

# Inhaltsverzeichnis

---

<b>1. Einleitung</b> .....	9
1.1 Warum TYPO3 und Online-Marketing? .....	9
1.2 Für wen ist dieses Buch? .....	10
1.3 Aufbau des Buches .....	11
1.4 Website zum Buch .....	11
1.5 Die Autoren .....	11
1.6 Danke! .....	12
<b>2. Was genau ist TYPO3?</b> .....	13
<b>3. Was genau ist Online-Marketing?</b> .....	15
<b>4. Affiliate-Marketing mit TYPO3</b> .....	19
4.1 Basiswissen Affiliate-Marketing .....	20
4.1.1 Funktionsprinzip .....	21
4.1.2 Funktionsprinzip von Affiliate-Marketing über ein Netzwerk .....	22
4.1.3 Funktionsprinzip eines „eigenen“ Affiliate-Marketing- Programms .....	23
4.1.4 Vor- und Nachteile beider Verfahren .....	23
4.2 Warum Affiliate-Marketing und TYPO3? .....	24
4.3 Betreiben eines Partnerprogramms mit TYPO3 .....	26
4.3.1 Technologische Anforderungen .....	26
4.3.2 Juristisches .....	28
4.3.3 Vergütungsarten .....	30
4.3.4 Werbemittel .....	32
4.3.5 Vorhandene TYPO3-Extensions zum Affiliate-Marketing .....	33
4.4 Die Extension „t3m_affiliate“ .....	36
4.4.1 Grundidee und Anforderungen .....	37
4.4.2 Technischer Aufbau .....	38
4.4.3 Installation und Einrichtung .....	40
4.4.4 Betrieb eines Partnerprogramms mit t3m_affiliate .....	49
4.4.5 Ausblick .....	55
4.5 Zusammenfassung .....	57

<b>5. E-Mail-Marketing mit TYPO3</b> .....	59
5.1 Basiswissen E-Mail-Marketing .....	60
5.1.1 Stand-Alone-Kampagne/E-Mailings.....	61
5.1.2 Newsletter .....	62
5.1.3 Newsletter-Sponsorship .....	62
5.1.4 Enhanced Newsletter.....	63
5.1.5 E-Mail-Responder.....	63
5.2 Herausforderungen des E-Mail-Marketing .....	63
5.2.1 Der steinige Weg einer E-Mail! .....	64
5.2.2 HTML- versus Text-E-Mail .....	64
5.2.3 Juristische Aspekte des E-Mail-Marketing .....	66
5.2.4 Technische Aspekte des E-Mail-Marketing.....	69
5.2.5 TYPO3 im Vergleich mit kommerziellen Systemen.....	74
5.3 Die Extension T3M E-Mail-Marketing.....	82
5.3.1 Die Submodule der Extension.....	85
5.3.2 Vor- und Nachteile von TYPO3 im E-Mail-Marketing .....	93
5.3.3 Ausblick: TYPO3 und E-Mail-Marketing .....	94
5.4 Zusammenfassung E-Mail-Marketing.....	95
<b>6. Keyword-Advertising und TYPO3?</b> .....	97
6.1 Basiswissen Keyword-Advertising .....	98
6.2 Der Charme des Keyword-Advertising.....	103
6.3 Juristische Aspekte .....	104
6.4 TYPO3 und Keyword-Advertising .....	106
6.4.1 Problemstellungen des Keyword-Advertising .....	107
6.4.2 Setup für Keyword-Advertising in TYPO3 .....	111
6.4.3 Ohne Ziel kein Erfolg .....	116
6.4.4 Was tun, wenn die Keywords immer teurer werden? .....	117
6.4.5 Der Schwindel mit den Klicks .....	121
<b>7. Suchmaschinen-Optimierung (SEO) mit TYPO3</b> .....	123
7.1 Basiswissen SEO .....	123
7.2 Abgrenzung SEO gegenüber Keyword-Advertising.....	128
7.3 Das Dilemma der Suchmaschinen-Optimierung.....	129
7.4 Handwerk oder Wissenschaft? .....	131
7.5 Welche Suchwörter bringen Erfolg? .....	132
7.6 Welche Suchmaschinen sind relevant?.....	135
7.7 Onsite-Optimierung mit TYPO3 .....	136
7.7.1 Optimierung des Textes.....	136
7.7.2 Struktur der Website und Sitemap.....	139
7.7.3 Optimierung des Programmcodes mit TYPO3 .....	148

7.8 Offsite-Optimierung.....	161
7.8.1 Eintragung in Suchmaschinen und Verzeichnisse .....	162
7.8.2 Bezahlte Links und Textlink Marktplätze .....	162
7.8.3 Page Rank .....	163
7.8.4 Steuerung und Controlling .....	165
7.9 Kosten-Nutzen-Betrachtung .....	168
7.10 Zusammenfassung.....	169
<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>171</b>
<b>Glossar .....</b>	<b>173</b>
<b>Stichwortverzeichnis .....</b>	<b>181</b>