

Inhalt

1. Jetzt kann's losgehen! – Wege und Möglichkeiten der Onlinewerbung kennen lernen	13
1.1 Werbung im Internet – nicht mehr wegzudenken!	14
Warum online werben? – Vorteile und Möglichkeiten	14
Begriffswirrwarr? – Internetmarketing, Onlinemarketing, Suchmaschinenmarketing ...	17
1.2 Zielgerichtet und sofort wirksam! – Werben in Suchmaschinen (Keyword Advertising)	20
Werben und gefunden werden, wo man Sie sucht!	20
Wo und wie können Sie in Suchmaschinen werben?	23
Mit welchen Kosten müssen Sie rechnen?	31
Vorsicht! – Rechtliche und redaktionelle Beschränkungen beachten	39
1.3 Nicht auf Kunden warten! – Werben per E-Mail und Newsletter	46
Werbung in regelmäßigen Newslettern buchen	46
Für höhere Konversion! – Stand-alone-Newsletter buchen	47
Eigene Newsletter zur Kundenbindung nutzen	57
Bestandskunden für Cross-Selling per E-Mail anschreiben	60
Mit welchen Kosten müssen Sie bei E-Mail- und Newsletter-Marketing rechnen?	62
1.4 Für maximale Präsenz und Markenbildung – Werben auf anderen Websites	67
Werben über das Google AdSense Content-Netzwerk	67
Werbung schalten über spezialisierte Agenturen und Vermarkter	70
Individuelle Werbepartnerschaften eingehen mit anderen Webmastern	70
Werben durch Bannertausch und Linktausch	71
Werben mit redaktionellen Beiträgen in Foren etc.	73
Mit welchen Kosten müssen Sie rechnen?	74
1.5 Effizienter geht's nicht! – Werbung über Partnerprogramme	79
Wie funktionieren Partnerprogramme?	79
Mit welchen Kosten müssen Sie rechnen?	81
Wie setzen Sie ein Partnerprogramm auf?	84
2. Auf das Wesentliche konzentrieren! – Kritische Erfolgsfaktoren und Zusammenhänge im Onlinemarketing verstehen	89
2.1 Wert eines Kunden und Marge als Kalkulationsgrundlage bestimmen	90

2.2 Konversionsrate als Schlüsselkennzahl für den Werbepreis abschätzen	92
Click to Sale Conversion – vom Klick zum Kauf	92
Click to Lead Conversion – vom Klick zum Kontakt	93
Lead to Sale Conversion – vom Kontakt zum Kauf	94
2.3 Durchschnittsverdienst pro Besucher als maximalen Klickpreis ausrechnen	95
2.4 Übersicht: die wichtigsten Kennzahlen im Onlinemarketing	98

3. Gezielt vorgehen! – Werbestrategie, Werbebudget und Maßnahmenplan aufstellen	99
3.1 Ziele der Kampagne definieren: Was wollen Sie erreichen?	100
Interessentengewinnung, Abverkauf oder Markenbildung?	101
Konkret messbare Ziele aufstellen	101
3.2 Strategie festlegen: Wie werden Sie vorgehen?	102
Werbekampagne selbst umsetzen oder Agentur beauftragen?	102
Auf bezahlte Suchergebnisse und/oder Suchmaschinen-Optimierung setzen? ..	103
Werbekanäle sinnvoll mixen	105
3.3 Budget planen: Wie viel darf die Kampagne kosten und warum?	107
Fallbeispiel 1: Kalkulation für einen Onlineshop	108
Fallbeispiel 2: Kalkulation für eine Website zur Offlinekunden-Gewinnung	110
Fallbeispiel 3: Kalkulation für eine Werbekampagne gegen Provision	112
3.4 Erfolgskontrolle sicherstellen: Wie messen Sie die Resultate?	113
Traffic messen vs. Conversion messen	113
Berichte und Statistiken der Werbepattformen nutzen	114
Zugriffsstatistiken vom Hosting-Provider nutzen	115
Besuchertracking-Lösung(en) installieren	118
Conversion Tracking-Tools nutzen	122
3.5 Maßnahmenplan/To-do-Liste aufsetzen: Welche Schritte in welcher Reihenfolge?	124
Musterbeispiel: Werbekampagne Schritt für Schritt – To-do-Liste	124

