

Inhalt

KOMMERZIELLE SUCHDIENSTE: ZUNEHMENDE VERDIENSTMÖGLICHKEITEN FÜR ONLINE PUBLISHERS	3
Werbetreibende entdecken den Wert von Suchmaschinenmarketing	4
Formen kommerzieller Suchdienste	4
Überblick über die größten Suchdienstanbieter in den USA	7
Online Publishers als Paid Search - Partner	9
Einkommenspotenzial für Online-Publisher: Tendenz steigend	9
Wer partnert mit wem?	9
Einbau der Suchdienste in Websites	10
Kommerzielle Suchen - Betonung muss auf Relevanz und „Suchen“ liegen	12
 BRANCHENVEREINIGUNGEN - EFFEKTIVE FÜRSPRECHER FÜR NEW MEDIA	12
Erfolgselemente der Branchenvereinigungen	13
Interactive Advertising Bureau (IAB)	14
Online Publishers Association (OPA)	16
New Media Federation der Newspaper Association of America (NAA)	17