

# Index

## A

About-Seite  
in einem Blog 284

Abschluss  
Verkaufsprozess 231

Accenture 223

AdWords 331

Alacra 104

AlacraBlog 105

AlacraWiki 140

Alexa 146

All Info About 319

Allison-Shane, Heidi M. 245

Amazon 55, 56  
Beispiel für gutes Web-Marketing 57

Amazon Associates Program 285

America's Car Show 320

Anderson, Chris 54

Ansprache  
der Medien 265

Anwendung  
in Facebook 316

AP Style Guide 114

Argov, Ben 77

Audio  
im Web 117

Audio-Content 293  
als Radiosendung 117

Audio-Datei 295

Audio-Feed  
per RSS 117

Audio-Tagging 296

Authentizität 38

Autoreparatur  
per Squidoo 319

Avatar 323

## B

B&H PhotoVideo 133

Badges 158

Batelle, John 153

Batterson, Mark 347

Bedürfnis  
des Kunden 74

Begleit-Blog  
eines Podcasts 297

Bekanntheitsgrad  
steigern 39

Beobachtung  
als Blogging-Funktion 94, 95

Best Practice  
für Online-Medienräume 251

Besucher  
mit Content beeinflussen 218

Blog 88, 201, 275  
About-Seite 284  
als alternative Informationsquelle  
93  
als Meinungsäußerung 91

Arbeitsweise 89

Begriff 88

beobachten 95

Design 282

Design mit Blogging-Software 282

die Angst überwinden 292

Einfluss 126

E-Mail-Adresse angeben 284

erforderliche Kenntnisse 88

Glaubwürdigkeit 93

Gruppenblog 89

Hype 275

Ideen verbreiten 85

kategorisieren 284

Kommentare 89, 97, 287

Kontaktmöglichkeit schaffen 284

Leserschaft 90

Metapher 91

mit Blogs führen 104

Mitarbeiter 101

Navigationshilfen 285

- Publikum aufbauen 286
- Reporter ansprechen 267
- Titel wählen 281
- Trackback-Funktion 283
- und Journalismus 91
- und Journalisten 90
- und Medienbeziehungen 268
- und Suchmaschinen 86
- und Tags 288
- und Unternehmens-Image 282
- Unternehmensblog 89
- URL 282
- Zusatzfunktionen 285
- Blog-Etikette 94
- Blogger 281
  - und Online-Medienräume 260
- Blogging 85, 275
  - bei McDonald's 103
  - Beispiel Adrian Neylan 290
  - Beispiel Griffiths, Grant D. 277
  - Beispiel Linas Simonis 291
  - Bekanntheitsgrad erhöhen 269
  - drei Funktionen 94
  - Ethik 278
  - Grundlagen 281
  - im Verlagsgeschäft 105
  - international 289
  - Richtlinien 102, 278
  - ROI 86
  - ungeschriebene Regeln 94
  - Worüber bloggen? 276
  - zu viele Themen 277
- Blogging-Funktion
  - Beobachtung 94, 95
  - Führung 94, 104
  - Teilnahme 94, 97
- Blogging-Software 281
  - Blog-Design 282
  - Kommentar-Funktionen 282
- Bloggingstimme 276
- Blogmitteilung 68
- Blogsphäre 87
  - beobachten 146
  - Ethik 279
- Blogpropaganda 69, 144
- Blogstimme 292
- Blogstrategie 101
- Blogsturm 129
- Blogsuchmaschine 96
- Blossom, John 269
- BMW
  - Vodcasting 303
- Boston Globe 95, 272
- Branding 77
- Broadcast-Spam 265, 270
- Browsen
  - als Interaktionsform 56
- Bucas, Gerard 340
- BuzzMachine 153
- Buzz-Marketing 144
- C**
  - Cablog 290
  - CastBlaster 295
  - Cervélo Cycles 51
  - Chapman, C.C. 324
  - Chung, Caleb 189
  - Cincom Expert Access 203
  - Cincom Systems 203
  - Cingular Wireless 261
  - Cities I've Visited 317
  - Ciulla, Vince 319
  - Clark, Brian 30
  - Clickthrough-Rate 331
  - ClickZ News Blog 153
  - Clip 45
  - Clip-Book 48
  - coBRANDiT 303
  - collectSPACE 135
  - Companion blog 297
  - comScore Media Metrix 307, 312
  - Concrete Network 58
  - Content 58, 71
    - Audio-Content 293
    - Bedeutung für den Erfolg 160
    - Beispiel NRDC 157
    - Beispiel Textron 162
    - Besucher beeinflussen 218
    - Blog 201
    - E-Book 198
    - E-Mail-Newsletter 199
    - erstellen 201
    - Expertise demonstrieren 74
    - Forschungsbericht 200
    - in Facebook 313
    - Kundenorientierung 74
    - Management 163
    - Marktbericht 200
    - mögliche Medien 224
    - Multimedia 159
    - Online-Medienraum 252
    - per RSS weitergeben 226

