

Index

- A** Akronyme 269
 American Express 224
 Analyse-Fähigkeiten 221
 Analytics-Software 92
 – Backlinks 103
 – Pins 154
 – Suchbegriffe 92
 – Videoaufrufe 141
 – Webseiten-Traffic 92
 Anchor-Text
 – Definition 64, 106
 – Profile 147, 261
 – URLs 96
 Anruferkennung 25
 Apple 44
 Ausschlussbegriff 253–254
 Automatisierte Inhalte 135
 Auto-Responder 191
 Avatar (online) 117
- B** Backlink
 – Anfragen 103
 – Bewertung 106
 – Definition 103
 – Messung 234
 – Wirkkraft 103
 Basecamp 39
 Benutzername 116
 Beschreibung/Biografie 118
 Besucher
 – Abonnement 35
 – anziehen 70
 – Formular 173
 – gesuchte Informationen 37
 – Google 83
 – konvertieren 173
 – kostenpflichtige Optionen 83, 110, 121–122, 128, 130
 – Landing-Page 183
 – nachverfolgen 193
 – Pinterest 152
 – Verlust 94, 201
 Black-Hat-SEO 106
siehe auch Suchmaschinenoptimierung (SEO)
 Blog
 – abonnieren 35, 60, 71
 – ansprechender Titel 65
 – Beiträge schreiben 61
 – Beständigkeit 70
 – einrichten 60
 – Fortschritte nachverfolgen 74
 – Inhalte 71
 – Kommentar 60, 68, 72, 261
 – Leser 60–61, 67, 73, 262
 – RSS-Feed 60, 71–72
 – scheitern 69
 – SEO 64, 72
 – Signal vs. Noise 39–40
 – Startup 259
 – Suchergebnis 59, 64
 – Suchmaschinenoptimierung 64, 72
 – verlinken 59, 64
 – Vorteil 59
 Brady, Tom 247
 Branchenpublikation 28–29
 Branchenveranstaltung 25, 27–28
 Brockhaus 55
 Brückenseite 109
- C** Calls-to-Action
 – ansprechend gestalten 177
 – Definition 174
 – Effektivität 175
 – Konversion 174
 – niedrige Konversionsrate 179
 – NUMH 175, 179
 – passende Inhalte 176
 – Platzierung 177
 Cash, James 239
 Cloaking 108
 Cluster-Content 102
 Content-Autoren 220
 Content-Management-System (CMS) 96, 258
 CultureCode.com 150
- D** DARC-System 219
 – Analyse-Fähigkeiten 221
 – Bewertung 227
 – Content-Autor 224
 – digitale Affinität 220
 – Online-Reichweite 222
 Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) 191
 Defren, Todd 236
 Digg 67, 263
 Digitale Affinität 220

- Digitaler Tourist 220
- Diskussion 69, 72, 124, 128, 262
- Domain-Name
 - Auswahl 271
 - Definiton 97
 - Worte und Zeichenfolge 97, 267
- E** E-Mail
 - Abonnement 36, 164, 258
 - Adresse 25, 173, 179, 189–190
 - Blast 205
 - Kiva (Beispiel) 208
 - LinkedIn Elite 114
- Equity Compensation Tool 168
- Execute on Extraordinary Experiences
- Everyday (4E) 143
- F** Facebook
 - Besucher 122
 - Fan 120
 - Startup 259
 - Statistik 124
 - Unternehmensseite 120
 - Werbeanzeige 122
- filetype-Attribut 254
- Formular
 - Auto-Responder 191
 - bewährte Methoden 188
 - Call-to-Action 173
 - Einsendung 200
 - Felder 189, 190
- Fortschritte nachverfolgen
 - Blog 74
 - Google 112
 - Inhalte 54
 - Konversionen 241
 - Marketing-Entscheidungen 217
 - Mitarbeiter einstellen 226
 - PR-Agentur 234
 - SEO 112
 - Suchmaschinenoptimierung 112
 - Webseite 38
 - Wettbewerber beobachten 241
- Fortune-500 250
- Frenchman, Eric 30
- FreshBooks (Beispiel) 143
- G** Galerie für Gäste auf Pinterest 153
- Gastautor 62
- General Electric (Beispiel) 228
- Geschätztes Suchvolumen 89
- Gesponserter Link 82
- Godin, Seth 43
- Google
 - Berechnung 87
 - Bilder 100
 - erweiterte Suchfunktionen 253
 - Fortschritte nachverfolgen 112
 - Funktionsweise 87
 - gesponserter Link 82
 - Indexierung von Seiten 85
 - Pay-per-Click 82
 - Softwaretools 86
 - Soziales Netzwerk 136
 - Suchfunktion 87
 - Suchmaschinenoptimierung (SEO) 84
 - Überschrift 99
 - URL 96
 - verbannte Seiten 107
- Google AdWords 82
- Google Alerts 260
- Google+ 136
- Google-Ranking
 - Autorität 87
- Großbuchstabe 269
- H** Hangout 137
- Hax, Arnaldo 44
- HTML 95, 99, 101
- HubSpot
 - Antrieb 20
 - Domain-Name 97
 - E-Mail 164
 - Gründung 21
- HubSpot Academy 21, 226, 275
- Hyperlink *siehe* Link 277
- I** Inbound-Konferenz 225–226
- Inbound-Marketing
 - Basecamp (Beispiel) 39
 - bemerkenswerte Strategie
 - Brady, Tom (Beispiel) 247
 - erlernen 275
 - General Electric (Beispiel) 228
 - Grateful Dead (Beispiel) 46
 - Grundlagen 28
 - Kiva (Beispiel) 206
 - künftige Entwicklung 249
 - Obama, Präsidentschaftskampagne (Beispiel) 29
 - Reichweite 39, 204
 - Software 159
 - Takipi (Beispiel) 159
 - TechTarget (Beispiel) 242
 - Tools 159
 - Wealthfront (Beispiel) 167

