
Inhalt

Vorwort.....	7
Einleitung: Marketingmethoden für neue Leads und neue Kunden	9
I. Direktmarketing	11
1.1. Ihr direkter Weg zu neuen Kunden: Grundlagen	12
1.1.1. Kampagnenmanagement: Wie Sie Ihr Direktmarketing „eff-eff“ planen und steuern!	13
1.1.2. Praxistipp: Kampagnenerfolg mit der POST-Strategie	18
1.2. Adressdaten im Direktmarketing – ein rechtlicher Graubereich?	21
1.2.1. Rechtssichere Adressnutzung	23
1.2.2. Praxistipp: Zielgruppendaten online generieren durch Co-Sponso- ring und Co-Registrierung	29
1.3. Mit Datenanalyse den Weg zum Kunden ebnen.....	34
1.4. Offline Direktwerbung – Zielgruppennähe und Effizienz.....	43
1.4.1. Gute Gründe für den klassischen Werbebrief	46
1.4.2. Direktwerbung zur Neukundengewinnung.....	47
1.4.3. Know-how Direktwerbung	53
1.4.3.1. Direktwerbetexte, die wirklich überzeugen.....	55
1.4.3.2. Wie Sie mit der Überschrift den Leser in Ihren Werbebrief ziehen.....	58
1.4.3.3. Ohne Antwortmittel keine Resonanz	60
1.4.4. Unadressierte und teiladressierte Direktwerbung	65
1.4.5. Adressen.....	70
1.4.5.1. Kriterien bei der Auswahl der richtigen Adressen.....	71
1.4.5.2. Adressrecherche	73
1.4.6. Praxistipp: Mailingcheckliste.....	75
1.5. Direktmarketing als erfolgreiche Multi Channel Strategie	78
1.5.1. Relevanz: Die richtige Nachricht zur richtigen Zeit über den richtigen Kanal.....	79
1.5.2. Erfolgsanalysen im Multi Channel Marketing.....	81
1.5.3. Erfolgsbeispiel: Über 30 Prozent Response mit Mehrkanal- Kreativität.....	82

II. Online Marketing	85
2.1. Eine Webseite ist kein Verkaufsgarant	87
2.2. Der richtige Online Marketing Mix	91
2.3. Die Unternehmenswebseite als virtuelle Geschäftszentrale	94
2.3.1. Kriterien für eine gute marketingorientierte Webseite	96
2.3.2. Die fünf Schlüsselfaktoren für die Erstellung einer erfolgreichen Webseite	99
2.3.3. Checkliste: Zehn Schritte zu einer guten Unternehmenswebseite	103
2.3.4. Praxistipp: Optimieren Sie die Ladezeiten um die Abbruchrate auf Ihrer Webseite zu verringern	105
2.3.5. Google Analytics: Erfolgskontrolle für Ihre Webseite.....	108
2.4. Online-Branchenbücher	111
2.5. Dynamische Webseiten – neue Leads durch aktuellen Content	114
2.5.1. Dynamische Webseiten versus Statische Webseiten	115
2.5.2. Alles Info: Content Portale für Ihre Zielgruppe	116
2.5.3. Drei einfache Schritte zu mehr Content auf Ihrer Webseite	118
2.5.4. Praxistipp: Neue Zielgruppen erschließen durch Content-Sharing..	120
2.6. Die Landing Page als Leadgenerierungsmaschine	122
2.6.1. Was zeichnet eine gute Landing Page aus?	123
2.6.2. Praxistipps: So optimieren Sie Ihre Landing Pages.....	125
2.6.3. Best Practice: Kampagnen mit gelungenen Landing Pages	127
2.6.4. Mehr Umsatz durch intelligente Verkaufsseiten in Verbindung mit Prelaunch-Phasen	129
2.7. Erfolgreiche Suchmaschinenoptimierung	136
2.7.1. Sieben Fragen, die Sie sich vor einer Suchmaschinenoptimierung stellen sollten.....	138
2.7.2. Drei Schritte zum Aufbau einer SEO-freundlichen Webseitenstruktur.....	141
2.7.3. Schritte für eine erfolgreiche Onpage-SEO.....	143
2.7.4. Warum Links für Ihre Suchmaschinenoptimierung wichtig sind..	145
2.7.5. Grundlagen des Linkbuilding.....	146
2.7.6. Taktiken zum Linkbuilding	147
2.7.7. Checkliste für Ihre self-made Suchmaschinenoptimierung	150

