

Suchmaschinenmarketing SEO & SEA

Kurs-Agenda

- Einführung Suchmaschinenoptimierung & -marketing
- SEO: Search Engine Optimization
 - Analyse & Recherche
 - OnSite SEO
 - OffSite SEO

⇒ [Anfertigen eines eigenen Projekts](#)

- SEA: Search Engine Advertising
 - Aufbau Google Ads - Keywords
 - Kampagnenarten: Search/Display/Retargeting

Vorbereitung

Umgang mit Google Drive (Dokumente, Tabellen, Präsentationen)

Dokumente, die wir benutzen:

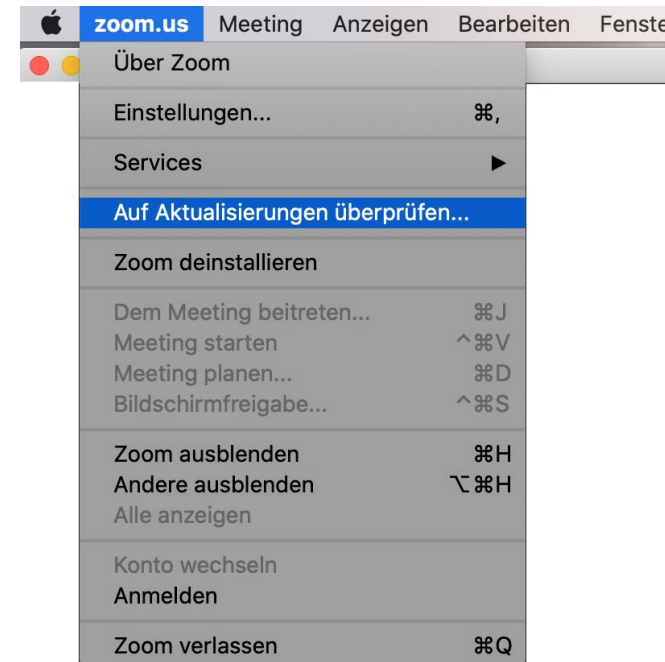
- TN-Teilnehmerliste mit den Projekten
- Google Keywords Planer
- Sistrix
- Chrome-Browser
- Firefox-Browser

Voraussetzung → Google-Mail Adresse

Haben alle das PDF zum Buch?

Zoom: **Vollständiger Name, Stadt**

Zoom: Aktualisieren



Projektarbeit

Analysiere eine
Website!

Ziel: Steigerung der Sichtbarkeit in den
Suchmaschinen, Erhöhung der
Besucherzahlen und/oder Transaktionen

Maßnahme: Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Projektarbeit

Analysiere eine Webpräsenz!

Tipps:

- Website ist online
- Website enthält Content/Inhalte/Texte
- Zugang ohne Login gewährleistet
- es kann eine beliebige Website gewählt werden
- “Einfache” Website, aber auch Online Shop oder Dienstleistung, Blog etc.
- zu empfehlen: nicht zu komplexe Webseiten (zu viele Unterseiten, zu viele Produkte...)
- eigene Website noch nicht live → direkter Mitbewerber
- Sprachen: Deutsch, Englisch

Agenda:

1. Suchmaschinen
2. Arten von Suchmaschinen
3. Funktionsweise von Suchmaschinen
4. Suchmaschinenmarketing
4. Suchverhalten im Internet
5. Google & Co.

Was ist eine Suchmaschine?

Eine Suchmaschine ist ein Programm zur Recherche von Dokumenten, die in einem Computer oder einem Computernetzwerk wie z. B. dem World Wide Web gespeichert sind.

Internet-Suchmaschinen haben ihren Ursprung in Information-Retrieval-Systemen (Rückgewinnung bestehender Informationen).

