



von Thomas Skirke

www.ebook-thomas.com

Rechtliche Hinweise

Dieses Werk ist durch das Urheberrecht geschützt. Zuwiderhandlungen werden straf- und zivilrechtlich verfolgt. Ohne schriftliche Genehmigung des Autors ist jegliche – auch auszugsweise – Vervielfältigung und Verbreitung nicht gestattet, sei es

- in gedruckter Form,
- durch fotomechanische Verfahren,
- auf Bild- und Tonträgern,
- auf Datenträgern aller Art.

Außer für den Eigengebrauch ist untersagt: das elektronische Speichern, insbesondere in Datenbanken, und das Verfügbarmachen für die Öffentlichkeit zum individuellen Abruf, zur Wiedergabe auf Bildschirmen und zum Ausdruck beim jeweiligen Nutzer. Dies schließt auch Pod-Cast, Videostream usw. ein.

Das Übersetzen in andere Sprachen ist ebenfalls vorbehalten.

Die Informationen in diesem Werk spiegeln die Sicht des Autors aufgrund eigener Erfahrungen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dar. Bitte beachten Sie, dass sich gerade im Internet die Bedingungen ändern können.

Sämtliche Angaben und Anschriften wurden sorgfältig und nach bestem Wissen und Gewissen ermittelt. Trotzdem kann von Autor und Verlag keine Haftung übernommen werden, da (Wirtschafts-) Daten in dieser schnelllebigen Zeit ständig Veränderungen ausgesetzt sind. Insbesondere muss darauf hingewiesen werden, dass sämtliche Anbieter für ihre Angebote selbst verantwortlich sind. Eine Haftung für fremde Angebote ist ausgeschlossen. Gegebenenfalls ist eine Beratung bei einem Anwalt, Wirtschafts- oder Steuerberater angeraten.

„Internet Business Grundlagen – starten und führen von überall“, 1. Auflage 2011

© Copyright:

Thomas Skirde
16 Moo 2 Nong Kratum
30000 Nakhon Ratchasima
Thailand

Übersetzung aus dem Amerikanischen, Lektorat, Textbearbeitung, Satz: Roland Benn

SPRACHREGELUNG:

Zur Vereinfachung beim Schreiben und Lesen wird immer die männliche Form verwendet: der Zauberer, der Zuschauer usw. Dieser Artikel dient als allgemeiner Gattungsbegriff und schließt weibliche Personen automatisch mit ein.

Sofern wir auf externe Webseiten fremder Dritter verlinken, machen wir uns deren Inhalte nicht zu eigen und haften somit auch nicht für die sich naturgemäß im Internet ständig ändernden Inhalte von Webseiten fremder Anbieter. Das gilt insbesondere auch für Links auf Softwareprogramme, deren Virenfreiheit wir trotz Überprüfung durch uns vor Aufnahme aufgrund von Updates etc. nicht garantieren können.

Autor und Verlag sind nicht haftbar für Verluste, die durch den Gebrauch dieser Informationen entstehen sollten.

Die in diesem Werk erwähnten Anbieter und Quellen wurden zum Zeitpunkt der Niederschrift als zuverlässig eingestuft. Autor und Verleger sind für deren Aktivitäten nicht verantwortlich.

Dieses Handbuch versteht sich als Basisinformationsquelle. Daraus resultierende Einkommen und Gewinne sind allein von Motivation, Ehrgeiz und Fähigkeiten des jeweiligen Lesers abhängig.

Sämtliche Markennamen, Logos usw. sind Eigentum ihrer jeweiligen Besitzer, die diese Publikation nicht veranlasst oder unterstützt haben.

Über das Internet erhältliche Texte und Bilder, die in dieser Publikation verwendet werden, können geistiges Eigentum darstellen und dürfen nicht kopiert werden.

Inhaltsangabe

Einführung	4
Kapitel 1: Suchmaschine Optimierung	6
Kapitel 2: Affiliate Marketing	12
Kapitel 3: Pay Per Click Werbung	16
Kapitel 4: SEO-Texten	19
Nachwort	22
Weiterführende Infos	23

Empfehlung

Der GRATIS-Kredit
= das Darlehen, das sich selbst tilgt:
www.jeden-tag-reicher.com/gkeb/

Einführung



Internet Marketing ist, wie der Name andeutet, die Bewerbung eines Produktes oder Services durch das Internet. Dies ist eine Absatzmöglichkeit, die Unternehmer nutzen, weil das Internet a) ein größeres Publikum anspricht (unter Umständen weltweit) und b) billiger ist als Zeitungen, Zeitschriften, Radio und Fernsehen.

