

Horst Greifeneder

Erfolgreiches Suchmaschinen-Marketing

Wie Sie bei Google, Yahoo, MSN & Co.
ganz nach oben kommen

2. Auflage



Inhalt

| | |
|---|-----------|
| Vorwort zur zweiten Auflage | 7 |
| Vorwort zur ersten Auflage | 9 |
| Einleitung | 13 |
| Teil I Suchmaschinen als Marketinginstrument | 15 |
| 1. Strategische Zielsetzung | 17 |
| 2. Suchmaschinen als Marketingmedien | 19 |
| 3. Instrumente im Suchmaschinen-Marketing-Mix | 26 |
| 4. Wie Suchmaschinen funktionieren | 30 |
| 5. Wie Suchmaschinen genutzt werden | 37 |
| 6. Trends und Entwicklungen | 41 |
| Teil II Suchmaschinen-Optimierung | 45 |
| 1. Wichtige Kriterien für die Positionierung | 47 |
| 2. Die richtigen Keywords finden | 53 |
| 3. Einzelne Seiten optimieren | 62 |
| 4. Die Architektur der Website optimieren | 73 |
| 5. Suchmaschinen-Präsenz weiter verbessern | 85 |
| 6. Wo Sie beim Optimieren aufpassen sollten | 91 |
| 7. Die richtige Registrierung Ihrer Webseiten | 99 |

| | | |
|-----------------|--|------------|
| Teil III | Anzeigenwerbung in Suchmaschinen | 107 |
| 1. | Bezahlte Textanzeigen in Suchmaschinen | 109 |
| 2. | Google AdWords | 110 |
| 3. | Yahoo Sponsored Search | 121 |
| 4. | MSN bzw. Bing | 128 |
| 5. | Zehn Top-Tipps für bezahlte Textanzeigen | 130 |
| | | |
| Teil IV | Monitoring & Controlling | 137 |
| 1. | Monitoring im Suchmaschinen-Marketing | 139 |
| 2. | Controlling im Suchmaschinen-Marketing | 143 |
| 3. | Dem Klickbetrug auf der Spur | 149 |
| | | |
| Anhang | | 155 |
| | Glossar | 157 |
| | Anmerkungen | 161 |
| | Literaturverzeichnis | 163 |
| | Sachregister | 165 |
| | Der Autor | 167 |