- Whole Foods (Beispiel) 75–76
- Wikipedia (Beispiel) 55
- Zappos (Beispiel) 193
- Infografik-Design 151
- Inhalte
 - Arten 52
 - automatisch generierte 108
 - bemerkenswerte 43
 - erstellen 51
 - Fortschritte nachverfolgen 54
 - visuelle 149
- InsightSquared 163
- Instagram 154
- InstaVids 155
- Interviews
 - Beispielfragen 220, 223
 - Experten 140
 - Gastautoren 63
- iPod 44
- K**
 - Kawasaki, Guy 136, 224
 - Kennzahl
 - Abonnenten 39
 - Blog 75
 - Landing-Page 193
 - Link 39
 - Reichweite 39
 - Tracking 55
 - Trichter 215
 - Wettbewerber 240
 - Keyword
 - Definition 89
 - geschätztes Suchvolumen 89
 - Relevanz 89
 - Schwierigkeitsgrad 90
 - Unternehmensname 268
 - Keyword-Stuffing 108
 - Kiva (Beispiel) 206
 - Konkurrenz
 - beobachten 239
 - Fortschritte nachverfolgen 241
 - identifizieren 260
 - TechTarget (Beispiel) 242
 - Tools 239
 - Konversion
 - Besucher zu Leads 173, 183
 - Definition 173
 - Leads zu Kunden 197
 - Kosten pro Klick (CPC) 83
 - Kreise (Google+) 136
 - Kunden
 - aus Leads konvertieren 197
 - blockieren störende Werbung 18, 249
 - durch Blogs 69, 74
 - Konkurrenz 240
 - traditionelles Marketing 25
- L**
 - Landing-Page
 - bewährte Methoden 184
 - Formulare 188–189
 - Fortschritte nachverfolgen 205
 - Funktion 183
 - Grafik 186
 - Konversion 173
 - Test 193
 - Vertrauensbildung 185, 190
 - Lead
 - Bewertung 197
 - Definition 29
 - Formular 189
 - Konversion zu Kunde 183
 - Nurturing 201
 - Link
 - Blog 59, 73, 75
 - SEO-Faktor 102, 106
 - soziale Medien 119
 - Wert 103
 - LinkedIn
 - Gruppe 126
 - Nutzung 124
 - Profil für Startup 261
 - SlideShare-Übernahme 150
 - Unternehmensseite 125
 - Werbung/Werbeanzeigen 128
 - Link-Farm 107
 - Logo 118, 127, 259
- M**
 - Markenjournalismus 149
 - McDerment, Mike 143
 - Meta-Beschreibung 95
 - Mitarbeiter
 - Analyse-Fähigkeiten 221
 - bestehendes Personal 225
 - Content-Autor 224
 - DARC-System 219
 - digitale Affinität 220
 - einstellen 219
 - Fortschritte nachverfolgen 226
 - Jack Welchs Ansatz 228
 - Online-Reichweite 222
 - Performance-Bewertung 227
 - ModCloth (Beispiel) 153
 - Modell des Internets 35
 - MP3-Player (Beispiel) 44
 - Multivariate Tests 180
- N**
 - No-follow-Attribut 105
 - NUMH 175, 179

