

Inhaltsverzeichnis

<i>Inhaltsverzeichnis</i>	<i>//</i>
1 EINLEITUNG	1
1.1 MOTIVATION FÜR DAS THEMA SUCHMASCHINEN-MARKETING IN DEUTSCHLAND	1
1.2 BESONDERHEITEN IM SUCHMASCHINEN-MARKETING	3
2 GRUNDLAGEN	5
3 MARKETINGINSTRUMENTE ZUR UNTERSTÜTZUNG DES MARKETINGPROZESSES 8	
3.1 SUCHMASCHINEN-CONSULTING	9
3.2 KEYWORDANALYSE	10
3.3 WEBAUFTRITT	11
3.4 NATURAL LISTINGS	12
3.5 SEMINARE	15
3.6 BANNER	15
3.7 PAID LISTINGS	17
3.8 KLASSISCHE MEDIEN	20
3.9 ORDER-TRACKING	21
3.10 ON-SITE-TRACKING	22
3.11 PERMISSION MARKETING	23
3.12 REPORTING	24
4. STRUKTUR DER FRAGEBÖGEN	25
5 SUCHMASCHINEN-MARKETING AGENTURMARKT	27
5.1 DATENBLATT, DURCHSCHNITTSWERTE	27
5.1.1 <i>Allgemeine Marktanalyse</i>	27
5.1.2 <i>Analyse entsprechend Marketingprozess</i>	28
5.1.2.1 Suchmaschinen Consulting	28
5.1.2.2 Keywordanalyse	28
5.1.2.3 Webauftritt	28
5.1.2.4 Natural Listings	29
5.1.2.5 Seminare	29
5.1.2.6 Banner	29
5.1.2.7 Paid Listings	30
5.1.2.8 Klassische Medien	30
5.1.2.9 Order-Tracking	31
5.1.2.10 On-Site-Tracking	31
5.1.2.11 Permission Marketing	31
5.1.2.12 Reporting	32
5.1.3 <i>Semantisches Differenzial</i>	32
5.1.4 <i>Sonstige Angaben</i>	33
5.2 UNTERMAUERUNG DER KLASSIFIZIERUNG	33
5.3 DATEN DER EINZELNEN AGENTUREN ALS ÜBERSICHT	34
5.4 DATENBLÄTTER DER EINZELNEN AGENTUREN	38

6 WERBETREIBENDE FIRMEN	45
6.1 KERNAUSSAGEN DER WERBETREIBENDEN FIRMEN.....	45
6.2 ANGABEN DER EINZELNEN UNTERNEHMEN ALS ÜBERSICHT.....	49
6.3 DATENBLÄTTER DER EINZELNEN UNTERNEHMEN.....	52
7 ZUSAMMENFASSUNG, BEWERTUNG UND AUSBLICK.....	54
7.1 ERGEBNISZUSAMMENFASSUNG.....	54
7.2 ENTSCHEIDUNGSHILFE BEI DER BEWERTUNG EINER AGENTUR.....	56
7.3 ZUKUNFTSAUSBLICK.....	57
Glossar.....	58
Anhang.....	64