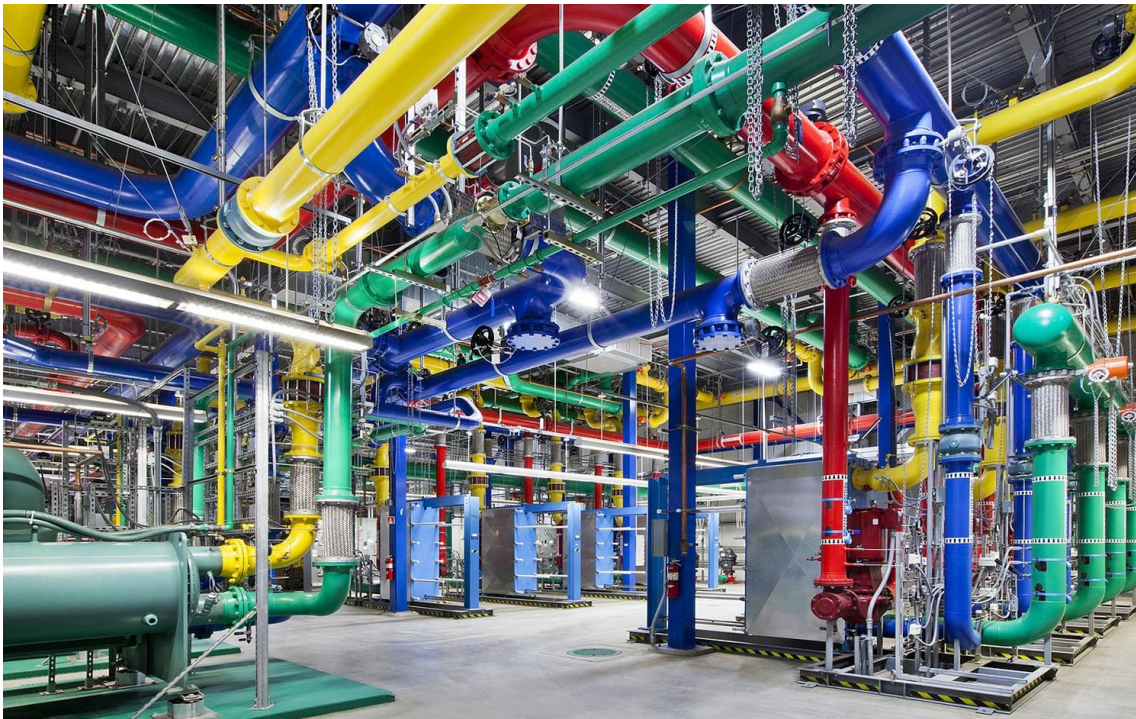
Sie erstellen einen Schlüsselwort-Index für die Dokumentbasis, um Suchanfragen über Schlüsselwörter mit einer nach Relevanz geordneten Trefferliste zu beantworten.

Nach Eingabe eines Suchbegriffs liefert eine Suchmaschine eine Liste von Verweisen auf möglicherweise relevante Dokumente, meistens dargestellt mit Titel und einem kurzen Auszug des jeweiligen Dokuments. Dabei können verschiedene Suchverfahren Anwendung finden (=Ranking-Faktoren).

Rechenzentrum Google

Suchmaschine Google: Cluster aus geschätzt mehr als 1 Millionen Servern, die über die ganze Welt verteilt sind

<https://www.google.com/about/datacenters/>



Rechenzentrum Google

Kühlung der Server über die Natur



Arten von Suchmaschinen

1. Index-basierte Volltext-Suchmaschinen

durchsuchen und indizieren den gesamten Text einer Website und verweisen auf alle relevanten Begriffe bzw. Wortgruppen

Beispiel: google, bing, yahoo, baidu, yandex... etc.

2. Meta-Suchmaschinen

kein eigener Datenbestand, leiten die Suchanfragen weiter

MetaGer.de (die größte und bekannteste deutsche Metasuchmaschine - (Yahoo, Scopia, Yandex, etc.)

Duckduckgo (Fokus Datenschutz: unterschiedliche Quellen, z. B.

Fakten-Suchmaschine Wolfram Alpha (wolframalpha.com), Wikipedia, Apple Maps, etc), Ecosia (Bing)

Meta- & zeitgleich “alternative” Suchmaschinen

sammeln keine persönlichen Daten

Beispiel: DuckDuckGo, Quant,

Startpage (greift auf den Datensatz von Google zu)

Google

Mitte der 90er treffen sich Larry Page & Sergey Brin. Sie entwickeln das PageRank-Verfahren, die Verlinkungsstruktur im Web. Sept. 1998 gründeten sie Google. August 2015 strukturieren sie um, gründen die Holding Alphabet, der u.a. auch YouTube angehört.

2019: 751 Milliarden Marktwert, unter den 5 wertvollsten Unternehmen der Welt

Yahoo

1994 Jerry Yang & David Filo: manuell gepflegter Webkatalog. ... 2013 komplett durch BING verwaltet. Anzeigenschaltungen dürfen auch von Google o.ä. eingekauft werden.