- Podcast 201
- Rolle bei einer Website 156
- und Verkaufsprozess 228
- Video-Content 201, 293
- Vlog 201
- Vodcast 201
- von Landing Pages 337
- wann liefern? 64
- Webinar 199
- Weitergabewert 225
- Whitepaper 197
- wiederverwenden 248
- Wiki 200
- zielgruppenspezifisch entwickeln
  - 187
- zielgruppenspezifischer
  - 75
- Content-Marketing 60
- Content-Marketing-Strategie 123
- Content-Szene 88
- Conversational Marketing 310
- copyblogger 30
- Costa Rica Expeditions 336
- Craigslist 93
- crayon 310, 324
- Cre8pc 70
- CRM 232
- CruiseCompete 244
- Customer Relationship Management
  - 231
- D**
- dbaDIRECT 239
- Deak, Steve 97
- Defren, Todd 247
- del.icio.us 246
- Delany, Colin 100
- Demopoulos, Ted 222
- Design
  - eines Blogs 282
- Designer-Species 189
- DIGG 246
- Digg 123
- Diggnation 124
- Digital Signage 340
- Direkt-PR 70
- Direktwerbung 40
- Disney 212
- Distribution
  - von News 240
  - von Podcasts 296
- Dow Jones 209
- Doyle, Walt 317
- DPR 131
- Draft Mark Warner 97
- Duct Tape Marketing 70
- E**
- E-Book 198
- Eclectic Mix Podcast 119
- ECNext 199
- EContent 43, 104, 351
- edmunds CARSPACE 39
- Einseitigkeit
  - von Werbebotschaften
    - 42
- Ein-Weg-Unterbrechung
  - 42, 64
- Eisenberg, Brian 67
- Eisenberg, Jeffrey 67
- Elmer Fudd 223
- E-Mail
  - als PR-Medium 43
- E-Mail-Adresse
  - im Blog angeben 284
- E-Mail-Newsletter 199
- Engadget 192
- Erfolg
  - abhängig von Kundenorientierung
    - 74
  - Gründe 70
  - messen 172
- Erfolgskriterium
  - für Long-Tail-Marketing 62
  - für Long-Tail-PR 62
- Ethical Guide for Bloggers 281
- Ethik
  - des Bloggings 278
  - in der Blogosphäre 279
  - Verhaltensnormen 280
- E-Zine 203
- F**
- Facebook 307, 312, 313
  - Marketing 313
  - PR 313
  - welchen Content? 313
- Facebook-Anwendung 316
- Facebook-Feed 314
- Facebook-Freund 313
- Facebook-Gruppe 314
- Facebook-Profil 314
- Factiva 209
- Fake-Videos 302