Aber da die Nachfrage nach dem Internet als Marketing-Instrument wächst, wird es auch zum Kampfplatz, wo unterschiedliche Unternehmen im Wettbewerb um die Aufmerksamkeit zukünftiger Kunden stehen. Wer beharrlich und an der Spitze der Suchergebnisse ist, bekommt die meisten Verkäufe.

Um an der Spitze zu stehen, wenden Internet Marketer unterschiedliche Strategien an und kombinieren alle Aspekte des Internets wie Design,

Entwicklung, Werbung und Verkaufstechniken zu einer geballten Kraft, um Kunden zu begeistern und den Verkauf zu bekommen.

Wenn Sie es wagen wollen, im Internet Geschäfte zu machen, müssen Sie die Grundlagen wissen, wie Sie eine Webseite machen und wie Ihre Produkte und Dienstleistungen für die Internetuser sichtbar werden und bleiben.

Kapitel 1: Suchmaschinen Optimierung



Was ist Suchmaschinen-Optimierung?

Suchmaschinen Optimierung, auch SEO genannt (von Search Engine Optimization), ist eine Methode, um die Position oder Sichtbarkeit einer Website oder Webpage in den Suchmaschinen zu verbessern. Web Administratoren wenden SEO an wegen der Theorie, dass je öfter eine Seite auf der ersten Seite einer Suchmaschine erscheint (wenn ein User etwas sucht), desto wahrscheinlicher es ist, dass sie von Usern besucht und gelesen wird.

Suchmaschinen Optimierung ist eine Form von Suchmaschinen Marketing, die hilft, die Web-Präsenz zu fördern. Dadurch sind Ihre Produkte oder Services im Blickfeld von potenziellen Kunden. Sie deckt diverse Sucharten ab, einschließlich lokaler Suche, Videosuche und anderen.

Business Modell

Suchmaschinenoptimierung kann einen Return on Investment als Ergebnis der Interaktion mit dem Kunden generieren, aber Sie bezahlen die Suchmaschinen nicht, organische Suchanfragen zu produzieren. Unter organische Suchanfragen versteht man den Verkehr, der durch das Relevanz-Ranking der Suchmaschinen erzeugt wird, nicht durch alternative Methoden wie Pay-Per-Click Werbung.

Das Ändern und Optimieren des Designs der Website sowohl am Frontend als auch am Backend verursacht Kosten, ebenso wie Methoden, um das Ranking bei einer Suchanfrage zu verbessern. Sie brauchen auch eine Möglichkeit, diese Suchresultate zu tracken, um sicher zu stellen, dass sich Ihre Webseite zumindest in den top 10 befindet.

Erste Schritte

Das Optimieren einer Webseite zur Verbesserung der Webpräsenz umfasst eine Reihe von Optionen:

1. Das Editieren von Content und HTML sowie damit verbundener Codes, um die Relevanz spezieller Keywords zu verbessern.
2. Das Entfernen von Barrieren für die Indexierung durch Suchmaschinen. Wenn Ihre Website indexiert ist, bedeutet dies, dass sie Teil der Suchergebnisse ist und Sie beginnen können, Ihre SEO Strategien anzuwenden.
3. Bekanntmachung der Webseite, um die Anzahl der Backlinks zu erhöhen. Backlinks sind eingehende Links zu einer Website, welche ursprünglich ein Mittel waren, im Internet zu navigieren, die aber nun bei der Suchmaschinen-Optimierung wichtiger sind.

White Hat Techniken

Die so genannten White Hat Techniken sind allgemein akzeptierte Techniken im SEO-Marketing. Es gibt Dienstleistungen von Suchmaschinen, die sicherstellen, dass eine Website von den führenden Suchmaschinen indexiert wird. Google und Yahoo benutzen Web-Crawler, um nach Seiten für ihre Suchresultate zu suchen.