Bing

Suchmaschine von Microsoft, Nachfolger von MSN Search und Live Search. Seit 2009 werden Suchanfragen von Baidu mit englischen Begriffen an Bing weitergeleitet. Marktanteil weltweit 12%.

Yandex

Bis August 2019 (wurde von Google überholt) die meistgenutzte Suchmaschine in Russland. Russisch-niederländisches Unternehmen Amsterdam/Moskau. Bietet auch Maps-, Mail-, Cloud-Dienste etc. an. Yandex hat eine Kooperation mit Microsoft und ist die voreingestellte Suchmaschine für Windows 10 für den russischen Markt, die Ukraine, und u.a. der Türkei

Baidu

Marktführende Suchmaschine in China (>70%). Börsennotiert. Arbeitet mit den chinesischen Behörden zusammen. Seit 2015 Kooperation mit Microsoft und ist für den chinesischen Markt die voreingestellte Suchmaschine von Windows 10. Google hat sich nicht der Forderung nach Zensur gebeugt und sich vom chinesischen Markt weitgehend zurückgezogen.



Desktop / Laptop

Google	64,74%
Bing	14,07%
Baidu	17,66%
Yahoo!	1,91%
Yandex	0,45%
DuckDuckGo	0,53%
Ask	0,05%

Mobile

Google	85,76%
Bing	1,51%
Baidu	10,28%
Yahoo!	0,91%
Yandex	0,17%
DuckDuckGo	0,8%
Ask	0,02%

0%

Desktop / Laptop

Mobile

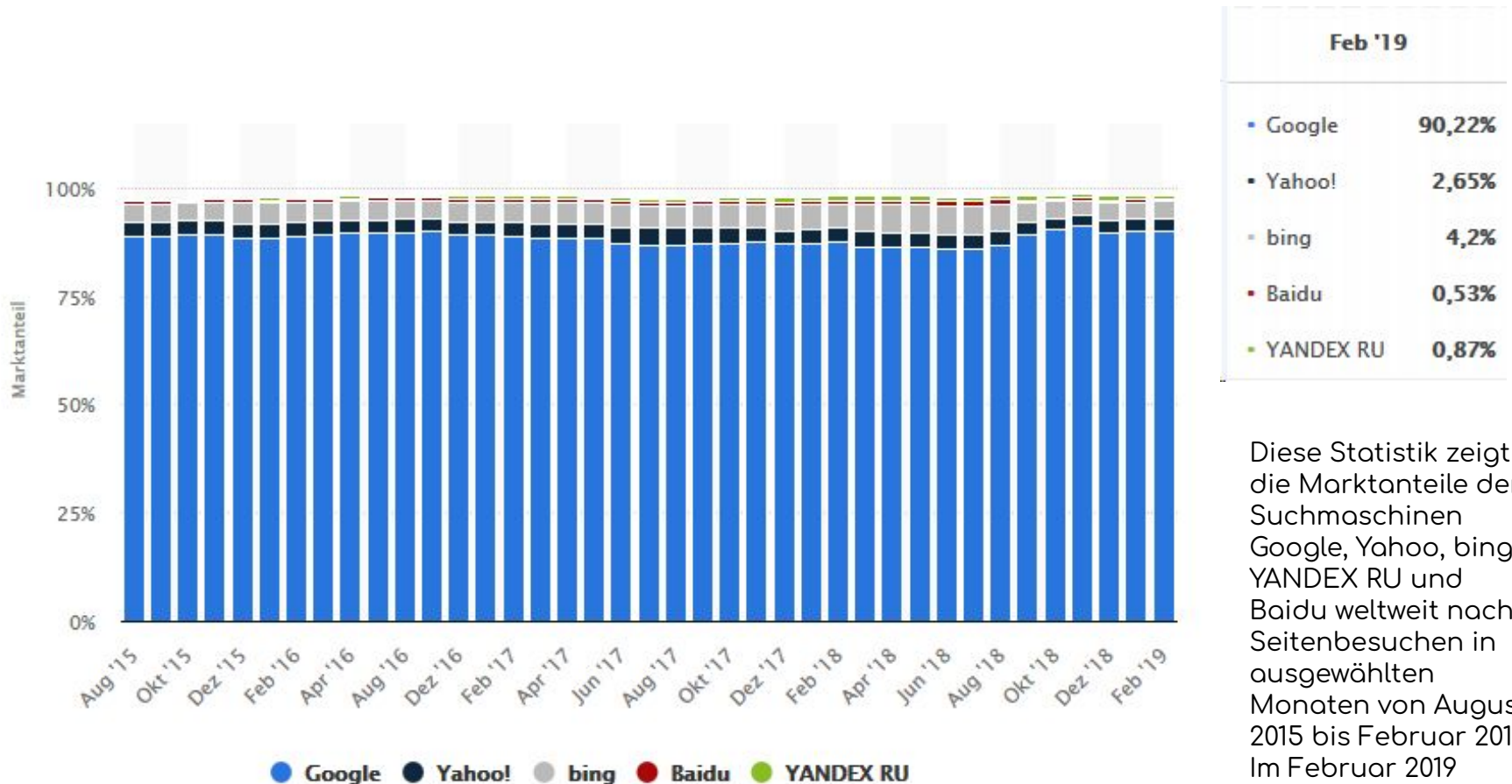
Google Bing Baidu Yahoo! Yandex DuckDuckGo Ask