- Fallstudie  
 im Online-Medienraum 255  
 Fannick, Glenn 95  
 Feedback  
 auf Websites 225  
 im Web 213  
 FeedBlitz 286  
 FeedBurner 286  
 Financial Aid Podcast 298  
 Firefox 226  
 Flanagan, Jack 312  
 Follower  
 Twitter 309  
 Follow-up 340  
 Ford Bold Moves 302  
 Forschungsbericht 200  
 Forum 130  
 als Marketing-Instrument  
 135  
 Friend-Request 313  
 Friendster 307, 312  
 Führung  
 als Blogging-Funktion  
 94, 104  
 FutureNow 67  
 FutureNow-Blog 68
- G**  
 GAF 320  
 GarageBand 295  
 Garnsey, Sarah F. 162  
 Gatorade 185  
 Georg Kolb 326  
 Geschäftsziel 79  
 Gizmodo 269  
 Glaubwürdigkeit  
 von Blogs 93  
 Global Action Foundation 320  
 Gobbledygook Manifesto 213  
 Godin, Seth 41, 318  
 GoldenPalace.com 150  
 Goldstein, Steve 105, 140  
 Golf-Trainer 75  
 Google AdWords 331  
 Google News 44  
 Grehan, Mike 70  
 Grobe, Fritz 143  
 GrokDotCom 68  
 Grundlagen  
 des Bloggings 281  
 Gruppenblog 89  
 Guster 308
- H**  
 Healy, Pete 147  
 Helga  
 MySpace 308  
 Hennigan, Brian 239  
 Hesse, Thomas 128  
 Hinerfeld, Daniel 158  
 Hosting  
 von Podcasts 296  
 Howe, Peter J. 272  
 Howell, Mark 196  
 Hunt, Bill 332  
 Huyse, Kami Watson 326  
 Hype 77
- I**  
 IAOC 109  
 Image  
 einer Website 223  
 Influentials 70  
 Informationsquelle  
 Blog als I. 93  
 Instrument 71  
 Interaktion  
 browsen 56  
 mit Web-Content 56  
 suchen 56  
 International Association of Online Com-  
 municators 109  
 Internet  
 und Public Relations 46  
 iPod 118  
 Podcast 118  
 iRiver 295  
 iTunes 55, 118
- J**  
 Jarvis, Jeff 153  
 Johnson, Steve 203  
 Journalismus 91  
 Journalist  
 Online-Medienraum  
 249  
 und Blogs 90  
 Journalisten  
 Wie erreichen? 267
- K**  
 Kategorie  
 für Blog wählen 284  
 Kauderwelsch 207  
 Analyse 208

- Kaufprozess
    - und Web-Content 217
  - Kawasaki, Guy 301
  - Keyword 114
  - Kirche
    - als Anwendungsbeispiel 346
    - Web-Marketing 347
  - KitchenArts 304
  - Klickbetrug 151
  - Knowledge Storm 198
  - Kommentar
    - in Blogging-Software 282
    - in Blogs 89
    - in den Blogs 287
  - Kommentar-Roboter 283
  - Kommentar-Spam 283
  - Kommunikation
    - im Web 213
    - mit Reportern 272
  - Kontakt
    - in einem Blog anbieten 284
  - Konvergenz
    - von Marketing and PR 64
  - Kunde
    - als Mittelpunkt aller Anstrengungen 169
    - Interaktion mit anderen Kunden 225
    - Lernstil 222
    - Medienpräferenz 222
    - News Release ansprechen 237
    - seine Sprache sprechen 181
    - wie ansprechen? 207
  - Kundenansprache
    - direkt im Web 49
    - Kauderwelsch 207
  - Kundenorientierung
    - Beispiel Pedersen 74
    - des Contents 74
    - Erfolgsgrundlage 74
  - Kunden-Persona 73, 174, 207
    - Beispiel 178
    - Beispiel NYPL 221
    - und Web-Marketing 180
    - wie entwickeln? 176
  - Kunden-Persona-Profil 175
  - Kudentypologie 73
- L**
- Landeseite 56
  - Landing Page 56, 336
    - beim Web-Marketing 337
    - für News Release 243
  - Richtlinien 338
    - und Content 337
    - wirksamer Text 338
  - Langert, Bob 103
  - Le Cache Premium Wine Cabinets 78
  - Leader 77
  - Leads
    - Follow-up 340
    - generieren 340
  - Lens 319
  - Lensmaster 319
  - Lernen
    - und Social Networking 316
  - Lernstil 222
  - Leser
    - von Blogs 90
  - Lethal Sound 158
  - Liberated Syndication 296
  - Lifetogether 196
  - Linden-Dollar 323
  - Link
    - in News Releases 242
  - Listserver
    - als Marketing-Instrument 138
  - Little Green Footballs 92
  - Long Tail 278
    - des Suchens 333
    - Marketing 54
    - PR 61
  - Long-Tail-Marketing 55
    - Erfolgskriterien 62
  - Long-Tail-PR
    - Erfolgskriterien 62
  - Lyon, Mark 129
- M**
- Mack, Owen 303
  - Markenartikler 77
  - Markenpolitik
    - im Web 148
  - Marketing
    - alte Regeln 43
    - Content-Marketing 60
    - Conversational Marketing 310
    - die neuen Regeln 63
    - in Facebook 313
    - in Second Life 323
    - Konvergenz mit PR 64
    - Long Tail 54
    - Long-Tail-Marketing 55

