
Inhalt

Vorwort	XI
<i>Von Karl Kratz</i>	
1 Online-Marketing	1
<i>Von Felix Beilharz</i>	
Wandel der Marketingkommunikation von Push zu Pull – und (teilweise) zurück zu Push.	2
Nutzerzahlen	4
Mobile Web	5
Bewegtbild	7
Big Data	7
GAFAs	8
Sprache, Assistenten, künstliche Intelligenzen.	9
Es bleibt spannend.	10
Trends im Online-Marketing – eine Einschätzung der Experten-Autor*innen	10
Berufsbild und Aufgaben des Online Marketing Manager: Interview mit <i>Philipp Klöckner</i>	17
2 Die Online-Marketing-Strategie	21
<i>Von Olaf Kopp</i>	
Die wichtigsten Online-Marketing-Instrumente und -Kanäle	22
Online-Marketing im Marketing-Mix	27
Strategie und Taktik.	29
Ziel- und Bedarfsgruppenanalysen.	32
SWOT-Analyse zur Bestimmung des Online- Marketing-Mix.	37
Die Customer Journey im Zentrum des Online-Marketings.	39

Touchpoints und Customer Experience	43
Die Entwicklung einer Online-Marketing-Strategie entlang der Customer Journey	44
Digitaler Markenaufbau als kritischer Erfolgsfaktor	47
Kennzahlen für erfolgreiches Branding	55
Verbesserung der digitalen Markenpopularität und thematischen Markenstärke.	60
Die eigenen Assets als Kern der Online-Marketing- Strategie	65
Interview mit <i>Karl Kratz</i>	67
3 Content-Marketing.	73
<i>Von Olaf Kopp</i>	
Was ist Content-Marketing, und was ist Content?	73
Content als wichtigster Touchpoint in der Customer Journey.	74
Vorteile und Nachteile von Content-Marketing	75
Content-Arten	75
Content-Marketing-Ziele	77
Unterschied zwischen Content-Marketing-Kampagnen und Content-Marketing-Strategie	78
Der Content-Marketing-Prozess	79
Die Content-Marketing-Strategie.	81
Die Content-Analyse	88
Die Content-Konzeption	97
Die Content-Produktion	106
Die Content-Distribution.	107
Die Content-Evaluation	115
Content-Marketing-Verantwortlichkeiten	116
4 Conversion-Optimierung.	117
<i>Von Nils Kattau</i>	
Conversion-Optimierung im Marketing-Mix	117
Grundbegriffe und Status quo	119
Wichtige Konzepte, Aufgaben und typische Herausforderungen	123
Kennzahlen und Erfolgsmessung.	139
Lernen von Erfolgsbeispielen	142
Checklisten für Websites	147
Interview mit <i>André Morys</i>	154

5	SEO – Suchmaschinenoptimierung	157
	<i>Von Anke Probst und Niels Dahnke</i>	
	Definition und Einordnung von SEO im Online-Marketing-Kontext.	157
	Was Online Marketing Manager beherrschen sollten	173
	Kennzahlen und Erfolgsmessung	219
	Relaunch.	221
	Tipps und Tricks für die Suchmaschinenoptimierung.	226
	Interview mit <i>Sarah Seifermann</i>	233
6	SEA – Search Engine Marketing	237
	<i>Von Guido Pelzer</i>	
	Grundbegriffe und Einordnung von Search Engine Marketing.	237
	Was ein SEA-Manager beherrschen sollte	266
	Wichtige Kennzahlen und Erfolgsmessungen	274
	Lernen anhand von Beispielen	277
	Interview mit <i>Philipp Schwarz</i>	283
7	Affiliate Marketing	287
	<i>Von Markus Kellermann</i>	
	Grundbegriffe und Zusammenhänge	287
	Trends im Affiliate Marketing	305
	Interview mit <i>Simon Steppat</i>	309
8	Display Advertising	313
	<i>Von Wolfgang Neider und Stephan Römer</i>	
	Entwicklung, Grundbegriffe und Zusammenhänge von Display Advertising	314
	Die Rolle von Display Advertising und Real Time Advertising im Online-Marketing-Mix.	322
	Wichtige Konzepte, Technologien und Herausforderungen	325
	Datenschutz	337
	Konzepte – Kampagnentypen und Einsatzzwecke in Display Advertising und RTA	339
	Werbemittel – oft belächelt, fast immer unterschätzt	346
	Herausforderungen	355
	Kennzahlen und Erfolgsmessung	360
	Lernen von Erfolgsbeispielen	364
	Checkliste für erfolgreiche Kampagnen	367

Linktipps	369
Interview mit <i>Dominik Reisig</i>	369
9 E-Mail-Marketing	373
<i>Von Manuela Meier</i>	
Grundbegriffe und Einordnung von E-Mail-Marketing.	373
Wichtige Konzepte, Aufgaben und typische	
Herausforderungen	388
Kennzahlen und Erfolgsmessung	413
Lernen von Erfolgsbeispielen	419
Checkliste für erfolgreichere Mailings	420
Interview mit <i>Luis Hanemann</i>	422
10 Social Media Marketing	425
<i>Von Felix Beilharz</i>	
Grundbegriffe und Zusammenhänge von Social Media	
Marketing.	425
Das sollten Online Marketing Manager beherrschen	435
Lernen von Erfolgsbeispielen	473
Linktipps zu Social Media Marketing	477
Interview mit <i>Nic Lecloux</i>	477
11 Mobile Marketing	483
<i>Von Ingo Kamps</i>	
Konventionelles Web vs. Mobile	483
Das sollten Online Marketing Manager beherrschen	490
Lernen von Erfolgsbeispielen	515
Checklisten für erfolgreiches Mobile Marketing	524
Interview mit <i>Rufkan Bicakci</i>	526
12 Digital Analytics	529
<i>Von Markus Vollmert</i>	
Tracking-Tool Google Analytics	529
Datenschutz und Consent	530
Ziele bestimmen.	533
Wie funktioniert Tracking?	535
Kampagnen und Quellen.	539
Inhalte bewerten	550
Nutzer verstehen	554
Tag Management	557
Taking Action	558
Interview mit <i>Björn Instinsky</i>	559

13 Daten und KI im Online-Marketing	565
<i>Von Tom Alby</i>	
Einführung und Begriffsklärung	565
Grundwissen für Online Marketing Manager	570
Kennzahlen und Erfolgsmessung	582
Beispiele	587
Checkliste für Data-Science-Projekte	590
14 Online-Marketing-Recht	595
<i>Von Niklas Plutte</i>	
Fallstricke beim Impressum	595
Suchmaschinenoptimierung – Onpage	605
Suchmaschinenoptimierung – Offpage	620
Google Ads	622
Gegen schlechte Bewertungen im Internet vorgehen	629
Rechtliche Aspekte des E-Mail-Marketings	633
Social-Media-Recht	642
Die Folgen von Rechtsverstößen	652
Anhang: Weiterbildung für Online Marketing Manager	657
<i>Von Felix Beilharz</i>	
Weiterbildung in Eigenregie	657
Organisierte Weiterbildung	662
Auswahlkriterien für die persönliche Weiterbildung	666
Die universitäre Ausbildung für Online-Marketing- Verantwortliche: Interview mit Prof. Dr. <i>Mario Fischer</i>	668
Die berufsbegleitende Weiterbildung für Online Marketing Manager: Interview mit Prof. Dr. <i>Michael Bernecker</i>	674
Der Online Marketing Manager als Personal Brand	676
Index	679