

# 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

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