- mit Social Networking 321
  - mit Squidoo 318
  - nach dem Open-Source-Modell 231
  - Negativbeispiel 37
  - per Podcasts 299
  - per Twitter 310
  - per Video 300
  - über Foren 135
  - über Listserver 138
  - über Wikis 138
  - Umdenken schwierig 50
  - und Kundendienst 299
  - und Unternehmensziele 173
  - virales 143
  - Ziele 173
  - Marketing-Instrument 38
    - Podcasting 122
  - Marketing-Kampagne
    - offline 344
    - online 344
  - Marketing-Mix
    - Podcasting 123
  - Marketing-Plan
    - Beharrlichkeit 193
    - Beispiel Pleo 189
    - Botschaft entwickeln 185
    - Content entwickeln 187
    - erstellen 169
    - Kunden-Persona 174
    - Kunden-Persona-Profil 175
    - Terminologie des Marktes 181
    - Unternehmensziele 171
  - Markt
    - mit Wissen anreichern 61
    - spezielle Terminologie 184
  - Marktbericht 200
  - Massenmarkt 40
  - Massenprodukt
    - Werbung 41
  - Mauspropaganda 349
  - McDonald's 103
    - Bloggig 103
  - Medien
    - ansprechen 270
    - Bedeutung 46
    - gezielt ansprechen 270
    - Legitimität 270
    - und PR 43
    - wie ansprechen? 265
  - Medienbeziehung
    - und Blogs 268
  - Medienmessung 95
  - Medienpräferenz 222
  - Medienraum 249
  - Meinungsmacher 70
  - Memogate 91
  - Mentos 146
  - Metapher
    - für Blogs 91
    - Web-als-Stadt 91
  - Meta-Tag 289
  - Michael A. Stelzner 197
  - Microtarget 174
  - Mikroblogging 309
  - Mikrokampagne 58
  - Mikromarkt 56
  - Mikropublikation 62
  - Mikropublikum 227
  - Mikrosite 56
  - Mikroziel 174
  - Mockumentaries 302
  - Monty, Scott 310
  - Moonah, Jay 120
  - Moran, Mike 332
  - Multimedia 159
  - Multimedia-Content
    - Online-Medienraum 256
  - Mundpropaganda 349
  - Musik
    - Beispiel für Podcasting 119
  - My Pleo 192
  - My PR Pro 326
  - MySpace 307, 308, 312
    - Helga 308
    - Volkswagen 308
- N**
- Nachrichten
    - viral verbreiten 151
  - Nachrichtenbüro 326
  - Name
    - eines Produkts wählen 334
    - eines Unternehmens wählen 334
  - NASCAR Dads 174
  - National Community Church 347
  - Natural Resources Defense Council 157
  - Navigation
    - Online-Medienraum 254
  - Negativbeispiel 37
  - Netix 55, 227
  - New York Public Library 220
  - News Release 110
    - Bedeutung von Links 242
    - Beispiel CruiseCompete 244