Ihre Daten visualisiert tableau

© Statista 2020

Marktanteile Suchmaschinen November 2020, weltweit

Marktanteile der meistgenutzten Suchmaschinen auf dem Desktop nach Page Views weltweit in ausgewählten Monaten von August 2015 bis Februar 2019



Diese Statistik zeigt die Marktanteile der Suchmaschinen Google, Yahoo, Bing, YANDEX RU und Baidu weltweit nach Seitenbesuchen in ausgewählten Monaten von August 2015 bis Februar 2019. Im Februar 2019 entfielen rund 90 Prozent der Suchanfragen über Desktop-PCs weltweit auf Google.

Suchmaschinenverteilung in Deutschland

Suchmaschine	November 2018	Oktober 2018	September 2018
Google	94,90% (+0.84)	94.06% (-0.08)	94.14% (-0.26)
Bing	4.01% (-0.08)	4.09% (+0.03)	4.06% (-0.25)
Yahoo**	0.89% (-0.08)	0.97% (-0.01)	0.98% (+0.03)
AOL**	0.06% (-0.03)	0.09% (+/-0)	0.09% (+/-0)
Ask.com	0.03% (-0.01)	0.04% (+/-0)	0.04% (-0.06)
Yandex	0.01% (-0.04)	0.05% (+/-0)	0.05% (-0.01)

* = Suche mit Google ** = Suche mit Bing



pcrisk.com

Search

Übersicht an Suchmaschinen, Marktplätzen und Portalen für den Vertrieb über das Internet

“Alternative Suchanbieter”

z.B. auch Jameda, Doctolib

bieten z.B. alle
Pizza-Anbieter unter einem
Dach inkl. Bewertungen

Affiliate-Netzwerke

Kommerzielle Anbieter
bieten
Vertriebspartner
Provisionen

AMAZON

Branchenportale

Doctolib

Lieferantensuchmaschinen &
B2B-Verzeichnisse

Marktplätze & Projektbörsen

<https://dasauge.de/>

Auktionsplattformen

Shopping-Portale

Groupon

allgemeine Suchmaschinen

Preisvergleichsportale



Funktionsweise einer Suchmaschine

Die wesentlichen Bestandteile bzw. Aufgabenbereiche einer Suchmaschine sind:

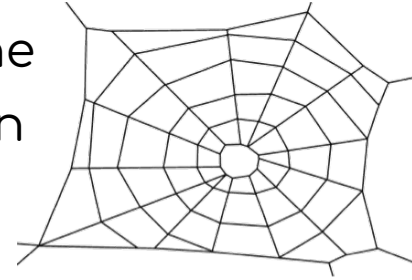
- Erstellung und Pflege eines Index (Datenstruktur mit Informationen über Dokumente),
- **Verarbeiten** von Suchanfragen (Finden und Ordnen von Ergebnissen) sowie
- Aufbereitung der **Ergebnisse** in einer möglichst sinnvollen Form.

