



2-Tages-Seminar:

## **SEO Intensiv Seminar – nachhaltige Suchmaschinenoptimierung für Marketingverantwortliche**

**Erfahren Sie in 2 Tagen alles, was Sie über SEO wissen müssen und lernen Sie in dieser Weiterbildung mit Praxisbezug, auf was es bei der professionellen Suchmaschinenoptimierung jetzt und in Zukunft ankommt – egal, ob Sie selbst optimieren oder eine Agentur steuern: Klassische SEO, aktuelle Trends und KI-gestützte Prozesse sowie zukünftige Maßnahmen, wenn Googles KI-gestützte Suchergebnisse auf Deutsch eingeführt werden. Alles aus erster Hand.**

## Seminarbeschreibung

In unserer SEO-Schulung lernen Sie Best Practises und **aktuelle Trends 2024** kennen. Die Schulung richtet sich an Einsteiger und erfahrenere Marketing Manager.

Sie erfahren im SEO-Seminar, warum die klassische Bildoptimierung, Linkbuilding und einfache SEO-Texte überholt sind und worauf bei neuen Trends wie dem Einsatz von Künstlicher Intelligenz zu achten ist. Mit **zahlreichen Beispielen** und **Live-Analysen** der Teilnehmer-Websites wird nutzerzentrierte SEO erläutert. Sie lernen SEO-Risiken zu identifizieren und Chancen zu nutzen.

Unser Trainer Severin Lucks erklärt Ihnen zunächst die **Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung** und deren Verzahnung mit anderen Marketing-Maßnahmen wie Social Media Marketing. Dazu wirft er mit Ihnen einen Blick über den Tellerrand bzw. über den Ozean auf die Search Generative Experience von Google, kurz: SGE, welche bereits in USA ausgerollt wird und mithilfe von KI Antworten in den Suchergebnissen liefert.

Anschließend taucht er mit Ihnen tief ein in die Welt der fortgeschrittenen Search Experience Optimization – die modernere, anspruchsvollere und stärker auf Menschen fokussierte Form der Suchmaschinenoptimierung. Dazu erläutert Ihr SEO-Trainer in chronologischer Reihenfolge den SEO-Prozess:

1. Bei der **Ist-Analyse** bzw. dem SEO-Audit lernen Sie mithilfe der Google Search Console die aktuellen Rankings zu messen und die Indexierung Ihrer Website zu prüfen. Dabei erklärt er Ihnen verständlich für Nicht-Programmierer die technische SEO zu interpretieren.
2. Anschließend zeigt Ihnen Ihr SEO-Trainer die Keyword-Recherche und Suchintensionsbasierte **Website-Konzeption** bzw. auf was es bei Ihrer SEO-Strategie ankommt: Dazu lernen Sie die Struktur Ihrer Website, Layouts und Redaktion zu planen. Hierbei kommen diverse externe SEO-Tools zum Einsatz, welche u. a. mit Hilfe von Google's KI Gemini Chancen identifizieren und Keyword-Sets entwickeln können.
3. Bei der **Onpage-Optimierung** lernen Sie anhand unterschiedlicher Praxisbeispiele, Ihre Texte, Bilder und Videos mithilfe von KI wie ChatGPT und klassischer SEO-Tools auf das jeweilige Keyword zu optimieren. Selbstverständlich lernen Sie hierbei auch die Optimierung von Metadaten und den Einsatz von Strukturierten Daten kennen, um durch Rich Snippets in den Suchergebnissen hervorstechen. Durch PageSpeed-Optimierung und „Web Vitals“ lernen Sie Maßnahmen zur Verbesserung der Nutzerfreundlichkeit bzw. „User Signals“ kennen, die 2024 mindestens so wichtig sind , wie Backlinks.
4. Zu guter Letzt lernen Sie zur **Offpage-SEO** modernen Reputationsaufbau kennen. Dazu zählen Grundlagen zur Marktplatz-Optimierung wie z. B. Google Unternehmensinhalte (zur lokalen SEO), Amazon-SEO und YouTube-SEO. Ferner werden aber auch Prozesse zur Öffentlichkeitsarbeit und Verbesserung von Online-Bewertungen erläutert.

