



eMBIS

MIT UNS BEHALTEN SIE DEN ÜBERBLICK

Seminarbeschreibung:



Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Suchmaschinenmarketing (SEM) für Nichttechniker

Wie funktionieren Suchmaschinen? Wie suchen User im Web? Wie beeinflussen Sie Ihre Position bei Google & Co? Holen Sie sich die Top-Position für Ihr Unternehmen!

SEMINARBESCHREIBUNG

Das Internet hat ein großes Marketing-Potenzial. Doch was nützt das beste Angebot, wenn es nicht gefunden wird?

Im Online-Marketing-Umfeld spielen vor allem Suchmaschinen eine wesentliche Rolle. Nur ein optimales Zusammenspiel zwischen Suchmaschinenoptimierung und Suchmaschinenmarketing garantiert **Top-Platzierungen bei den von Ihnen gewünschten Suchbegriffen**, und kann so die Grundlage einer erfolgreichen Online-Marketing-Strategie sein.

Oft wird die Optimierung und das Marketing in die Hände externer Dienstleister (z.B. Online-Agenturen) gegeben. Die **Kontrolle der einzelnen Optimierungsmaßnahmen** gestaltet sich oft schwierig und sehr komplex.

In diesem Intensiv-Seminar verschaffen Sie sich ein fundiertes Basiswissen über die einzelnen Komponenten der Suchmaschinenoptimierung (SEO) und des Suchmaschinenmarketings (SEM). Sie lernen, wie Sie eigenständig Optimierungsmaßnahmen planen, kontrollieren bzw. durchführen und wie Sie die Leistung einer Online-Agentur beurteilen und bewerten können.

Alle Instrumente werden anschaulich und praxisnah vorgestellt. Durch das Arbeiten mit individuellen Checklisten erreichen wir einen maximalen Praxisbezug für Ihr Unternehmen.

SEMINARZIELE

- Sie werden die einzelnen Komponenten der Suchmaschinenoptimierung und des Suchmaschinenmarketings ganzheitlich verstehen.
- Sie werden Suchmaschinenoptimierungs- und Suchmaschinenmarketing-Maßnahmen planen, einleiten, umsetzen und überwachen können.
- Sie werden in der Lage sein, die Leistungen externer Dienstleister beurteilen zu können und im Gespräch mit „Technikern“ Ihre Erwartungen klar und kompetent zu formulieren.
- Sie werden Werkzeuge und Tools kennen lernen, die Ihnen bei der praktischen Umsetzung helfen.

TRAINER

Das Seminar wird von **Markus Bockhorni** oder **Saban Dasgin** durchgeführt.

Markus Bockhorni verfügt über eine langjährige Erfahrung im Bereich Webdesign und Online-Marketing. Als aktiver Berater und ausgebildeter Trainer begeistert er Teilnehmer der unterschiedlichsten Branchen durch einen hohen Praxisbezug.

Saban Dasgin, Geschäftsführer der Online-Marketing-Agentur „TRENDOMEDIA“, verfügt über fundierte Erfahrung im Affiliate-, Suchmaschinen- und Online-Marketing. Er betreut Projekte unterschiedlichster Branchen und Größen, so dass Sie sich auf ein praxisorientiertes Seminar freuen dürfen.



TEILNEHMER

- Marketingverantwortliche, Mitarbeiter Werbung und Vertrieb, Geschäftsführer, Projektleiter, Agenturen.
- Spezielle Voraussetzungen oder technisches Know-how der Teilnehmer werden nicht benötigt.
- max. 12 Teilnehmer

TERMINE / SEMINARZEITEN

- | | | | |
|------------------|------------|------------------|------------|
| • 12.-13.03.2012 | Hannover | • 23.-24.07.2012 | München |
| • 29.-30.03.2012 | München | • 17.-18.09.2012 | Hamburg |
| • 19.-20.04.2012 | Berlin | • 29.-30.10.2012 | Düsseldorf |
| • 14.-15.05.2012 | München | • 29.-30.11.2012 | München |
| • 25.-26.06.2012 | Düsseldorf | • 13.-14.12.2012 | Berlin |
- 1. Tag 10:00 – 17:00 Uhr, 2. Tag 9:00 – 16:00 Uhr

KOSTEN

- 880.- € / Teilnehmer
(inkl. Verpflegung und Unterlagen)

Grundlagen zur Architektur und Funktion von Suchmaschinen

- Wie kommen Inhalte/Webseiten ins Internet?
- Wie beschaffen sich Suchmaschinen ihr Wissen?
- Gewichtung und Relevanz der Ergebnislisten

Suchmaschinenoptimierung – SEO (Search Engine Optimization)

