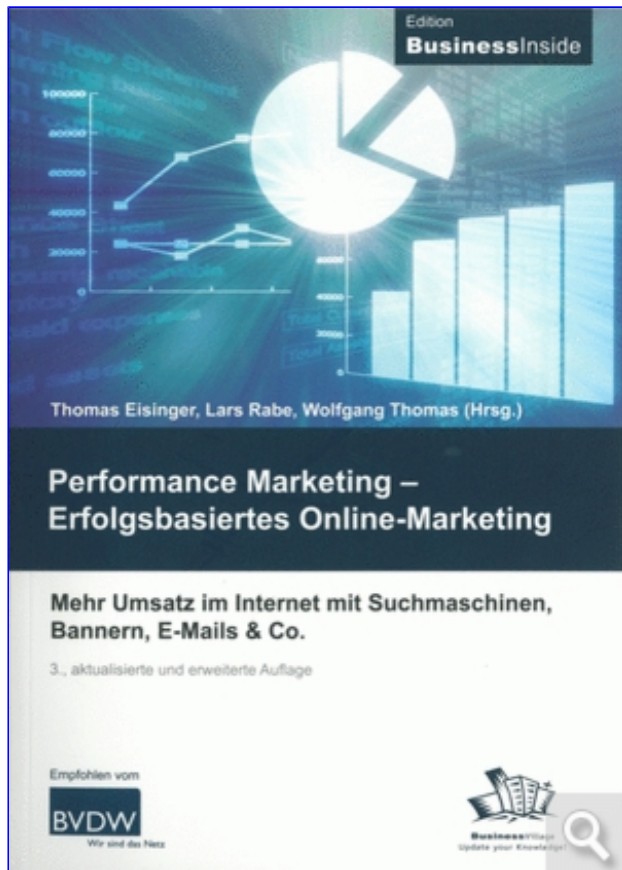


# Performance Marketing - Erfolgsbasiertes Online-Marketing

## Mehr Umsatz im Internet mit Suchmaschinen, Bannern, E-Mails & Co.



### Steckbrief

- Titel des Buchs: "Performance Marketing - Erfolgsbasiertes Online-Marketing"
- Umfang: 372 Seiten
- 3. Auflage 2009
- ISBN 978-3-86980-008-0
- Preis:  
Printexemplar 39,80  
PDF-eBook 39,80

Weitergehende Informationen und Bestellmöglichkeit finden Sie direkt bei [Business Village](#).

Aus dem Klappentext:

"Kaum ein Bereich wächst schneller als das Online-Marketing. Und die Beliebtheit dieser neuen Werbeformen hat ihren Grund: Neue Kunden und Zielgruppen lassen sich direkt, effizient und kostengünstig ansprechen und der Erfolg der Kampagnen lässt sich live mitverfolgen. Suchmaschinen-optimierung, Google-AdWords, Affiliate-, Banner- oder E-Mail-Marketing oder das Web 2.0 -

Performance Marketing schafft Interaktion mit den Kunden und Transparenz auf der Kosten- seite. Welche Keywords liefern die meisten Kunden, welche Landingpage produziert die meisten Sales, was kostet ein Neukunde? Performance Marketing gibt Antworten und macht die konsequente und zielgerichtete Optimierung der Kampagnen erst möglich. Die dritte, umfassend überarbeitete Auflage des Standard- werks zum Performance Marketing wendet sich an Einsteiger ebenso wie an Fortgeschrittene und erläutert praxisnah anhand zahlreicher Fallstudien und Checklisten die Planung, Umsetzung und Optimierung von Kampagnen im Internet. Die drei Herausgeber dieses Buches gelten als Experten und erfahrene Praktiker im Performance Marketing, die in ihrer täglichen Arbeit die neuesten Entwicklungen beobach- ten und einsetzen. Zusammen mit mehr als 15 weiteren Experten bündeln die Herausgeber den aktuellen Stand des Performance Marketing. Empfohlen von der Fachgruppe Performance Marketing im BVDW e.V." Quelle: Performance Marketing - Erfolgsbasiertes Online-Marketing Thomas Eisinger, Lars Rabe, Wolfgang Thomas (Hrsg.), BusinessVillage Verlag phaydon - Beiträge aus dem Buch:

- Landingpage-Optimierung: Wie aus Nutzern Kunden werden (Daniel R. Schmeißer)
  - Blackbox, oder: Warum es wichtig ist Landingpages zu optimieren
  - Arten und Ziele von Landingpages
  - Elemente, die optimiert werden sollten
  - Methoden zur Optimierung von Landingpages
  - Erfolgsfaktoren für die Gestaltung von Landingpages

© phaydon | research+consulting 2004-2010 [www.phaydon.de](http://www.phaydon.de)

Seite 2 von 2

Seite 2 von 2