Das SEO-Seminar wird abgerundet, wie es begonnen hat: Durch das nun detaillierte Aufzeigen des Zusammenspiels von Suchmaschinenoptimierung mit anderen Online-Die -Maßnahmen.

Um einen optimalen Lernerfolg in diesem SEO-Kurs zu gewährleisten, werden alle SEO-Maßnahmen verständlich erklärt und in **diversen Übungen** ausprobiert. Im SEO-Seminar lernen Sie rund 50 Tools kennen. Diese sind überwiegend kostenlos und dadurch wird eine professionelle Suchmaschinenoptimierung auch ohne großes Budget und teuren Software-Lizenzen möglich. Sie können nach dieser zweitägigen Intensiv-Schulung SEO-Empfehlungen von Agenturen verstehen und selbst Ihre SEO steuern.

## Seminarziele

- Sie wissen, welche Kriterien für den nachhaltigen Erfolg bei der Suchmaschinenoptimierung maßgeblich sind.
- Sie lernen SEO natürlich in die Kommunikations- und Werbeprozesse Ihrer Firma zu integrieren.
- Sie sind auf dem neusten Stand der SEO-Entwicklung, können vorausschauend agieren und Optimierungsmaßnahmen umsetzen, die Bestand haben.
- Sie sind nach diesem SEO-Kurs in der Lage, Maßnahmen zu priorisieren, Prozesse zu planen und Analysen durchzuführen.
- Sie können interne wie externe Mitarbeiter in die Suchmaschinenoptimierung miteinbeziehen und deren Arbeit professionell beurteilen.
- Sie beherrschen Werkzeuge und Tools, die Ihnen bei der praktischen Umsetzung helfen.

## Seminarinhalte – Agenda

### Grundverständnis

- Erfolgsfaktoren: Welchen Zusammenhang Keywords, Metadaten und Website-Inhalte haben.
- SEO im Online-Marketing-Mix: Zusammenhänge bspw. mit Social-Media- und E-Mail-Marketing kennenlernen.
- Welche Rolle Google im Vergleich zu Bing und anderen Suchmaschinen spielt.
- Was ist SEO wert? Ersparnisse bei Google Ads und Frühindikatoren für SEO-Erfolge durch Google-Werbung erkennen. Suchmaschinenmarketing sinnvoll einsetzen.
- Aktuelle Updates und Rankingfaktoren für 2024 und langfristig erfolgreiche SEO.
- Ausblick auf die Google SGE, also auf die Google-Zukunft.

### SEO-Analyse

- Welche Keyword-Arten gibt es, auf welche sollte man sich zunächst konzentrieren und was bedeutet die Suchintention?
- Keyword-Analyse: Rankings messen mit Google Search Console und SEO-Benchmarking mit SISTRIX.
- Daraus Chancen und Risiken identifizieren, welche bei Website-Relaunches und Restrukturierungen wichtig sind.
- Was bedeutet Crawl-Budget-Optimierung und was hat die Kommunikationsfrequenz damit zu tun?
- Technische SEO überwachen mit Google Search Console und manuelle Analysen mit Screaming Frog SEO Spider.

## Website-Konzeption

- Wie Keyword-Recherche abläuft und daraus ein Website-Konzept bzw. eine SEO-Strategie wird. Demnach, warum OnePager wenig hilfreich bei der SEO sind.
- Domainstrategien: Ist eine oder sind mehrere Domains besser für mein Unternehmen?
- Das sollte bei der Website-Navigation und internen Verlinkungen (sog. Link-Juice-Optimierung) beachtet werden.
- Content- und Redaktionsplanung nach Suchintention: Layout-Vorlagen für Angebotsseiten, Blogartikel & Co.
- Diese Rolle spielt Duplicate Content bei der Onpage-SEO und Offpage-SEO.

