

Inhalt

Vorwort 7

- 1 Was verstehen wir unter einem »Online-Controlling«? 9**
- 2 Welche Funktion hat eine Website und wie ist sie strukturiert? 11**
- 3 Zielgruppen-Definition und -Potenzial 15**
 - Überblick: Worüber reden wir bei Zielgruppen? 15
 - Zielgruppen im Bereich Suchmaschinen 16
 - Zielgruppen im Bereich Social-Media-Marketing und E-Mail-Marketing 19
- 4 Website-Controlling 21**
 - Überblick: Worüber reden wir beim Website-Controlling? 21
 - Was ist bei der Gestaltung einer Website zu beachten? 24
 - Wie misst man den Erfolg im Website-Controlling? 25
- 5 SEO-Controlling 27**
 - Überblick: Worüber reden wir beim SEO-Controlling? 27
 - Was ist bei der SEO-Arbeit zu beachten? 30
 - Wie misst man den Erfolg der SEO-Maßnahmen? 33
- 6 SEA-Controlling 35**
 - Überblick: Worüber reden wir beim SEA-Controlling? 35
 - Was ist bei der Gestaltung von Werbekampagnen zu beachten? 38
 - Wie misst man den Erfolg von Werbekampagnen? 39
- 7 E-Mail-Marketing-Controlling 41**
 - Worüber reden wir beim E-Mail-Marketing? 41
 - Was ist bei der Gestaltung von Mailing-Kampagnen zu beachten? 42
 - Wie misst man den Erfolg von Mailings? 42
- 8 Social-Media-Controlling 45**
 - Worüber reden wir beim Social-Media-Controlling? 45
 - Was ist bei der Gestaltung von Social-Media-Kampagnen zu beachten? 46
 - Wie misst man den Erfolg von Social-Media-Kampagnen? 48

9	Das Gesamtbild des Online-Controllings	49
10	Online-Controlling: Mit oder ohne Controller?	51
11	Lessons Learned	53
	Literatur	55
	Stichwortverzeichnis	57
	In eigener Sache	59