



## Inhoud E-marketing

### **Hoofdstuk 1: E-marketing**

- wat is e-marketing
- ontwikkelingen
- waarom e-marketing?
- typen e-marketing
- een online marketingstrategie in enkele stappen
- een effectieve e-marketingstrategie

### **Hoofdstuk 2: Uw eigen website**

- een functionele en functionerende website
- de vormgeving van de website
- bruikbaarheid van de website
- functioneren van de website

### **Hoofdstuk 3: Zoeken en gevonden worden**

- zoeken op het internet
- zoekmachines
- de toekomst van het zoeken
- zoekmachinestrategie
- keywords en titels
- zoekmarketingcampagnes

### **Hoofdstuk 4: Adverteren**

- adverteren met banners
- adverteren bij zoekmachines
- adverteren in internetbedrijvengidsen
- lokaal online adverteren

### **Hoofdstuk 5: E-mailmarketing**

- voordelen en mogelijkheden
- e-mailmarketing stap-voor-stap
- de database

- het meten van resultaten
- responsemanagement

#### **Hoofdstuk 6: Affiliate marketing**

- affiliate marketing
- een affiliateprogramma invoeren
- kosten en opbrengsten

#### **Hoofdstuk 7: Virale marketing**

- virale marketing
- basiselementen
- aanbevelingen

#### **Hoofdstuk 8: Community marketing**

- community marketing
- virtuele community's
- basisvoorwaarden
- kiezen voor een community

#### **Hoofdstuk 9: Weblogs**

- de weblog
- een weblog starten
- blogs en marketing
- RSS

#### **Hoofdstuk 10: Een eigen online winkel**

- de status van het thuiswinkelen
- een verkoopsite opzetten
- bestellen en betalen via internet
- analyseren en bijsturen

#### **Hoofdstuk 11: Meten van resultaten**

- webanalytics
- meten is weten
- wat te meten?
- methoden en gereedschappen