- O**
- Obama, Barack (Beispiel) 29
 - Off-Page-SEO *siehe*
 - Suchmaschinenoptimierung (SEO)
 - Online-Profil
 - Benutzername 116
 - Beschreibung/Biografie 118
 - Bild 117
 - erstellen 116
 - Online-Reichweite *siehe* Reichweite
 - On-Page-SEO *siehe*
 - Suchmaschinenoptimierung (SEO)
 - OR-Attribut 255
 - Organische Suchergebnisse 83
 - Outbound-Marketing
 - Definition 19
 - Entwicklung 249
 - Kanäle 25, 74
 - PR-Agentur 235
- P**
- Pay-per-Click (PPC)
 - Gefahren 110
 - Google 82
 - Keywords 83
 - Performancemessung *siehe* Fortschritte nachverfolgen, *siehe* Kennzahl
 - Pillar-Content 102
 - Pinterest 152
 - Podcast 53
 - Post-IPO Stock Sale Simulator (Wealthfront) 167
 - Potenzieller Kunde
 - Blog 53–54, 59, 71, 73
 - Keyword 89, 91
 - Konversion zu Lead 173, 183
 - Social Media 115, 119, 138
 - PR-Agentur
 - auswählen 232
 - Fortschritte nachverfolgen 234
 - Solis, Weber, Defren & Roetzer (Beispiel) 235
 - traditionell 231
 - Präsenz 240
 - Projektplan 161
- R**
- Reichweite
 - ausweiten 204
 - Bewertungsmatrix
 - Definition 39
 - Mitarbeiter 222
 - soziale Medien 119, 136, 146, 155
 - Relevanz von Keywords 89
 - Return on Investment (ROI) 216
 - Roetzer, Paul 236
 - Rotenberg, Zorian 163
 - RSS (really simple syndication)
 - Definition 35
 - Nutzung 71
- S**
- Satzzeichen 268
 - Seiteninhalte 98
 - Seitentitel 93
 - SEO *siehe* Suchmaschinenoptimierung (SEO)
 - SERP (Suchmaschinen-Ergebnisseiten) 81
 - Shoor, Iris 159
 - Signal vs. Noise Blog 39–40
 - 37Signals 39
 - Site Alerts 255
 - SlideShare 149–150
 - Snapchat 155
 - Social-Media-Plattformen
 - Avatar 117
 - Benutzernamen 116
 - Online-Profil 116
 - Social-Media-Plattformen *siehe auch* Einträge zu den einzelnen Plattformen
 - Software
 - als Inhalt 159
 - Beispiele 162
 - Entwicklung 161
 - Inhalt 166
 - Kampagne 166
 - Lead-Informationen 164
 - Wealthfront (Beispiel) 167
 - Solis, Brian 235
 - Strakosch, Greg 242
 - Suche auf bestimmten Webseiten 254
 - Suchmaschinenoptimierung (SEO)
 - Bilder 100
 - Black Hat 106
 - Blog 72
 - Definition 85
 - Domain-Name 97
 - Fortschritte nachverfolgen 112
 - Keyword 89
 - Meta-Beschreibung 95
 - Off-Page 103
 - On-Page 93
 - Pay-per-Click 82
 - Seitentitel 93
 - Startup 257
 - Überschrift 99
 - URL 96
 - verbannt werden 106
 - Synonym 254

- T** Taco Bell 157
tagesspiegel.de 88
Takipi (Beispiel) 159
TechTarget (Beispiel) 242
Text
– Bild 100
– Call-to-Action 178
– Landing-Page 187
– versteckter 109
The Grateful Dead (Beispiel) 46
Themencluster 102
Tools *siehe* Software
Trichter
– Analyse 74, 215
– definieren 214
– Diagramm 215
– Entwicklung 214
– Kampagne 216
– Konversionsrate 215
– Modell 214
TV-Werbung 11, 26
Twitter
– Anfänge 130
– Automatisierung 135
– Begriffe beobachten 134
– Beiträge veröffentlichen 133
– Bot 135
– Follower bekommen 133
– FreshBooks (Beispiel) 143
– Nutzer finden 134
– Startup 258
- U** Überschrift 99
Unternehmensseite (Facebook)
120
URL
– Blog 60
– Definition 96
– Domain-Name 97
– Facebook 122, 259
– Google+ 138
– Keyword 96
– Optimierung 96
- V** Venator Partners (Beispiel) 203
Verbannte Seite 106
Versteckter Text 109
Verweisquelle 199
- Video
– Arten 140
– einbetten 62, 141
– YouTube 139
Visual.ly 151
Visuelle Inhalte 149
– Infografik-Design 151
– Instagram 154
– Pinterest 152
– SlideShare 150
– Snapchat 155
- W** Walsh, Jay 56
Wealthfront (Beispiel) 167
Webcast 53
Weber, Larry 236
Webinar 53
Webseite
– Besucher 33–34, 39
– Fortschritte nachverfolgen 38
– Neugestaltung 36
– RSS aktivieren 35
– Schwerpunkt 34, 38
– Social-Media-Link 119
– Startup 257
– überdenken 38
Website Grader 55, 112, 162, 262
Welch, Jack (Beispiel) 228
Werbung/Werbeanzeigen
– PPC-Anzeige 82, 92
– Social-Media-Werbung 122, 128, 154
– traditionelle Werbung 25
Wettbewerber *siehe* Konkurrenten
Whitepaper 52
Whole Foods (Beispiel) 76
Wikipedia (Beispiel) 55
WordPress 60, 259
- X** XING 129
- Y** YouTube
– bewährte Methoden 142
– Erklärvideo 140
– Experteninterview 140
– Interview 140
– Kundengeschichte 140
– Nutzung 139
- Z** Zappos (Beispiel) 193

