



2-Tages-Seminar:

SEO und Google Ads (AdWords) – erfolgreiche Suchmaschinenoptimierung und erfolgreiches Suchmaschinen- marketing für Nicht-Techniker

**Erfahren Sie in nur 2 Tagen, wie Suchmaschinen funktionieren, User
wirklich suchen und Sie Ihre Position bei Google und Co. deutlich
verbessern können.**

Seminarbeschreibung

Eine gute Auffindbarkeit mit den für Ihr Online-Angebot relevanten Suchbegriffen sollte das vorrangige Ziel jedes Webseitenbetreibers sein. Doch wie genau funktionieren eigentlich Suchmaschinen? Und wie suchen Ihre User? Wie ist Ihr Unternehmen hinsichtlich SEO aktuell aufgestellt? An welchen SEO-Stellschrauben können Sie zusätzlich noch drehen? Was sollten Sie im Rahmen Ihrer SEO-Strategie auf keinen Fall machen? Worauf müssen Sie bei der Planung, Optimierung und Kontrolle von Anzeigen-Kampagnen (Google Ads) achten? Und wie können Sie Ihr Anzeigen-Budget optimal ausnutzen? Und welche Bedeutung kommt dabei dem schnellen Fortschritt der künstlichen Intelligenz (KI) zu?

In unserem Intensiv-Seminar vermitteln wir fundiertes Basiswissen zu den einzelnen Komponenten der Suchmaschinenoptimierung (SEO) und des Suchmaschinenmarketings (Google Ads). Sie lernen, wie Suchmaschinen funktionieren und welche Bedeutung Textgestaltung, Programmierung, Navigation, Verlinkung und Social Signals einer Webseite auf das Ranking in den Suchmaschinen haben. Außerdem erfahren Sie, was Sie beim Schalten von bezahlten Anzeigen auf Suchmaschinen beachten müssen und wie Sie solche Anzeigen-Kampagnen planen, realisieren und kontrollieren – inklusive Tipps und Hilfestellungen zur Umsetzung.

Mit dem gebündelten eMBIS Know-how sind Sie schnell in der Lage, eigenständig Optimierungsmaßnahmen vorzunehmen und zu überprüfen. Ihr erworbenes Praxiswissen können Sie umgehend in Ihre täglichen Arbeitsprozesse integrieren. Zudem werden Sie die Leistungen externer Dienstleister (Agenturen) oder interner Abteilungen (Technik) besser beurteilen und bewerten können.

Seminarziele

- Sie verstehen sämtliche Komponenten der Suchmaschinenoptimierung und des Suchmaschinenmarketings im Detail.
- Sie wissen, wie Sie Ihre individuellen Suchbegriffe (Keywords) zielgerichtet recherchieren und identifizieren.
- Sie sind in der Lage, SEO- und Suchmaschinenmarketing-Maßnahmen zu planen, einzuleiten, umzusetzen und zu überwachen.
- Sie können die Leistungen externer Dienstleister zu beurteilen und im Gespräch mit „Technikern“ Ihre Erwartungen klar und kompetent formulieren.
- Sie kennen Werkzeuge und Tools, die Ihnen bei der praktischen Umsetzung helfen.

Seminarinhalte – Agenda

Grundlagen des Suchmaschinenmarketings

- Begrifflichkeiten, Studien, Fakten, Zahlen und Suchverhalten der User
- Bedeutung des Suchmaschinenmarketings im Online-Marketing-Mix
- Keyword Tools und gezieltes Vorgehen bei der Keyword-Recherche

Suchmaschinenoptimierung (Search Engine Optimization, SEO)

- Technisches Grundverständnis als Basis für eine erfolgreiche Suchmaschinenoptimierung
- Wie „beschaffen“ sich Suchmaschinen ihr Wissen?
- Gewichtung und Relevanz der Ergebnislisten

OnPage-Optimierung: Maßnahmen im direkten Zusammenhang mit Ihrer Webseite

- Webseiten aus Suchmaschinen- bzw. Crawler-Sicht
- Suchmaschinenrelevante Bereiche einer Webseite: von URL-Design, Seitentitel und Meta-Angaben über Texte, Formatierungen, Bilder und einer durchdachten Navigation bis zu HTML-Standards, Ladezeiten, strukturierten Daten und Rich Snippets
- Keyword-optimierte Texte für Menschen und Suchmaschinen schreiben
- Navigation und interne Verlinkung optimieren
- Unterstützende Werkzeuge und Tools: Checkliste für Ihre Unternehmenswebseite
- Optimierbarkeit realistisch betrachten
- Indizierung von Webseiten: Zeiträume und Strategien

OffPage-Optimierung: Maßnahmen, die über die Inhalte Ihrer Webseite hinausgehen

- Linkpopularität: Links (Empfehlungen) von anderen Webseiten generieren
- Links eigenständig aufbauen: zielführende Linkpartner suchen und finden
- Qualitätskriterien potenzieller Linkpartner
- Verlinkungsmöglichkeiten und Linkstrategien
- Unterstützende Werkzeuge und Tools
- PageRank und TrustRank von Google

KI-Unterstützung

- Nutzung von KI für automatisierte Keyword-Analysen und Content-Optimierung
- Die wichtigsten KI Tools für SEO und SEA

Usability: Bedienerfreundlichkeit als Opfer der Suchmaschinenoptimierung

Webseiten für Menschen und Suchmaschinen gleichermaßen gestalten

Strategien zur Suchmaschinenoptimierung

- Zielsetzungen für erfolgreiche Suchmaschinenoptimierung
- Short Head und Long Tail

Local SEO

Ranking-Faktoren für Local SEO (Optimierung für regionales Business)

Universal Search

- Search Engine Result Pages (SERPs) im ständigen Wandel
- Social Signals (soziale Signale)

Google Updates

Die wichtigsten Updates in Kürze

Landing Pages

- Ihr Angebot im Mittelpunkt
- SEO Landing Pages vs. SEA Landing Pages

Suchmaschinenmarketing (Search Engine Advertising, SEA)

- Prinzip bezahlter Werbung bei Suchmaschinen am Beispiel Google Ads
- Google als Marktführer, aber was machen die Anderen? Anzeigen auf Yahoo!, Bing usw.

