

Inhaltsübersicht

Vorwort.....	5
Schritt 1: Grundlagen des Digitalen Marketings.....	11
Schritt 2: Integration in den Marketing-Prozess.....	31
Schritt 3: Content-Marketing und Keywordanalyse.....	61
Schritt 4: Controlling des digitalen Marketings.....	85
Schritt 5: Organische Aufmerksamkeit: Webseite.....	107
Schritt 6: Organische Aufmerksamkeit: Suchmaschinenoptimierung (SEO).....	123
Schritt 7: Organische Aufmerksamkeit: Instrumente der Suchmaschinen- optimierung (SEO).....	135
Schritt 8: Organische Aufmerksamkeit: E-Mail-Marketing, App-Marketing und KI-Marketing.....	155
Schritt 9: Organische Aufmerksamkeit: Social Media Marketing.....	169
Schritt 10: Aufmerksamkeit dank Partnern.....	191
Glossar.....	207
Literaturhinweise.....	217
Stichwortverzeichnis.....	219

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	5
Schritt 1: Grundlagen des Digitalen Marketings	11
1.1 Definition des Digitalen Marketings	11
1.2 Grundlagen des allgemeinen Marketings	14
1.3 Inbound- und Outbound-Marketing	24
1.4 Prüfungstipps.....	29
Schritt 2: Integration in den Marketing-Prozess.....	31
2.1 Marktforschung.....	32
2.2 Produkt- und Programmpolitik	40
2.3 Markenpolitik.....	43
2.4 Preis- und Konditionenpolitik.....	47
2.5 Distributionspolitik	50
2.6 Kommunikationspolitik.....	54
2.7 Prüfungstipps.....	59
Schritt 3: Content-Marketing und Keywordanalyse.....	61
3.1 Instrumente des Content-Marketings.....	67
3.2 Grundlagen der Keywordanalyse.....	70
3.3 Platzierung von Keywords	76
3.4 Customer-Journey und Marketing-Funnel.....	78
3.5 Domain	81
3.6 Prüfungstipps	84
Schritt 4: Controlling des digitalen Marketings.....	85
4.1 Transaktionale Kennzahlen.....	90
4.2 Keyword-Kennzahlen	95
4.3 Kostenkennzahlen.....	97
4.4 Besucherkenzahlen.....	100
4.5 Prüfungstipps.....	106
Schritt 5: Organische Aufmerksamkeit: Webseite	107
5.1 Plugins	112
5.2 Themes.....	116
5.3 Prüfungstipps.....	121

Schritt 6: Organische Aufmerksamkeit: Suchmaschinenoptimierung (SEO).	123
6.1 Prüfungstipps	134
Schritt 7: Organische Aufmerksamkeit: Instrumente der Suchmaschinen- optimierung (SEO)	135
7.1 Onpage-SEO: Inhalt der Webseite	135
7.2 Onpage-SEO: Struktur der Webseite	141
7.3 Offpage-SEO	147
7.4 Spezielle SEO: Google Verticals	152
7.5 Voice-Search	153
7.6 Prüfungstipps	154
Schritt 8: Organische Aufmerksamkeit: E-Mail-Marketing, App-Marketing und KI-Marketing.....	155
8.1 E-Mail-Marketing.....	155
8.2 White Paper	158
8.3 App-Marketing.....	159
8.4 KI-Marketing.....	160
8.5 Prüfungstipps	167
Schritt 9: Organische Aufmerksamkeit: Social Media Marketing	169
9.1 YouTube-Marketing	171
9.2 Facebook-Marketing	181
9.3 Instagram-Marketing.....	182
9.4 X-Marketing.....	184
9.5 TikTok-Marketing	185
9.6 LinkedIn-Marketing.....	187
9.7 Prüfungstipps	189
Schritt 10: Aufmerksamkeit dank Partnern	191
10.1 Suchmaschinenwerbung.....	191
10.2 Bannerwerbung	195
10.3 Affiliate-Marketing.....	197
10.4 Retail Media	201
10.5 Influencer-Marketing.....	203
10.6 Prüfungstipps.....	206
Glossar	207
Literaturhinweise	217
Stichwortverzeichnis.....	219