- technisches Grundverständnis als Basis für eine erfolgreiche Suchmaschinenoptimierung
- Suchmaschinenrelevante Einträge und Bereiche einer Webseite
- Wie suchen die Suchenden? (Keywords und Suchbegriffe)
- Bestandsaufnahme: Ist-Analyse für Ihre Unternehmens-Website

OnPage-Optimierung (Maßnahmen in direktem Zusammenhang mit Ihrer Webseite)

- Zielgruppen und Zielsetzungen
- Suchbegriffe (Keywords) analysieren und richtig auswählen
- keywordoptimierte Texte für Menschen und Suchmaschinen schreiben
- Bilder, Flash und Videos sinnvoll einsetzen und gestalten
- Navigation und interne Verlinkung optimieren
- Besonderheiten bei Datenbanken und Content-Management-Systemen
- technische Hindernisse umgehen bzw. vermeiden
- *Unterstützende Werkzeuge und Tools / Checkliste für Ihre Unternehmens-Website*

OffPage-Optimierung (Maßnahmen, die über die Inhalte Ihrer Webseite hinausgehen)

- Links (Empfehlungen) von anderen Web-Seiten generieren
- Links eigenständig aufbauen, kontrollieren und verwalten
- Qualitätskriterien potenzieller Linkpartner
- Das PageRank- und TrustRank-Konzept von Google
- Social Media & Web 2.0 aktiv nutzen: Blogs, Social Bookmarks, Communities, usw.
- *Unterstützende Werkzeuge und Tools / Checkliste für Ihre Unternehmens-Website*

Suchmaschinen-Analyse der eigenen Unternehmens-Webseite

- zielorientierte Webseiten-Analyse
- Suchmaschinenoptimierung für den kompletten Internetauftritt
- Suchmaschinenoptimierung für einzelne Webseiten
- externe Dienstleister: Vor- und Nachteile

Usability – Bedienerfreundlichkeit als Opfer der Suchmaschinenoptimierung

- Text-, Navigations- und Bild-Elemente für Menschen und Suchmaschinen gestalten

Suchmaschinenoptimierung im Wandel

- Google News, Videos, Bilder, Maps, usw.
- Auswirkungen von Social Media (z.B. „Likes“ und Empfehlungen) auf das Ranking

Landing Pages

- SEO Landing Pages vs. SEA Landing Pages

Suchmaschinenmarketing – SEA (Search Engine Advertising)

- wichtige Grundbegriffe und Abkürzungen aus dem Bereich Suchmaschinenmarketing
- das Prinzip bezahlter Werbung bei Suchmaschinen
- Auswahl der richtigen Suchmaschinen und Plattformen

Kampagnen und Ziele professionell planen, budgetieren und strukturieren

- Aufbau und Verwaltung eines Kontos – sinnvolle Strukturierungen und Strategien
- Kostenparameter, Budgetierung und Kostenkontrolle
- Kampagnenziele festlegen und zielgerichtet umsetzen
- mehr Besucher auf Ihrer Seite, mehr Kunden (Conversionen) generieren, ROI erhöhen
- Branding, Abverkauf, Aktionen, usw.
- kurzfristige Ziele umsetzen und/oder langfristige Strategien planen

Professionelle Keyword-Recherche

- Suchverhalten der User
- Tools zur professionellen Keyword-Recherche
- sinnvolle Suchbegriffe kombinieren oder ausschließen
- Kostenoptimierung durch gezieltes Festlegen von Keywordoptionen

Anzeigentexte sinnvoll gestalten und formulieren

- optimal texten und Kunden gezielt ansprechen
- Anzeigenerfolge vergleichen und auswerten
- häufige Fehler und Wege, diese zu vermeiden
- mit „dynamischen“ Keywords arbeiten

Anzeigenerweiterungen

- mehr Aufmerksamkeit und Nutzen für den User durch den gezielten Einsatz von Anzeigenerweiterungen
- Standorterweiterungen, Anruferweiterungen, Anzeigen-Sitelinks, Produkterweiterungen, Profilerweiterungen

Erfolgreiche Zielseiten (Landing Pages) und Erfolgskontrolle

- optimale Gestaltung von Landing Pages
- Erfolgsanalyse durch Conversion Tracking
- A/B-Tests

Qualitätsfaktor – Kosten senken und trotzdem Ranking erhöhen

- Was ist der Google-Qualitätsfaktor und welche Auswirkungen hat er?
- Qualitätsmerkmale gezielt zur Optimierung nutzen

Auswertungen und Statistiken von SEO- und SEA-Kampagnen

- die wichtigsten Eckpunkte einer korrekten Auswertung von Statistiken in Bezug auf Suchmaschinenmarketing
- Wettbewerbsanalyse
- Werkzeuge, Tools und Statistik-Dienstleister

