

Erwin Lammenett

unter Mitarbeit von Stefan Koch, Andreas von Studnitz und Taras Vasilkevich

# TYPO3 Online-Marketing-Guide

Affiliate- und E-Mail-Marketing,  
Keyword-Advertising,  
Suchmaschinen-Optimierung mit TYPO3



# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung</b> .....	9
1.1 Warum TYPO3 und Online-Marketing?.....	9
1.2 Für wen ist dieses Buch?.....	10
1.3 Aufbau des Buches.....	11
1.4 Website zum Buch.....	11
1.5 Die Autoren.....	11
1.6 Danke!.....	12
<b>2. Was genau ist TYPO3?</b> .....	<b>13</b>
<b>3. Was genau ist Online-Marketing?</b> .....	<b>15</b>
<b>4. Affiliate-Marketing mit TYPO3</b> .....	<b>19</b>
4.1 Basiswissen Affiliate-Marketing.....	20
4.1.1 Funktionsprinzip.....	21
4.1.2 Funktionsprinzip von Affiliate-Marketing über ein Netzwerk.....	22
4.1.3 Funktionsprinzip eines „eigenen“ Affiliate-Marketing- Programms.....	23
4.1.4 Vor- und Nachteile beider Verfahren.....	23
4.2 Warum Affiliate-Marketing und TYPO3?.....	24
4.3 Betreiben eines Partnerprogramms mit TYPO3.....	26
4.3.1 Technologische Anforderungen.....	26
4.3.2 Juristisches.....	28
4.3.3 Vergütungsarten.....	30
4.3.4 Werbemittel.....	32
4.3.5 Vorhandene TYPO3-Extensions zum Affiliate-Marketing.....	33
4.4 Die Extension „t3m_affiliate“.....	36
4.4.1 Grundidee und Anforderungen.....	37
4.4.2 Technischer Aufbau.....	38
4.4.3 Installation und Einrichtung.....	40
4.4.4 Betrieb eines Partnerprogramms mit t3m_affiliate.....	49
4.4.5 Ausblick.....	55
4.5 Zusammenfassung.....	57

<b>5. E-Mail-Marketing mit TYPO3</b> .....	59
5.1 Basiswissen E-Mail-Marketing.....	60
5.1.1 Stand-Alone-Kampagne/E-Mailings.....	61
5.1.2 Newsletter.....	62
5.1.3 Newsletter-Sponsorship.....	62
5.1.4 Enhanced Newsletter.....	63
5.1.5 E-Mail-Responder.....	63
5.2 Herausforderungen des E-Mail-Marketing.....	63
5.2.1 Der steinige Weg einer E-Mail!.....	64
5.2.2 HTML- versus Text-E-Mail.....	64
5.2.3 Juristische Aspekte des E-Mail-Marketing.....	66
5.2.4 Technische Aspekte des E-Mail-Marketing.....	69
5.2.5 TYPO3 im Vergleich mit kommerziellen Systemen.....	74
5.3 Die Extension T3M E-Mail-Marketing.....	82
5.3.1 Die Submodule der Extension.....	85
5.3.2 Vor- und Nachteile von TYPO3 im E-Mail-Marketing.....	93
5.3.3 Ausblick: TYPO3 und E-Mail-Marketing.....	94
5.4 Zusammenfassung E-Mail-Marketing.....	95
<b>6. Keyword-Advertising und TYPO3?</b> .....	97
6.1 Basiswissen Keyword-Advertising.....	98
6.2 Der Charme des Keyword-Advertising.....	103
6.3 Juristische Aspekte.....	104
6.4 TYPO3 und Keyword-Advertising.....	106
6.4.1 Problemstellungen des Keyword-Advertising.....	107
6.4.2 Setup für Keyword-Advertising in TYPO3.....	111
6.4.3 Ohne Ziel kein Erfolg.....	116
6.4.4 Was tun, wenn die Keywords immer teurer werden?.....	117
6.4.5 Der Schwindel mit den Klicks.....	121
<b>7. Suchmaschinen-Optimierung (SEO) mit TYPO3</b> .....	123
7.1 Basiswissen SEO.....	123
7.2 Abgrenzung SEO gegenüber Keyword-Advertising.....	128
7.3 Das Dilemma der Suchmaschinen-Optimierung.....	129
7.4 Handwerk oder Wissenschaft?.....	131
7.5 Welche Suchwörter bringen Erfolg?.....	132
7.6 Welche Suchmaschinen sind relevant?.....	135
7.7 Onsite-Optimierung mit TYPO3.....	136
7.7.1 Optimierung des Textes.....	136
7.7.2 Struktur der Website und Sitemap.....	139
7.7.3 Optimierung des Programmcodes mit TYPO3.....	148

- 7.8 Offsite-Optimierung.....161
  - 7.8.1 Eintragung in Suchmaschinen und Verzeichnisse.....162
  - 7.8.2 Bezahlte Links und Textlink Marktplätze.....162
  - 7.8.3 Page Rank.....163
  - 7.8.4 Steuerung und Controlling.....165
- 7.9 Kosten-Nutzen-Betrachtung.....168
- 7.10 Zusammenfassung.....169
  
- Literaturverzeichnis.....171**
  
- Glossar.....173**
  
- Stichwortverzeichnis.....181**