## Onpage-Optimierung

- Metadaten-Optimierung: Die Rolle und Anforderungen an Meta-Titel und -Beschreibungen, klassische SEO-Tools und KI zur Metadaten-Optimierung.
- Strukturelle Text-Optimierung: Sind Keywords in Überschriften sinnvoll und wann sind Überschriften als Sitelinks nutzbar?
- Text-Optimierung: Warum die Keyword-Dichte überholt ist und weshalb eine WDF\*IDF-Optimierung zu WTF-Inhalten führen kann. Wie man Texte natürlich optimieren sollte und welche Rolle KI sowie Ghostwriter spielen können.
- Bilder-SEO und deren Rolle bei der PageSpeed-Optimierung. Dazu auch, wie man die Web Vitals optimieren kann. Aber auch: Welche Bilder für das Barrierefreiheitsgesetz mit Alt-Tags beschrieben werden müssen.
- Rich Snippets: Welche Strukturierte Daten wichtig sind und wie kann man diese (ohne Programmierung) nutzen kann.

## Offpage-Optimierung

- Lokale SEO mit Google Unternehmenseinträgen (ehemals Google My Business).
- E-Commerce SEO und Marktplatz-Optimierung: Amazon-, AppStore- und YouTube-SEO.
- Social-SEO mit TikTok und User Generated Content (kurz: UGC).
- Reputationsaufbau, PR, Social-Media-Kommunikation und Ads statt plumpes Linkbuilding.

## Trainer

### Severin Lucks



Der SEO-Experte Severin Lucks hält seit 2015 Seminare an der eMBIS-Akademie. Er ist Autodidakt mit rund **25 Jahren Erfahrung** und kennt die Zusammenhänge sowie den Code aus dem Effeff. Mit seiner Performance-Marketing-Beratung DELUCKS hat er über 200 Projekte u. a. für Bosch, FC Bayern München, Deichmann, OSRAM und Phantasialand betreut. Außerdem entwickelt Severin mit seinem Team ein eigenes WordPress-Framework bestehend aus SEO-Plugin und Theme.

## Teilnehmer

Unser Seminar richtet sich an Marketingverantwortliche und Online-Marketing-Mitarbeiter aus Unternehmen und Agenturen, für die Suchmaschinenmarketing ein fester Bestandteil ihrer täglichen Arbeit ist oder werden soll. Dabei spielt es keine Rolle, ob Sie selber optimieren oder eine Agentur steuern. Das Seminar richtet sich aber auch an Geschäftsführer, Einzelunternehmer und Entscheider, die sich einen fundierten Überblick über das Thema SEO verschaffen möchten.

Durch die Vielfalt der Seminarinhalte, die neben den aktuellen Entwicklungen und neuesten Ranking-Faktoren auch Spezialgebiete wie Google Updates, Konzeptentwicklung und hilfreiche Tools zur Optimierung, Steuerung und Analyse umfasst, profitieren selbst erfahrene SEO-Profis von unserem gebündelten eMBIS Know-how und zahlreichen Praxis-Tipps.

### Unsere Zielgruppe im Überblick:

SEO- und Marketingverantwortliche, SEO-Manager, Mitarbeiter aus Werbung und Vertrieb, Online Marketing Manager, Website- und E-Commerce-Manager, Geschäftsführer, Entscheider, Projektleiter und Agenturen

## Kosten

	 <b>Online-Seminar</b>	 <b>Präsenzseminar</b>
<b>Teilnahmegebühr</b>	pro Teilnehmer 980,- € zzgl. MwSt.	pro Teilnehmer 1180 Euro zzgl. MwSt.

## Termine, Orte und Zeiten

Aktuelle **Termine** finden Sie hier:

<https://www.embis.de/seminare/seo-seminar/#termine>

## Anmeldung

Das Anmeldeformular finden Sie auf unserer Webseite unter:

<https://www.embis.de/seminare/seo-seminar/#anmeldung>

Für den optimalen Lernerfolg ist die Teilnehmerzahl auf 12 begrenzt.