https://www.youtube.com/watch?v=HPHsjqG0_Ks

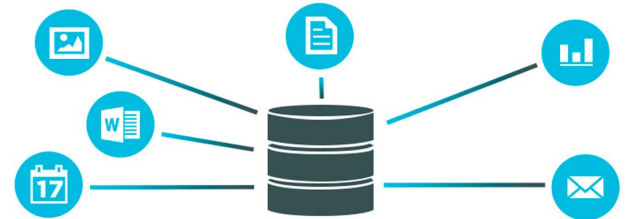


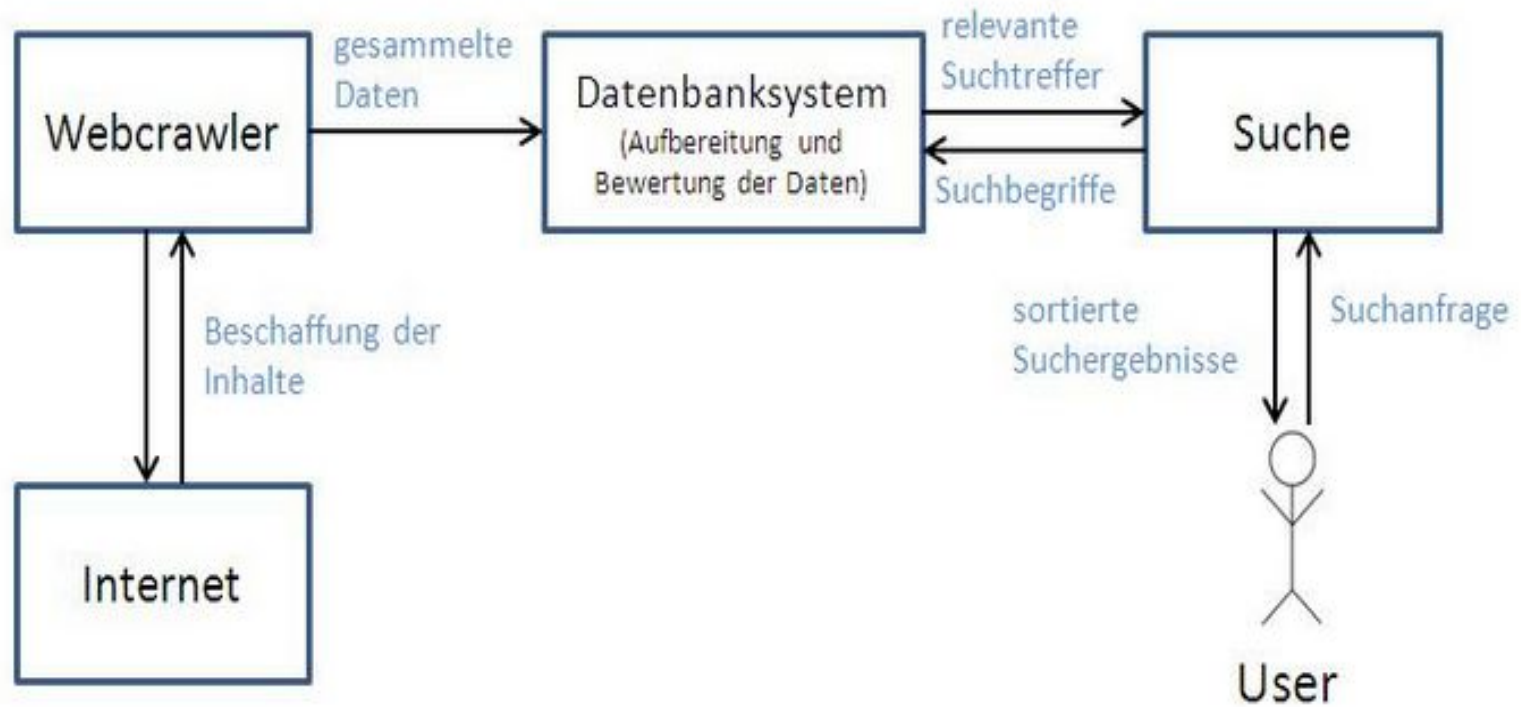
Funktionsweise einer Suchmaschine

Um diesen Aufgaben gerecht zu werden, setzt sich eine Suchmaschine im Wesentlichen aus drei Komponenten zusammen:



- Einem **Webcrawler (oder Spider, oder Bots)** zur Erfassung neuer oder veränderter Webseiten.
 - freshbots Aktuell?
 - deepbots... Deep → in die Tiefe
- Einem **Datenbanksystem (Index)**, welches die gesammelten Informationen aufbereitet und bewertet.
- Einer **Suche (Query Processor)**, die die passenden Suchergebnisse zu einer Anfrage aus dem Datenbanksystem liefert.





Vereinfachte Darstellung der Funktionsweise einer Suchmaschine

Zusammenfassend..