Einige Suchmaschinen, vor allem Yahoo, garantieren Web-Crawling gegen eine Gebühr oder ein Cost Per Click-Konto, obwohl dies nur die Aufnahme in die Datenbank ermöglicht, nicht aber ein spezifisches Ranking in den Suchergebnissen.

Andere Services von Google umfassen Google Webmaster Tools, welche garantieren, dass alle Pages gefunden werden, die ein XML Sitemap Feed verwenden.

Für SEO werden noch weitere Methoden verwendet wie beispielsweise Cross Linking. Cross Linking erhöht die Links zur Hauptseite einer Website unter Verwendung ihrer Pages. Ferner gibt es Keyword Stuffing, wobei Keyword reicher Text verwendet wird, der alle einschlägigen Suchmaschinenanfragen umfasst. Backlinks von Web Katalogen sind auch hilfreich.

Gray Hat Techniken

Gray Hat Techniken sind weder weiß noch schwarz. Diese Techniken sind sogenannte graue, weil Risiken mit ihnen einhergehen. Ein Beispiel ist der Kauf von Links.

Google ist gegen den Kauf und Verkauf von Backlinks, aber es gibt viele Online Pages, Magazine und andere Quellen, die Backlinks gegen eine Gebühr anbieten. Im Prinzip hängt der Preis für einen Textlink ab von der Kompetenz der verlinkenden Seite. Als Beispiel für den inoffiziellen Maßstab des Durchschnittspreises gilt Goggles PageRank.

Black Hat Techniken

Wenn Sie SEO-Marketing betreiben wollen, müssen Sie auch vor Spamdexing hüten. Dies ist eine Black Hat SEO-Technik, die die Benutzer-Erfahrung von Suchmaschinen beeinflusst und sich auf die Relevanz der Suche auswirkt.

Sie meisten Suchmaschine untersuchen, ob Spamdexing vorliegt und entfernen verdächtige Seiten. User Beschwerden führten auch schon zu manuellen Sperrungen von verdächtigen Webseiten. Es gibt viele Formen von Spamdexing, aber es kann hauptsächlich in zwei Klassen eingeteilt werden: Content Spam und Link Spam.

Content Spam

Das Ändern der logischen Absicht des Contents einer Webseite ist Content Spam. Dazu zählt:

1. Das Vollstopfen (over-stuffing) des Contents mit speziellen Keywords, die eine Suchanfrage und die Platzierung in den Suchergebnissen

beeinflussen. Die meisten modernen Suchmaschinen können heute eine Seite analysieren und Keyword Stuffing entdecken und feststellen, ob die Häufigkeit eines Keywords im Normalbereich liegt.

2. Das Einfügen von nicht relevantem Text in den Content, der aber nicht sichtbar ist, weil die Textfarbe die gleiche ist wie der Hintergrund. Es gibt noch weitere Möglichkeiten, Text zu verbergen, indem z.B. die Schriftgröße winzig klein gemacht, er im HTML Code versteckt wird und andere.

3. Unter Artikel Spinning versteht man das Nachschreiben bestehender Artikel. Dies kann von bezahlten Schreibern oder automatischen Programmen erledigt werden.

Link Spam

Unter Link Spamming versteht man eine Methode, die Anzahl von Backlinks, die auf eine Seite verweisen, unnatürlich zu erhöhen. Sie versucht, Vorteile aus den Link-basierten Algorithmen der Suchmaschinen Crawler zu ziehen und gibt Websites ein höheres Ranking, indem immer mehr hochrangige Webseiten auf sie verlinken.

Link Spamming erfolgt durch eine der folgenden Methoden:

1. Verwendung von Link-building Software und Automatisierung des SEO Prozesses.

2. Verwendung von Link Farms, eng geknüpfte Communities von Seiten, die gegenseitig aufeinander Bezug nehmen.

3. Mit Spam Blogs werden Schein-Blogs zum Zwecke des Spammings kreiert. Sie sehen wie richtige Seiten mit einem Informationswert aus, sind aber in Wirklichkeit nur Fake Sites, um Kunden zu manipulieren, Partnerprogramm-Produkte oder Dienstleistungen zu kaufen.

SEO Fallgruben

Das Problem bei diesem Geschäftsmodell ist, dass Suchmaschinen ihre Algorithmen regelmäßig zu ändern. Es gibt auch keine Garantie, dass die hier genannten Empfehlungen von Dauer sind. Deswegen gilt, wenn Sie sich ausschließlich auf SEO-Techniken verlassen, können Sie größere Verluste erleiden, wenn Sie plötzlich keinen organischen Traffic aus Suchmaschinen haben.