Google Ads Kampagnen: Aufbau und Verwaltung eines Kontos

- Sinnvolle Kampagnen-Struktur und –Strategie
- Kampagneneinstellungen, Anzeigengruppen, Keywords
- Kampagnenziele, Ausrichtung, Kostenparameter, Budgetierung und Kostenkontrolle
- Erfolge messbar machen: Conversion Tracking
- KI-Technologien für verbesserte Google-Ads-Strategien

Besonderheiten der Keyword-Recherche für SEA

- Sinnvolle Suchbegriffe kombinieren oder ausschließen
- Streuverluste vermeiden und Kostenoptimierung durch gezieltes Festlegen von Keyword-Optionen
- Tools zur professionellen Keyword-Recherche

Anzeigentexte sinnvoll gestalten und formulieren

- Optimal texten und Kunden gezielt ansprechen
- Praxistipps: dynamische Anzeigen und längere Überschriften
- Anzeigenerfolge vergleichen und auswerten

Qualitätsfaktor: Kosten senken und trotzdem Ranking erhöhen

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

Anzeigenerweiterungen

- Mehr Aufmerksamkeit und Nutzen durch den gezielten Einsatz von Anzeigenerweiterungen
- Standorterweiterungen, Anruferweiterungen, Bewertungserweiterungen, Sitelink-Erweiterungen usw.

Erfolgreiche Zielseiten (Landing Pages)

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

Übersicht über die weiteren Möglichkeiten des Google-Marketings

Dynamische Suchanzeigen, Displaynetzwerk, Re-Marketing, Shopping usw.

Auswertungen und Statistiken von SEO- und SEA-Kampagnen

- Auswertungen mit klassischen Web-Analyse-Tools (z.B. Google Analytics)
- Spezielle SEO- und SEA-Web-Analyse-Tools zur Optimierung und Wettbewerbsanalyse

Trainer

Unser Seminar wird von **David Zielonka** oder **Saban Denis Dasgin** durchgeführt.

David Zielonka



Der begeisterte Social Networker David Zielonka ist Web-Analytiker der ersten Stunde. Er betreut vielfältige Online-Kampagnen und liest Analyse-Zahlen wie einen spannenden Roman. Seine langjährige Erfahrung als Online Marketing Manager einer Full-Service Agentur garantiert höchsten Praxisbezug von zielgerichtetem Online-Marketing über logische Verknüpfungen mit bestehenden Social-Media-Präsenzen bis hin zur professionellen Interpretation von Google-Analytics-Ergebnissen.

Saban Denis Dasgin



Der Digital Native Saban Denis Dasgin ist Gründer der Google-zertifizierten Online-Marketing-Agentur TRENDOMEDIA. Seine langjährige Erfahrung und sein fundiertes Know-how im Bereich Online Marketing, Social Media, SEO und Affiliate Marketing weiß er stets mit aktuellen Beispielen aus der Praxis aufzulockern. Als aktiver Online Marketer und Gewinner des Start2Grow-Preises weiß er genau, wie Online-Marketing-Kampagnen und Affiliate-Netzwerke „ticken“.

Teilnehmer

Unser Seminar eignet sich erfahrungsgemäß sehr gut für Einsteiger wie auch für Marketer mit ersten Erfahrungen zum Thema Suchmaschinenoptimierung und Google Ads. Das Seminar richtet sich an Online-Marketing-Mitarbeiter aus Unternehmen und Agenturen, die in ihrem Praxisalltag für die Themen Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Suchmaschinenwerbung (SEA) bzw. Google Ads Kampagnen verantwortlich sind. Das Seminar richtet sich aber auch an Geschäftsführer, Einzelunternehmer und Entscheider, die sich einen fundierten Überblick über die Themen SEO und Google Ads verschaffen möchten.

Durch die Vielfalt der Seminarinhalte, die neben den Grundlagen auch die Spezialgebiete Keyword-Analyse, OnPage-Optimierung, OffPage-Optimierung, Google Ads Kampagnen sowie hilfreiche Tools zur Optimierung und Wettbewerbsanalyse umfasst, profitieren auch erfahrene SEO Manager von unserem gebündelten eMBIS Know-how und zahlreichen Praxis-Tipps.

Spezielle Voraussetzungen oder technisches Know-how der Teilnehmer werden nicht benötigt.

Unsere Zielgruppe im Überblick:

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

Kosten

	 Online-Seminar	 Präsenzseminar
Teilnahmegebühr	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-und-google-ads/#termine>

Anmeldung

Das Anmeldeformular finden Sie auf unserer Webseite unter:

<https://www.embis.de/seminare/seo-und-google-ads/#anmeldung>