

Über dieses Buch

Proaktives Marketing ist für den Erfolg eines kommerziellen Internetauftrittes unabdingbar und Google ist dafür das Mittel der Wahl.

In diesem Buch werden die Faktoren für die erfolgreiche Platzierung in den organischen Suchergebnissen und der Einsatz von AdWords ausführlich untersucht. Allein um diese beiden Disziplinen zu meistern, ist ein Verständnis vieler weiterer Themenbereiche nötig, auf die detailliert eingegangen wird: Keyword-Recherche, Usability, Web 2.0, Nutzerverhalten, Linkbuilding, Landing Pages, Social Media Optimization, Klickbetrug und Spam sind dabei nur einige Stichworte. Den ausgereiften Möglichkeiten und Diensten, die Google für Online-marketing abseits der Suchmaschine anbietet, sind weitere Kapitel gewidmet. Themen sind u. a. Google Maps, Analytics, die Nutzung von Adservern und AdSense.

Der Autor vermittelt Hintergründe, Ergebnisse zahlreicher Studien und eine Vielzahl entsprechender Expertenmeinungen. Zusammenhänge, die anhand von knapp 600 Quellen über fast zwei Jahre recherchiert wurden, werden so dargestellt, dass ein tiefgreifendes Verständnis des Themas auch abseits des „PageRank“ möglich wird. Um zu zeigen, wie sich Marketing mit Google in den kommenden Jahren verändern könnte, wird auf das Unternehmen Google, seine Philosophie und Entwicklung eingegangen – jedoch nicht ohne auch einen kritischen Blick auf das rasante Wachstum des Konzerns zu werfen.

Ein Praxisteil und ein Interview mit dem bekannten Suchmaschinenoptimierer Marco Janck runden das Buch ab.



Über den Autor

J. Sebastian Günther (*1978) studierte Medienmanagement an der Hochschule Mittweida und arbeitete bereits währenddessen im eigenen Unternehmen. Er beschäftigt sich seit Jahren intensiv mit den wachsenden Möglichkeiten, die das Internet als Kommunikations- und Vertriebskanal bietet und ist heute als selbstständiger Berater tätig.

Website zum Buch
onlinemarketing-buch.de

Medienpartner



www.vwh-verlag.de

43,90 € (D)
 45,13 € (A)
 67,90 CHF

vwh Verlag Werner Hülsbusch
 Fachverlag für Medientechnik und -wirtschaft

ISBN: 978-3-940317-26-1



9 783940 317261