Kapitel 2: Affiliate Marketing

Affiliate Marketing ist ein Geschäftsmodell, bei dem ein Produkt oder eine Dienstleistung, die von einem Unternehmen entwickelt wurde, von anderen aktiven Verkäufern für einen Anteil am Gewinn verkauft wird. Das Modell verwendet grundsätzlich eine Webseite, die Besucher auf eine andere Webseite lenkt. Die meisten der heute verfügbaren Partnerprogramm-Modelle kommen von E-Commerce-Unternehmen mit Affiliate-Programmen.

Dieses Geschäftsmodell hat vier Beteiligte: Den Merchant oder Retailer, den Publisher oder Affiliate, das Netzwerk und den Kunden. Das Konzept des Affiliate Marketing kann in drei Schritte unterteilt werden:

Schritt 1: Ein Kunde besucht die Website eines Affiliates.

Schritt 2: Der Affiliate verwendet Links, die den potenziellen Kunden zu seinem Partner, dem Merchant, leitet, der ein Produkt oder eine Dienstleistung anbietet.

Schritt 3: Entsprechend der zuvor geschlossenen Vereinbarung zahlt der Merchant dem Affiliate eine Vergütung. Der Affiliate bekommt für jeden zustande gekommenen Abschluss seinen Anteil für seine Marketingbemühungen.

Unter allen zur Verfügung stehenden Arten von Online Marketing wird Affiliate Marketing oft von Advertisern übersehen, weil es im Vergleich zu Suchmaschinen- oder Email-Marketing ein niedrigeres Profil hat, obwohl es immer einen Teil des Portfolios eines E-Marketers darstellt.

Erste Schritte

1. Wenn Sie beabsichtigen, Affiliate Marketing zu nutzen, können Sie entsprechende Programme im Internet z.B. auf Plattformen wie Yahoo! Directory, www.associateprograms.com, www.adbutler.de, www.affili.net, www.clickbank.com und vielen anderen ausfindig machen. Hier können Sie sowohl eigene Partnerprogramme promoten, als auch Anbieter von Affiliate Programmen finden, an denen Sie sich beteiligen können.
2. Sie müssen Ihre potenziellen Vermarktungskanäle bestimmen. Egal, ob es ein Newsletter oder eine Webseite ist, alles hängt von der Qualität ihres Partners ab.
3. Die durchschnittliche Provision variiert meist zwischen 15 und 50%, wobei sie von einer Reihe von Faktoren abhängig ist. Einer ist die Nachfrage nach dem Produkt und seine Verfügbarkeit. Hat das Produkt ein hohes Verkaufsvolumen, werden Preis und Provision niedriger sein.
4. Sie brauchen eine Möglichkeit, Traffic, Verkäufe und Zahlungen zu tracken, also analysieren, woher die Kontakte stammen.

Geschäftsmodelle

Wenn Sie Affiliate Marketing machen möchten, sollten Sie zuvor über die verschiedenen Bezahl-Modelle Bescheid wissen.

Cost Per Sale (CPS)

Etwa 80 Prozent der Affiliate-Marketing-Programme nutzen heute die Aufteilung der Einnahmen. Diese Umsatzteilung ist sozusagen eine Provision für ein vermitteltes Geschäft. Daher nennt man sie Cost Per Sale oder CPS. Es ist im

Grunde eine Strategie mit geringem Risiko und vergleichsweise hohem Profit, um neue Kunden zu gewinnen und die Werbetrommel für ein neues Geschäft zu rühren.

Es ist im Vergleich zu anderen Marketing-Möglichkeiten wie gedruckte Anzeigen, Fernsehspots und Direktwerbeaussendungen ein billiger Weg, Marken und Produkte bekannt und bewusst zu machen. Cost per Sale maximiert Ihre Investitionen, denn es belastet das Geschäft nur gemäß des Erfolges der Marketingkampagne des Affiliate.

Cost Per Action (CPA)

19 Prozent der Affiliate Marketing Programme bieten Cost Per Action oder CPA. Es ist auch als Pay Per Action (PPA) bekannt. Eine Aktion kann der Kauf eines Produktes sein, eine Infoanforderung, eine Newsletter-Eintragung usw. Pay Per Click oder PPC ist eine weitere Form von PPA, ist aber inzwischen ein eigenes Vergütungsmodell geworden.

