, Kabel 1 und Grundig ttig. Auerdem hlt er regelmig Vortrge und Schulungen fr die Beo GmbH und die Hanseatische Akademie fr Medien und moderiert jedes Jahr den InternetWorld-Kongress.