

Inhaltsverzeichnis

1	Schöne neue Welt	1
1.1	Ideale Kunden: Ein schöner Traum?	3
1.2	Chancen des Internets für Einzelkämpfer	6
1.3	Buzzword Content Marketing	9
1.3.1	Vorteile des Content- bzw. Informationsmarketings	10
1.3.2	Sieben Prinzipien des Überzeugens nach Robert Cialdini	11
	Literatur	13
2	Der Grundstein	15
2.1	Wer ist der ideale Kunde?	17
2.2	Zielgruppenrecherche: Schritt für Schritt	18
3	Das Fundament	21
3.1	Ihr Mehrwert: Wie wollen Sie das kommunizieren?	22
3.2	Ihre Website: Ihr Verkäufer ohne Krankenschein und Urlaubsanspruch	23

4	Online-Marketing-Kanäle	25
4.1	Storytelling und Heldenreise	26
4.2	Schritte der Heldenreise	27
4.3	Fünf Marketingphasen der Heldenreise	27
	Weiterführende Literatur	34
5	Search Engine Optimization (SEO)	35
5.1	On-page SEO	36
5.2	Technik	44
5.3	Linkaufbau	46
5.4	Local SEO	49
5.4.1	Google My Business	49
5.4.2	Strukturierte Daten für lokale Geschäfte	50
5.4.3	Website-Optimierung für lokale Geschäfte	51
5.4.4	Branchenverzeichnisse	52
5.4.5	Lokale Links	52
	Weiterführende Literatur	54
6	Unbezahlte Online-Marketing-Kanäle	55
6.1	Foren	56
6.2	Soziale Gruppen	59
6.3	Informative Websites und Nachrichtenportale	60
6.4	E-Mail-Marketing	63
6.4.1	Informationsmarketing per E-Mail	63
6.4.2	E-Mail-Marketing aufbauen	66
6.5	Eigene Social-Media-Kanäle	67
7	Bezahlte Online-Marketing-Kanäle	71
7.1	Suchmaschinen: Google und Bing	71
7.1.1	Lokale Kampagnen	72
7.1.2	Landingpages	77
7.1.3	Deutschlandweit oder lokal: Produktspezifische Kampagnen	78
7.1.4	Remarketing	79
7.1.5	Dynamische Suchanzeigen	82

7.2	Facebook-Anzeigen	83
7.3	Bewertungsportale und andere Branchen-Websites	88
7.4	Display-Werbung: Bitte nicht!	89
	Literatur	91
8	Website- und Conversionoptimierung	93
8.1	Die wichtigsten Faktoren für mehr Anfragen	94
8.2	Optimierung des Kaufprozesses	100
8.3	Optimierung der Lead-Generierung	102
9	Die Analyse	105
9.1	Webanalyse: Sinn und Zweck	106
9.2	Conversion Tracking	106
9.3	Conversion-Rate- und Kanalanalyse	109
9.4	Besucheranalyse	116
9.5	Analyse und Optimierung des Kaufprozesses	120
10	Fazit	125

Quick Guide Online-Marketing für Einzelkämpfer und
Kleinunternehmer

Wie Sie Ihre Kunden online finden, begleiten und
begeistern

Schröer, S.

2018, IX, 126 S. 15 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-15938-2