Cost Per Click (CPC) und Cost Per Mile (CPM)

Weniger als 1 Prozent des Affiliate Marketings ist CPC oder CPM. Am häufigsten findet man Pay Per Click Werbung, die auf Content-Webseiten eingebaut ist. Es ist mehr als ein Pay Per Performance Modell. CPC sind die Kosten, die ein Advertiser (Inserent) an eine Suchmaschine oder andere Internet Publisher für jeden Klick auf seine Werbung zahlt. Beispiele für CPCs sind Google AdWords / AdSense, Microsoft AdCenter und Yahoo! Search Marketing. Google bot AdWords erstmals im Jahre 2006 an.

Fallgruben im Affiliate Marketing

Neben der Anfälligkeit von Affiliate Programmen gegen Klickbetrug, gibt es weitere Gefahren, die Ihr Partnerprogramm Business möglicherweise gefährden können.

Email Spam

Affiliates tendieren dazu, Emailwerbung an Kunden zu senden, die sich bei Ihnen eingetragen haben. Oftmals werden Werbe-Emails aber unaufgefordert verschickt und deshalb als Spam eingestuft. Merchants müssen darüber eine Kontrolle haben, andernfalls wird ihre Marke bzw. ihr Ruf beschädigt. Deshalb haben Merchants ihre AGBs (Allgemeine Geschäftsbedingungen) angepasst und Paragraphen eingefügt, die Spamming verbieten.

Suchmaschinen Spam

Eine andere Form des Spams ist Suchmaschinen Spam, welches das Ranking gemäß Relevanz in Suchmaschinen verändert, indem automatisch generierte Webpages verwendet werden, die Daten-Feeds von Produkten der Merchants zeigen. Dies verzerrt Suchmaschinen-Rankings und wirkt sich auf das SEO Business aus. Diese Manipulationen hatten im Laufe der Jahre beträchtlich zugenommen, so dass neue Unternehmen entstanden, um dies zu verhindern. Dazu gehören Affiliate Management Agenturen und spezielle Third-Party Vendoren.

Kapitel 3: Pay Per Click Werbung



Das Pay Per Click Anzeigenmodell enthält einen Auslöser, der eine Auszahlung durch einen Merchant generiert. Der Auslöser ist, dass die Anzeige angeklickt wird und der Merchant daraufhin den Affiliate bezahlt.

Der Vorteil dieser Vermarktung ist, dass, wenn ein Affiliate keine Klicks generiert und somit auch keine Verkäufe, der Merchant auch keinerlei Kosten hat.

Business Modelle

Flat-rate PPC

Bei einem Flatrate Modell vereinbaren Advertiser und Publisher eine feste Summe für jeden Klick. Advertiser können für einen langfristigen Vertrag einen niedrigeren Festbetrag aushandeln.

Das Flatrate PPC Modell ist populär bei Preisvergleich-Dienstleistungen. Diese Portale führen Preisvergleichslisten für alle möglichen Produkte und Dienstleistungen. Beispiele von Preissuchmaschinen sind u.a. www.billiger.de, www.ideal.de, www.preisvergleich.de und viele andere. Ein Advertiser bezahlt nicht dafür, gelistet zu sein, sondern für jeden Klick auf seinen Preis.

Gebot-basierter PPC

Beim Gebot-basierten PPC konkurriert ein Advertiser mit anderen Advertisern in einem automatisierten Prozess bei einer Auktion des Publishers oder Anzeigen-Netzwerkes. Das Gebot ist der Betrag, den ein Advertiser für einen Anzeigenplatz bereit ist zu bezahlen; das Gebot ist in der Regel Keyword-bezogen.

Automatisierte Gebot Management Systeme maximieren Erfolg und decken viele Bereiche ab.

