

Inhalt

1. Machen Sie den Erfolg Ihrer Website sichtbar... 9

1.1 Diese Kennzahlen und Informationen brauchen Sie für Ihr Webcontrolling!..... 11

Wichtige Kennzahlen geben Aufschluss zu Besucherzahlen und zur Häufigkeit der Seitenabrufe 11

Woher kommen Ihre Besucher? Von welcher Website, über welche Suchmaschinen und mit welchen Suchausdrücken? 15

Darum geht's letztendlich: Wie oft wird aus einem Besucher ein Kunde? - Konversionskennzahlen feststellen 17

Cash counts: Was sind Ihre Besucher wert? 18

Suchstatistiken: Was tippen potenzielle Kunden wirklich in Suchmaschinen ein? 20

1.2 Wie erhalten Sie die benötigten Informationen? 21

Als Erstes nutzen Sie die Statistiken Ihres Webspace-Providers 21

Wenn's genauer sein soll: Setzen Sie auf spezielle Besuchertracking-Lösungen .. 25

Rechnen Sie die wichtigsten Kennzahlen doch selbst aus! 25

Für Profis: Werten Sie die Protokolldateien Ihres Webservers selbst aus 27

Kombinieren Sie verschiedene Keyword-Datenbanken, um die tatsächlich meistgesuchten Begriffe in Ihrem Themenbereich zu ermitteln..... 31

2. Schaffen Sie die Grundlage für eine exakte Besucheranalyse..... 33

2.1 Ihre Besucherströme live verfolgen: So wissen Sie, was Ihre Kunden tun..... 34

Gewinnen Sie einen ersten Einblick in das Besuchertracking mit Etracker durch eine Demo-Tour..... 35

Melden Sie sich für einen passenden Besuchertracking-Dienst an - hier am Beispiel von Etracker 42

Passen Sie Ihre Website für die Messung der Besucherzahlen und die Aufzeichnung des Besucherverhaltens an 47

Wissen ist Verkaufsmacht: Analysieren Sie Ihre Besucherzahlen ganz genau ... 70

Wer macht was wo und wie lange? - So werten Sie das Nutzungsverhalten Ihrer Besucher aus 83

Woher kommen Ihre Besucher? Finden Sie die wichtigsten Suchmaschinen und Websites, die zu Ihnen linken 100

Etracker an eigene Vorlieben anpassen..... 119

2.2 Der Kunde ist König: wenn Sie noch mehr über Ihre Besucher herausfinden wollen 138

Setzen Sie ein zweites und alternatives Besuchertracking-Tool ein und vergleichen Sie die Ergebnisse 138

3. So messen Sie den Erfolg Ihrer Onlinewerbekampagnen	175
3.1 Vom Gelegenheitskäufer bis zur Cash Cow:	
Messen Sie die wichtigsten Verkaufskennzahlen	177
Die Mess-Tools optimal für Ihre Website installieren und konfigurieren	179
Tracking-Links zum Verfolgen von Klicks auf bezahlte Anzeigen erzeugen	197
3.2 Messen Sie den Erfolg Ihrer Google AdWords-Anzeigen mit Google-eigenen Tools	206
Nutzen Sie die Messfunktionen von AdWords	206
Analysieren Sie Ihren Traffic mit Google Analytics	219
4. So behalten Sie die Position Ihrer Website in Suchmaschinen im Blick!	231
4.1 Regelmäßige Überwachung des Rankings Ihrer Webseiten	234
Regelmäßige Platzierungsüberprüfung durchführen (IBP)	236
Überprüfung automatisch mit dem IBP-Terminplaner durchführen lassen	247
Automatisieren Sie regelmäßige Ranking-Checks mit Web CEO	250
So führt Web CEO den Ranking-Check in einem gewünschten Zeitintervall automatisch durch	259
4.2 Prüfen Sie, welche Seiten bereits von den Suchmaschinen aufgenommen wurden	262
Fragen Sie Suchmaschinen direkt und manuell ab	263
Überwachen Sie die Zahl der von Suchmaschinen aufgenommenen Seiten Ihres Onlineauftritts automatisch	268
4.3 Ganz wichtig für ein hohes Ranking: Wie viele Links zeigen auf Ihre Website?	271
Was ist Domainpopularität und warum ist diese so wichtig?	272
So messen Sie die Zahl eingehender Links zu Ihrer Website	272
5. Erstellen Sie Ihre individuelle Marktanalyse mithilfe von Keyword-Datenbanken	287
5.1 Recherchieren Sie häufig gesuchte Suchausdrücke bei großen Suchmaschinen und Werbeplattformen	288
5.2 So nutzen Sie spezialisierte Keyword-Datenbanken für Ihre Kundenanalyse	295
5.3 Verwenden Sie komfortable und professionelle Tools für Ihre Keyword-Recherche	301

6.	Setzen Sie Ihre Erkenntnisse mit gezielten Optimierungsmaßnahmen in die Praxis um	305
6.1	Schaffen Sie neue Webseiten und Rubriken für häufig nachgefragte Suchausdrücke	306
6.2	Melden Sie Ihre Website in wichtigen Webkatalogen und Suchmaschinen an	307
6.3	Optimieren Sie Ihre Webseiten für ein höheres Suchmaschinen-Ranking	309
6.4	Optimieren Sie bestehende Kampagnen in Google AdWords & Co.	310
6.5	Nutzen Sie weitere Werbekanäle für erfolgreiche Anzeigen und Produkte	310
6.6	Korrigieren Sie Website-Fehler und leiten Sie tote Links um	311
7.	Anhang	313
7.1	Anbieter von Besuchertracking- und Statistik-Lösungen	314
7.2	Schnellübersicht: Plattformen für Werbung in Suchmaschinen	317
7.3	Schnellübersicht: nützliche Tools und Webseiten zur Keyword-Recherche	322
7.4	Schnellübersicht: Keyword Advertising-Agenturen zur Betreuung Ihrer Kampagnen	326
7.5	Schnellübersicht: Kataloge und Verzeichnisse für die Anmeldung Ihrer Website	330
7.6	Schnellübersicht: Shopping-Portale und Preisvergleichsseiten für die Anmeldung Ihres Webshops	333
7.7	Schnellübersicht: Partnerprogramm-Netzwerke für Ihr Partnerprogramm	335
7.8	Schnellübersicht: Affiliate Marketing-Agenturen zum Aufsetzen von Partnerprogrammen	342
7.9	Schnellübersicht: Anbieter für Suchmaschinen-Ranking-Optimierung	345
7.10	Schnellübersicht: Nützliche Tools und Webseiten zur Suchmaschinen-Ranking-Optimierung	348

8. Glossar 353

Stichwortverzeichnis..... 367