4. An der Nachfrage orientieren! – Mit cleveren Keywords werden Sie in Suchmaschinen gefunden	127
4.1 Häufig nachgefragte Suchausdrücke bei Keyword-Datenbank.de recherchieren	129
Kundenzugang einrichten	130
Keyword-Projekt zur Sammlung von Suchausdrücken anlegen	131
Ausgangsbegriffe mit Brainstorming-Funktion sammeln	132
Suchausdrücke im Projekt speichern	133
Keyword-Liste in eine Excel-Tabelle exportieren	135
4.2 Suchausdrücke kostenlos in der Yahoo-Datenbank recherchieren	137
Suchausdrücke ausgehend von einem einzelnen Stichwort abfragen	138
Keywords in Excel-Tabelle sammeln	139
4.3 Noch mehr Input: Miva-Datenbank abfragen	140
Suchausdrücke zu einem Ausgangsbegriff abfragen	140
Keywords in Excel-Tabelle sammeln	142
4.4 Komfortabel: Suchausdrücke mit der Software IBP verwalten	143
Software installieren und Website-Projekt anlegen	144
Keyword-Datenbank von Miva nach geeigneten Suchausdrücken abfragen	146
Geeignete Suchausdrücke in der Keyword-Datenbank von Yahoo Search Marketing abfragen	148
Gesammelte Suchausdrücke bearbeiten	149
Keywords für die weitere Verwendung exportieren	152
4.5 Analysieren Sie Angebot und Nachfrage bestimmter Themen im Internet mit dem KeyWords Analyzer	155
4.6 Zur eigenen Website passende Schlüsselbegriffe ermitteln mit ABAKUS Topword	160
4.7 Tippfehler und unterschiedliche Keyword-Schreibweisen erzeugen	162
5. Der wirksamste Schritt für mehr Besucher! – Werbekampagne in Google AdWords einrichten ...	165
5.1 Direkt durchstarten! – Legen Sie ein Google AdWords-Konto und Ihre erste Google-Anzeige an	166
Melden Sie sich bei Google für ein neues AdWords-Konto an	167
Wo wollen Sie werben? – Sprache und Zielregion für Ihre Werbung wählen	167

Ihre Werbebotschaft? – Die erste Anzeige erstellen	169
Wann soll Ihre Werbung erscheinen? – Suchausdrücke festlegen	172
Was darf es kosten? – Tagesbudget und Klickpreisgebot festlegen	175
Preis-Leistungs-Check – Klickvolumen und Kosten bei verschiedenen Klickgeboten prüfen	177
Alles korrekt? – Kampagne prüfen und Einstellungen übernehmen	182
Nicht vergessen! – Zugangsdaten für das Google-AdWords-Konto festlegen	183
Wie möchten Sie zahlen? – Zahlungsweg und Rechnungsdaten definieren	185
5.2 Immer im Griff! – Kampagnen, Anzeigengruppen und Anzeigen verwalten	189
5.3 Noch mehr Besucher gefällig? – Anzeigen auch auf redaktionellen Webseiten einblenden lassen	191
5.4 Hilfreiche Funktionen! – Kampagnen pflegen mit den AdWords-Tools	195
Häufig nachgefragte Suchausdrücke mit dem Keyword-Tool analysieren	196
Keywords und Klickgebote von inaktiv gesetzten Suchausdrücken bearbeiten ..	204
Unerwünschte Suchbegriffe für Ihre Kampagne ausschließen	206
Besucherzahlen und Klickpreise bestimmter Keywords mit dem Traffic Estimator abschätzen	209
5.5 Werbekosten senken und Klickrate erhöhen mit Keyword- Optionen	217
Keywords für spezifische(re) Werbung in Anführungszeichen und eckige Klammern setzen	220
5.6 Ausblick für Profis! – Kampagnen per Software und Onlinetools verwalten	225

6. Auf großen Portalen gefunden werden – bezahlte Suchergebnisse in Yahoo Search Marketing einrichten	229
6.1 Werbekundenkonto und erste Kampagne bei Yahoo einrichten	231
Los geht's: neues Kundenkonto anlegen	231
Keywords für die erste Kampagne auswählen	233
Formulieren Sie Ihre erste Yahoo-Anzeige und legen Sie Ihre Klickgebote fest! .	236
Kontaktdaten und Rechnungsinformationen hinterlegen	241
6.2 Kampagnenverwaltung von Yahoo Search Marketing	244
Einloggen im Kundenkonto und Kontoübersicht prüfen	244
Schon live? – Redaktionellen Status Ihrer eingereichten Anzeigen checken	246

6.3 Die richtigen Einstellungen für Ihr Yahoo Search Marketing-Konto	248
Die wichtigsten Funktionen zur Verwaltung Ihres Kontos im Überblick	249
Wollen Sie auch auf Partner-Websites von Yahoo erscheinen?	250
Wie spezifisch wollen Sie werben? – Direct Match, Advanced Match und Stopwörter	252
6.4 Rechnungseinstellungen und Abrechnungsmodalitäten festlegen	257