- Beispiel WebEx 113
- Distributionsservices 240
- Kunden ansprechen 237
- Kunden direkt ansprechen 110
- mit Landing Page verlinken 243
- mit Website koordinieren 242
- Ranking 243
- Regeln 110, 237
- RSS-Feeds 241
- Sprache 243
- Suchmaschinen 250
- und Social-Media-Tags 246
- welcher Inhalt? 247
- Wie veröffentlichen? 240
- NewsGator 226
- News-Release-Strategie 238
- Newstex 269
- Neylan, Adrian 290
- Nikonians 131
- Nirell, Lisa 203
- Nische
  - bei Suchmaschinen schaffen 334
- Nischenprodukt
  - Werbung 41
- Nischenzielgruppe 72
- NRDC 157
- Numa Numa Dance 145
- NYPL 220
- O**
- Offenlegung 280
- Online Lense 319
- Online News Service 240
- Online-Forum 130
- Online-Marketing 67
  - Kanäle 155
- Online-Media-Kit 254
- Online-Medienraum 249, 264
  - Bedarfsanalyse 252
  - Beispiel Cingular Wireless 261
  - Best Practices 251
  - Besucher 249
  - Blogger als Zielgruppe 260
  - Content 252
  - Events erwähnen 258
  - Fallstudien 255
  - geeignete Sprache 260
  - Handlungsaufforderungen 259
  - Hintergrundinformationen 254
  - international agieren 257
  - Journalisten 254
  - Multimedia-Content 256
  - Navigation 254
  - RSS-Feeds 263
  - Suchmaschinen 251
  - Wie wird gesucht? 253
  - Wissen des Ansprechpartners 258
- Online-Orte 125
- Online-Präsenz 318
- Online-Reputation 81
- Online-Seminar 199
- Online-Video-Kanal 302
- ooVoo 314
- Open-Source
  - Marketing 231
- Outsell 151
- Owen, Clay 261
- P**
- paidContent.org 153
- Pasick, Adam 326
- Pearlman, Robert 135
- Pedersen, Mike 74
- Penn, Christopher S. 298
- Perform Better Golf 75
- Permission Marketing 319
- Persona 73
- Persönlichkeit
  - einer Website 223
- Persuasion-Architecture 67
- Peterson, Jim 59
- Player 46
- Pleo 189
- Pleo Toy Dinosaur 192
- PleoBot 192
- Podcast 201, 293
  - Audio-Dateien 295
  - Audio-Tagging 296
  - Begleit-Blog 297
  - Beispiel: Student Loan Network 297
  - Distribution 296
  - Hosting 296
  - Marketing 299
  - Postproduction 296
  - Promotion 296
  - Skript entwickeln 294
  - Sound-Qualität 294
  - vorbereiten 294
  - wie anfangen? 294
- Podcast-Blog 297
- Podcasting 293
  - als Marketing-Instrument 122
  - Begriff 118
  - Beispiel Musik 119

- Einfluss auf Musikgeschäft 120
  - im Marketing-Mix 123
  - Social Networking 121
  - und iPod 118
  - Unterschied zum Rundfunk 118
  - wie aufziehen? 122
  - Podcasting-Software 295
  - Posner, Henry 133, 134
  - Postproduction 296
  - PowerLine 92
  - PR
    - alte Regeln 48
    - Clip als Ziel 45
    - Definition 109
    - die neuen Regeln 63
    - Direkt-PR 70
    - Exklusivität 45
    - in Facebook 313
    - Konvergenz mit Marketing 64
    - Long Tail 61
    - mit Squidoo 318
    - Negativbeispiel 37
    - per Twitter 310
    - Pressemitteilung 48
    - Umdenken schwierig 50
    - und die Medien 43
    - und Spam 265, 266
    - und Unternehmensziele 173
    - Ziel 45
    - Ziele 173
  - PR Newswire 252
  - PR per E-Mail 43
    - Mängel 44
  - Pragmatic Marketing 204
  - PR-Arbeit 46
  - Pratley, Chris 19
  - Press, Skip 203
  - Presse 107
  - Presse-Kit 254
  - Pressemitteilung 47, 107
    - Empfänger 107
    - News Release 110
    - PR 48
  - Presseraum 249
  - Presseseite 249
  - Privatsphäre 280
  - PRNewswire 113
  - Problem
    - des Kunden 74
  - Problemorientierung 221
  - Produktname 334
  - Promotion
    - von Podcasts 296
  - PR-Plan
    - erstellen 169
  - PRSA 108
  - PRWeb 68
  - Public Relations Siehe PR
  - Public Relations Society of America 108
  - Publishing 2020 29
- Q**
- Quellennachweis 280
  - Quigley, Stephen 315
- R**
- Rambeau, Dee 251
  - Ranking
    - von News Releases 243
  - Rathergate 92
  - Ratliff, Eddie 97
  - Really Simple Syndication 31, 226
  - Regeln
    - alte Regeln der PR 48
    - alte Regeln des Marketings 43
    - die neuen Regeln für Marketing und PR 63
    - Einstieg in die Umsetzung 345
    - für jedermann geeignet 346
    - für Landing Pages 338
    - für Medienbeziehungen 267
    - für News Releases 110, 237
    - Implementierung 343
  - Reid Elsevier 105
  - Reis, Al 203
  - Reporter
    - gezielt ansprechen 270
    - Kommunikation 272
    - Wie erreichen? 267
  - Reputationsmanagement 95
  - Resident 323
  - Reuters 326
  - Revella, Adele 177
  - Richard, Chuck 152
  - Richtlinien
    - für das Blogging 102, 278
  - Robert Scoble 30
  - Roberts, John 231
  - Robertson, Philip 314
  - ROI
    - Blogging 86