Erste Schritte

Um mit PPC Werbung zu beginnen, müssen Sie folgende Punkte beachten:

1. Wählen Sie 10 bis 15 Keywords und Keyphrasen, die zu Ihrem Produkt oder Service passen. Sie müssen Qualitäts-Keywords nehmen, um die

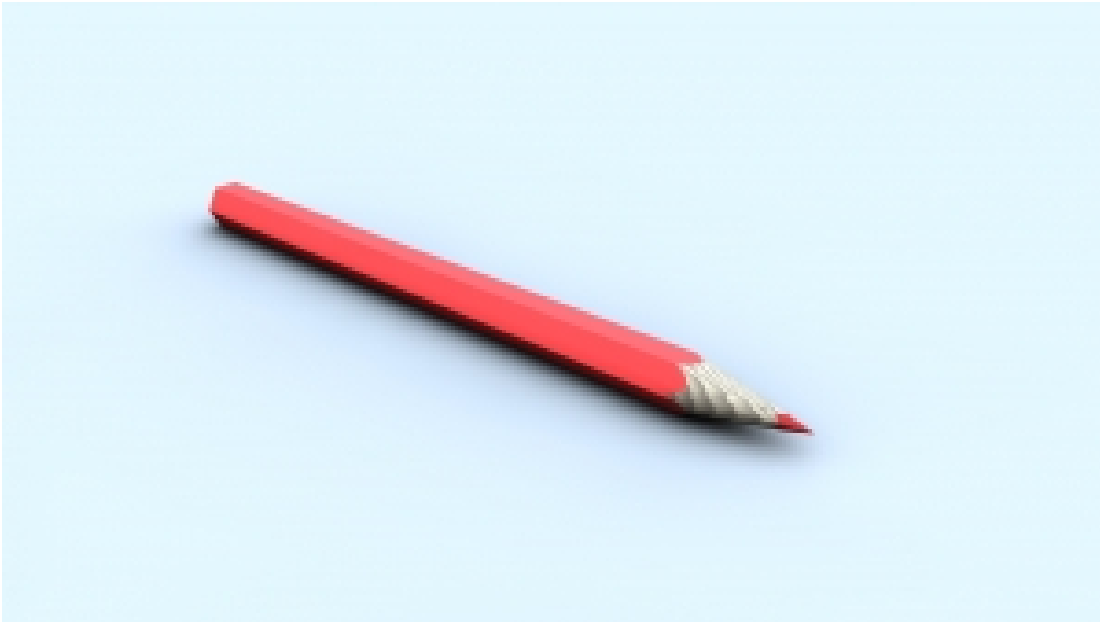
Zielgruppe anzusprechen. Das ist der schwierigste Teil von PPC Werbung und muss sorgfältig studiert werden. Sprechen Sie nur solche an, die auch kaufen wollen und keine anderen.

2. Verwenden Sie verkaufsfördernde Wörter wie "Verkauf", "Garantie", "Lieferung" usw. beim Texten Ihrer Anzeige, um unqualifizierte Anfragen zu vermeiden.
3. Die drei wichtigen Komponenten einer PPC-Anzeige sind die Überschrift, der Anzeigentext und der Link zur Webseite des Advertisers. Die Anzeige muss interessant sein und in der Lage, einen Käufer zu überzeugen. Sie muss auch prägnant, präzise und ohne Brüche sein.
4. Für die erfolgreichsten Keywords müssen Sie ein Gebot abgeben. Je höher Ihr Gebot, desto besser Ihr Ranking.

Fallgruben bei PPC Werbung

Ein Problem mit dieser online Werbemethode ist, dass Sie offen ist für Missbrauch. Beim Klickbetrug wird jedes Mal in böser Absicht eine Gebühr durch einen simulierten User erzeugt, obwohl kein Interesse an der Anzeige besteht. Diese Art von Kriminalität im Internet ist eine Ursache der Kontroverse, da der Betrug vom Werbenetzwerk profitiert. Er wird in einer Reihe von Staaten in den USA als Verbrechen verfolgt.

Kapitel 4: SEO-Texten



Genau genommen handelt es sich beim SEO-Texten um das Schreiben von Texten, um spezielle Dienstleistungen, Produkte oder Meinungen zu fördern. Der Hauptzweck ist, Besucher einer Website zum Kaufen zu bewegen.

Texten ist eine der effektivsten Methoden des Internet-Marketing und ist eine der Maßnahmen, die in Suchmaschinen-Optimierung eingesetzt werden. Da die Mehrheit der Internetuser Suchmaschinen benutzt, um nach Informationen zu suchen, die sie brauchen, ist die Vermarktung über diese Suchmaschinen der Schlüssel für den Verkauf Ihrer Produkte oder Dienstleistungen.

