



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-Potential. Doch was nützt das beste Angebot, wenn es niemand findet?

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 Herrn Markus Bockhorni durchgeführt. Der Trainer verfügt über eine langjährige Erfahrung im Bereich Webdesign, Suchmaschinenoptimierung und Online-Marketing. Consultingleistungen sowie der Betrieb eigener Internetportale gehören ebenfalls zu seinen Tätigkeitsfeldern, so dass Sie sicher sein können, ein praxisorientiertes Seminar erleben zu 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

- 16.-17.09.2010 Berlin
 - 25.-26.10.2010 München
 - 18.-19.11.2010 München
 - 20.-21.12.2010 Hannover
- 1. Tag 10 - 17 Uhr, 2. Tag 9 - 16 Uhr

KOSTEN

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

Erster Seminartag:

Grundlagen zur Architektur und Funktion von Suchmaschinen

- Suchmaschinen und Verzeichnisse
- 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 Web-Seite)

- Zielgruppen und Zielsetzungen
- Suchbegriffe (Keywords) analysieren und richtig auswählen
- Keyword-optimierte Texte für Menschen und Suchmaschinen schreiben
- Bilder, Flash und Videos sinnvoll einsetzen und gestalten
- Navigation und interne Verlinkung optimieren
- Wettbewerbsanalyse
- 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 Web-Seite hinausgehen)

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

Suchmaschinenoptimierung im Wandel

- Google News, Videos, Bilder, Maps, usw.

Suchmaschinen-Analyse der eigenen Unternehmens-Website

- Zielorientierte Website-Analyse
- Suchmaschinenoptimierung für den kompletten Internetauftritt
- Suchmaschinenoptimierung für einzelne Webseiten
- Externe Dienstleister: Vor- und Nachteile

Usability - Bedienerfreundlichkeit als Opfer der Suchmaschinenoptimierung

- Häufige Fehler und Wege, diese zu vermeiden
- Usability Check - Ihre Website auf dem Prüfstand

Zweiter Seminartag:

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

Erfolgreiche Zielseiten (Landing-Pages) und Erfolgskontrolle

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

Kampagnen-Optimierung aus Kostensicht

- Kampagnenkosten zielgerichtet optimieren
- Qualitätsfaktor optimieren

Vorteile und Grenzen des Suchmaschinenmarketings

- Potenzielle Kunden direkt ansprechen
- Hohe Flexibilität bei voller Kostenkontrolle, ohne Medienbruch
- Grenzen von bezahlten Anzeigen bei Suchmaschinen

Auswertungen und Statistiken von SEO- und SEA-Kampagnen

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