- Rolling Stone 46
- Rose, Kevin 124
- RSS 31, 226
  - Audio-Feeds 117
  - Beispiel Netix 227
  - für News Releases 241
- RSS-Feed
  - Beispiel Intel 264
  - Online-Medienraum 263
- Rubel, Steve 108
- Rundfunk
  - Unterschied zu Podcasting 118
- Russinovich, Mark 126
  
- S**
- Scala, Inc. 340
- Schlechte Schreibe 209
- Schlüsselwort 114
  - Suchmaschinenoptimierung 114
- Schmidt, Dave 214
- Schreibe
  - schlechte 209
  - wirksame 212
- Schwartz, Jonathan 19
- Schwartz, Larry 269
- Search Engine Advertising 331
- Search Engine Marketing 330
- Search Engine Optimization 330
- Search Engine Roundtable 69
- Search Engine Watch 153, 332
- Search Marketing 331
- Searchblog 153
- Second Life 323, 326
  - Avatar 323
  - Linden-Dollar 323
  - Marketing 323
  - Nachrichtenbüro 326
  - Resident 323
  - Reuters 326
  - teilnehmende Unternehmen 325
- Security Moms 174
- SEO 330
- Sethi, Ramit 200
- Shel Israel 30
- SHIFT Communications 191, 247
- Shore Communications 269
- Simonis, Linas 291
- Skript
  - für Podcast entwickeln 294
- Slashdot 127
- Smirnoff 301
- Smith, Colin 113
- Smyth, George L. 119
- Social-Media-Tag
  - und News Releases 246
- Social Bookmarking 123
- Social Media
  - Template für News Releases 247
- Social Networking 307
  - beim Lernen 316
  - Podcasting 121
  - Seiten optimieren 321
  - verschiedene Zielgruppen 312
- Social-Networking
  - soziale Funktion 311
- Solomon, Lisa 138
- Solosez 138
- Sony BMG 126
- Sony Suit Blog 129
- Sound-Qualität 294
- Spam 284
  - PR als Spam 265
- Sprache
  - von News Releases 243
- Sprache des Kunden 181
- Squidoo
  - Autoreparaturen 319
  - Marketing 318
  - PR 318
- Squidoo-Lens 158
- Squires, Mark 78
- Starbucks 169
- Strategie
  - wie implementieren? 77
- Student Loan Network 297
- Suchbegriff
  - optimieren 333
- Suchen
  - als Interaktionsform 56
  - Long Tail 333
- Suchmaschine
  - als Traffic-Generator 75
  - Blogsuchmaschine 96
  - Online-Medienraum 251
  - Ranking von Blogs 287
  - und Blogs 86
- Suchmaschinen-Marketing 329, 330
  - bei Cervélo 53
  - Beispiel Scala 340
- Suchmaschinen-Nische 334

Suchmaschinen-Optimierung 330, 331,  
332  
  Beispiel Reise 333  
Suchmaschinenoptimierung  
  Schlüsselwort 114  
Suchmaschinen-Werbung 331  
SugarCRM 231  
SugarForge 232  
SugarWiki 233  
Sullivan, Danny 153

**T**

Tagging-Funktion 289  
Tagline 281  
Tags  
  in Blogs verwenden 288  
Teapartay-Video 301  
Technorati 96, 246, 278, 289  
TechTarget 198  
Teilnahme  
  als Blogging-Funktion 94, 97  
Telos Systems 295  
Terminologie  
  des Marktes 184  
Text  
  für Landing Page 338  
Text100 325  
Textmining 95  
Textron 162  
The Fuel Team 251, 252  
The Long Tail 54  
The M Show 294  
TheaterChurch.com 347  
TheEdge 28  
Thomson 105  
Thought Leader 81  
  externe Personen 203  
Thought Leadership 196, 202  
  Content-Arten 197  
Titel  
  eines Blogs 281  
Today Show 46  
Trackback 283  
  bei Blogs 283  
Traffic  
  mit Suchmaschinen generieren 75  
Transparenz 280  
TV-Commercial 72  
TV-Industriekomplex 41  
Tweet 309  
Tweeten 309  
TweetUps 311