7. Noch mehr Reichweite! – Werbekampagne in Miva einrichten	263
7.1 Werbekunden-Konto und erste Anzeige bei Miva einrichten	264
Starten und sparen: neues Kundenkonto anlegen und Gutschein nutzen	264
Suchbegriffe, Logo und Anzeigentexte für Ihre erste Kampagne festlegen	267
Klickgebote definieren und Einstellungen speichern	269
7.2 Kampagnen schneller erzeugen: Keywords und Anzeigen per Excel-Tabelle einreichen	273
Vorlage für Keyword-Tabelle herunterladen	273
So füllen Sie die Tabelle richtig aus!	274
7.3 Kampagnen verwalten und regelmäßig pflegen	277
7.4 Bringen Sie Ihre Anzeigen ganz nach oben: Make Me Top-Funktion nutzen	280

8. Auf großen Websites gesehen werden! – Banner-Werbekampagne im 1&1/AdLINK-Werbenetzwerk einrichten	283
8.1 Werbung direkt bei AdLINK buchen	286
Informieren Sie sich über die verfügbaren Portale, Werbeflächen und Preise	286
Stellen Sie sich die gewünschten Informationen mit dem Mediaplanungstool zusammen	287
Kontaktieren Sie das Sales Team und buchen Sie Ihre Kampagne	290
8.2 AdLINK-Bannerwerbung über das 1&1 Werbe-Center buchen .	291
1&1 Webhosting-Konto mit Internetmarketing-Gutscheinen anlegen	294
Loggen Sie sich in Ihr Control-Center und Werbe-Center ein	300
AdLINK Bannerwerbung im 1&1 Werbe-Center buchen	301

9. Überall präsent! – Website in kostenlosen und kostenpflichtigen Webkatalogen anmelden	307
9.1 Website bei Web.de anmelden	308
9.2 Website bei YellowMap anmelden	320
9.3 Website bei DMOZ anmelden	335
9.4 Website im Allesklar-Katalognetzwerk anmelden und in MeineStadt.de, Lycos, MSN, Fireball, Freenet, T-Online und DINO-Online gefunden werden	339
9.5 Regionalwerbung bei MeineStadt.de über das 1&1 Werbe-Center schalten	344
9.6 Website in Suchmaschinen und Verzeichnissen anmelden mit IBP	351
Software installieren und Projekt anlegen	352
Website in Verzeichnissen halbautomatisch anmelden	353
Website auf englischsprachigen Spezialinteresse-Websites anmelden	356
9.7 Weitere Tools & Dienste, um Ihre Website in Verzeichnisse einzutragen	359

10. Gezielt in Newslettern und mit Stand-alone-E-Mails werben	363
10.1 Günstiger werben mit Bonimail	364
Registrieren Sie sich als Werbekunde bei Bonimail	364
Stand-alone-E-Mail versenden	368
Reaktionsraten und Ergebnis prüfen	373
10.2 Zusätzliche Zielgruppen erreichen mit Earnstar	376
10.3 Weitere Anbieter für den Versand von E-Mail-Werbung nutzen	380
Newsletter über AdLINK buchen	380
Newsletter bei Newsmarketing.de buchen	381
Newsletter bei Yourcash.de buchen	382

11. Guerilla-Marketing – (fast) kostenlose Werbung auf anderen Wegen	385
11.1 Guerilla-Marketing betreiben – do's and don'ts	386
11.2 Redaktionelle Beiträge für führende Webseiten verfassen	387

11.3 Positive (Eigen-)Bewertungen auf Meinungsportalen abgeben .	389
11.4 Eigenwerbung in Foren und Newsgroups platzieren	390
11.5 Werben mit Testimonials von befreundeten Meinungsführern .	391
11.6 Produktproben anbieten und auf Gratisseiten gelistet werden	391
11.7 Gewinnspiele ausschreiben und mit Newsletter verknüpfen	392
11.8 Co-Registrierungen nutzen: Newsletter-Anmeldung mit anderen Diensten verbinden	392
11.9 Pressemitteilungen an Online- und Offline-Verteiler herausgeben	394
11.10 Eigene Website in Hitlisten nach oben klicken	395
11.11 Die eigene Website in die Wikipedia Enzyklopädie eintragen	396
11.12 Kostenlose Softwaretools mit Verknüpfung zu eigener Website herausgeben	400
Stichwortverzeichnis	403