Normalerweise vergeben Website-Besitzer Text-Arbeiten an Autoren, da sie nicht immer die Zeit haben, um Content für ihre Webseiten zu schreiben. Alle Inhalte einer Website können für das Content-Texten mit einbezogen werden, von "Über Uns" über "Häufig gestellte Fragen" bis zum Webseiteninhalt selbst.

Business Modell

Der korrekte Gebrauch von Keywords und Keyword-Phrasen ist eine effektive Methode des Internet Marketing. Eine Website, die darauf abzielt, Teil der Suchmaschinen-Resultate zu sein, braucht einen Content, der Suchbegriffe und zusammengesetzte Suchbegriffe einschließt, die bei der Zielgruppe populär sind.

Erste Schritte

Das Folgende können Sie tun, um mit SEO-Texten zu beginnen:

1. Sie suchen nach den top Keywords, die im Augenblick in den Suchmaschinen am gefragtsten sind. Wenn Sie bereits eine Nische haben, können Sie das Keyword Tool von Google benutzen (<https://adwords.google.de/select/KeywordToolExternal>), um herauszufinden, welche Keywords für die populärsten Suchanfragen Ihres Marktes verwendet werden.
2. Diese Keywords können Sie in Ihre Title Tags, Header Tags, Meta Tag Descriptions und natürlich den Web Content der Seite integrieren. Wählen Sie Ihre Keywords klug, so dass Ihr Content die Aufmerksamkeit der Web Spider und Web Crawler erhält. Wenn Sie Ihren Content schreiben (lassen), ist die inoffizielle Faustregel, dass die Keyword-Dichte zwischen 1 und 3% des jeweiligen Artikels liegen sollte und nicht mehr.
3. Die Überschrift Ihres Contents macht den Unterschied, ob Ihr Artikel gelesen wird oder nicht. Schlagzeilen müssen deshalb eingängig und

überzeugend genug sein, um für Suchmaschinen attraktiv zu sein und ein gutes Ranking zu bekommen.

4. Fügen Sie Ihrer Webseite immer wieder frischen Content hinzu mit Themen, die Bezug zu Ihrem Produkt oder Service haben. Ihre Website muss die notwendigen Keywords beinhalten.

Fallgruben beim Schreiben von Texten

Wenn Sie SEO Texte schreiben, müssen Sie immer an eines denken – Content ist König. Das bedeutet, Sie müssen den Content für die Menschen, die ihn lesen sollen, schreiben und nicht für die Web Crawler. Wenn Ihre Webseite schwachen Content aufweist, hat sie auf lange Sicht weniger Besucher, was Ihr Business beeinträchtigt.

Nachwort

Um sich im Internet-Marketing zu engagieren, benötigen Sie ein Portfolio von Methoden, die sicherstellen, dass Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung für Web-User sichtbar werden und bleiben. Dies ist das Hauptziel des Internet-Marketings. Sie wissen, dass Ihre Marketing schwach ist, wenn Ihre Website nicht genügend Verkehr bekommt.

Obwohl es zahlreiche Methoden gibt, die Sie nutzen können, sollten Sie sich am Anfang auf die Grundmethoden konzentrieren, bevor Sie auch weitere probieren. Seien Sie auch vorsichtig, keine Techniken zu verwenden, die von Suchmaschinen abgelehnt werden, um nicht sanktioniert oder auf die schwarze Liste gesetzt zu werden.

Weiterführende Infos

Traffic Tyrann

<http://www.traffic-tyrann.com/index.html>

Explosive Nischen

<http://www.ebook-thomas.com/nov2010/2/index.html>

Geheimnisse der Hypnose

<http://www.ebook-thomas.com/dez2010/3/index.html>

Insider Blogging

<http://www.ebook-thomas.com/dez2010/2/index.html>

Super Affiliate Plan

<http://www.ebook-thomas.com/nov2010/1/index.html>

Traffic GO!

<http://www.ebook-thomas.com/nov2010/4/index.html>

Viral Marketing Offenbart

<http://www.ebook-thomas.com/nov2010/3/index.html>

Die Phönizier
haben das Geld erfunden...

Aber warum so wenig?

www.nl.jeden-tag-reicher.com