Twitter 309  
  Follower 309  
  Marketing 310  
  PR 310  
Twitter-Feed 309, 310  
TypePad 281  
  internationale Services 290

**U**

uLocate Communications 317  
Uncle Seth 120  
Ungeschriebene Regeln 94  
Unterbrechung  
  als Haupttechnik der Werbung  
  41  
Unterbrechungs-Werbung 329  
Unternehmen  
  Bekanntheit steigern 39  
  in Second Life 325  
  Ziele formulieren 171  
Unternehmensblog 89  
Unternehmensname 334  
URL  
  für ein Blog 282

**V**

Values in Practice 103  
Verkaufsprozess  
  Abschluss 231  
  und Content 228  
Verlagsgeschäft 105  
Verleger  
  als Modell 77  
Video 293  
  Vermarktungsformen  
  301  
Video-Blogging 302  
Video-Content 201, 293  
Video-Sharing-Webseite 301  
Viral informieren 151  
Virale Effekte  
  erzeugen 149  
Virale Kampagne 144  
Virales Marketing 115, 143, 302  
Vlog 201  
Vlogging 302  
Vodcast 201  
Vodcasting 303  
  BMW 303  
Volkswagen  
  auf MySpace 308  
Voltz, Stephen 143

- Vorbereitung
  - eines Podcasts 294
- Vortex Racing 52
- Vroomen, Gerard 51
- W**
- Wahrheit 280
- Wall Street Journal 46, 71
- Wall, John J. 294
- Web
  - als Ort von Mikromärkten 56
  - Bekanntheit schaffen 49
  - direkte Kundenansprache 49
  - Feedback 213
  - Kommunikation 213
  - Markenpolitik 148
  - Marketing-Regeln 43
  - PR-Regeln 45
  - PR-Strategie 48
- Web Ink Now 285
- Web-als-Stadt 93
  - Metapher für das Blogging 91
- Web-Content
  - Kaufprozess 217
  - mögliche Interaktion 56
- Weber Nation Website 302
- WebEx 112
  - Beispiel für News Releases 113
  - Web-Meeting 115
- WebEx Application Suite 113
- Webinar 199
- Weblog Siehe
  - Blog
- Web-Marketing
  - Amazon als gutes Beispiel 57
  - Bedeutung von RSS 226
  - bei Cervélo 53
  - Beispiel Ben Argov 77
  - Betonverkauf als Beispiel 58
  - Content 71
  - für eine Kirche 347
  - geeignete Produkte 58
  - Instrumente 71
  - und Kunden-Persona 180
  - und Landing Pages 337
  - Ziele 79
- Webmaster 156
- Web-Meeting 115
- Website
  - attraktives Design 218
  - Besucher-Erwartungen 250
  - Erfolg messen 172
  - Erstellung 155
  - Erstellung als Kunst 164
  - Feedback-Möglichkeiten 225
  - Image 223
  - Kriterien für Großartigkeit 164
  - Kundeninteraktion 225
  - Kundenorientierung 221
  - mit News Release koordinieren 242
  - Persönlichkeit 223
  - Rolle des Contents 156
- Weil, Debbie 276
- Weitergabewert
  - von Content 225
- Werbebotschaft
  - Einseitigkeit 42
- Werbemethode
  - traditionelle 40
- Werbung 43
  - für einen Massenmarkt 40
  - Massenprodukte 41
  - Nischenprodukte 41
  - traditionelle 40
  - Unterbrechung als Haupttechnik 41
- Whitepaper 197
- Wiki 138, 200
  - als Marketing-Instrument 138
- Wikipedia 138
- Wilson, Steve 104
- Wine Storage 77
- Wirksame Schreibe 212
- Word of Mouth Marketing Association
  - 281
- WordPress 281
- X**
- Xanga 307, 312
- Y**
- Yahoo! Search Marketing 331
- YouTube 301
- Yoyodyne 318
- Z**
- Ziel
  - Bedeutung von Zielen 79
  - Unternehmensziele formulieren 171
- Zielgruppe 170
  - Bedeutung 77
  - bilden 219
  - Kenntnis erforderlich 74
  - wählen 72
- Zielgruppenspezifischer Content 75