2.7.8. Praxistipp: So können Sie die Leistung Ihrer SEO-Agentur messen.....	163
2.8. Effektives Suchmaschinenmarketing.....	166
2.8.1. Keywords: analysieren, analysieren, analysieren.....	167
2.8.2. Praxistipp: So halten Sie SEM-Kosten unter Kontrolle.....	168
2.8.3. SEM im B2B: Optimale Ausrichtung zur gezielten Gewinnung von Firmenkunden	170
2.9. Display-Werbung – ein Erfolgsfaktor?.....	175
2.9.1. Vor- und Nachteile von Display-Werbung	176
2.9.2. Praxistipps für erfolgreiche Display-Werbung	178
2.9.3. Drei Prinzipien guter Online-Werbung.....	179
2.9.4. Mehr Klicks für Ihre Display-Werbung.....	181
2.10. Richtiges Affiliate Marketing.....	184
2.10.1. Praxistipps: Fünf Tipps für erfolgreiche Affiliate Kampagnen ...	185
2.11. Professionelles E-Mail-Marketing.....	188
2.11.1. Die essentiellen Schritte für gutes E-Mail-Marketing.....	189
2.11.2. Der E-Mail-Verteiler und wie man ihn aufbaut.....	191
2.11.3. Zielsetzung und Planung: Nur so wird Ihr E-Mail-Marketing erfolgreich.....	193
2.11.4. Optimaler Versand einer Werbe-E-Mail.....	202
2.11.5. Erfolgskontrolle: Auswertung von E-Mail-Marketingkampagnen.....	206
2.11.6. Erfolgstipp: Wie Sie mit Videos die Klickrate Ihrer E-Mails erhöhen.....	207
2.11.7. Praxistipps: Drei Schritte zu einer guten Marketing E-Mail.....	211
2.12. Professionelles Newsletter-Marketing.....	213
2.12.1. Mehr E-Mail-Adressen auf der eigenen Homepage gewinnen	215
2.12.2. Praxistipps: Kundenbeziehungen aufbauen – so geht's.....	220
2.12.3. Drei häufige Fehler bei langfristigem Newsletter-Marketing	222
2.13. Trend Mobile Marketing.....	224
2.13.1. Mögliche Werbeformen.....	225
2.13.2. Marketing mit mobilen Apps	227
2.13.3. Digitale Gutscheine und wie man sie einsetzt	230
2.14. Erfolgsfaktor Video-Marketing.....	233
2.14.1. Fünf Schritte zu einer sinnvollen Video-Marketing-Strategie	235

2.14.2. Praxistipps für die optimale Auffindbarkeit Ihrer Videos	238
2.14.3. Praxisbeispiel: User Generated Videos als Marketinginstrument	239
2.14.4. Video-Marketing für die Suchmaschinenoptimierung.....	242
2.15. Social Media Marketing – ein Muss?.....	244
2.15.1. Varianten des Social Media Marketing.....	244
2.15.2. Warum Social Media Marketing?	246
2.15.3. Worauf Sie in der sozialen Netzwelt gefasst sein sollten.....	248
2.15.4. Schlagworte für erfolgreiches Social Media Marketing	249
2.15.5. Praxistipp: Geben Sie den Usern Aufgaben	251
2.15.6. Zehn Kniffe für Ihren Unternehmensblog	254
2.15.7. Twitter in der Neukundenakquise.....	257
2.15.8. Special Interest Netzwerke und ihr Marketing-Potenzial	261
2.15.9. Empfehlungsmarketing: online wie offline ein Neukunden-Turbo.....	262
2.15.10. Erfolgskontrolle im Social Media Marketing	267
2.15.11. Praxistipp: Social Media in Multi Channel Marketing integrieren.....	269
2.16. Effektive Online PR	271
2.16.1. Wie Sie Ihre Ziele mit Online PR erreichen	272
2.16.2. Sieben Goldene Regeln für erfolgreiche Online-Pressemitteilungen.....	274
2.16.3. Praxistipps für erfolgreiche Pressearbeit.....	278
2.16.4. Weiterlesen! Praxistipps für gute Überschriften.....	280
2.16.5. Erfolgskontrolle in der PR	281
2.16.6. Erfolgstriple: PR trifft SEO und Web 2.0.....	283
2.17. Erfolgreiches Targeting – Zielgruppen exakt im Internet erreichen.....	286
2.17.1. Worauf Sie beim Einsatz von Targeting für die Werbung achten sollten	288
2.17.2. Ausblick: Retargeting und andere ungenutzte Online Marketing Möglichkeiten.....	289
Stichwortverzeichnis.....	292