Mit der Hilfe von Suchmaschinen werden alle im Internet bestehenden Webseiten durchsucht und katalogisiert.

Über das Frontend (Suchmaske) können Internetuser Suchanfragen an die Suchmaschine stellen und erhalten eine nach Relevanz sortierte Ergebnisliste.



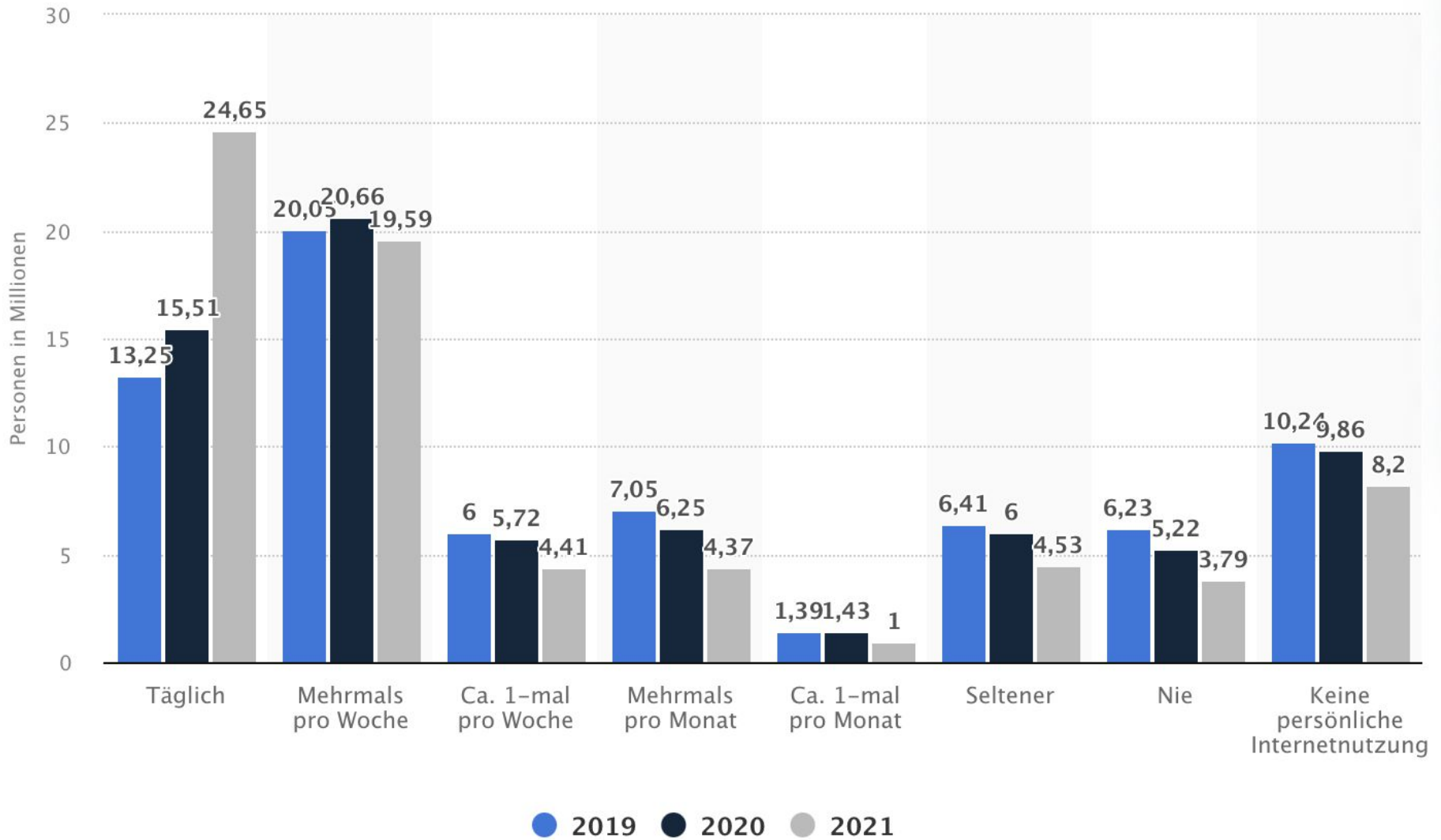
Somit gehören die Suchmaschinen zu den wichtigsten Anwendungen im Internet. Sie bieten uns die Möglichkeit, den Überblick zu behalten und machen die Inhalte des Internets für jeden auffindbar.

Suchverhalten im Internet

Das Suchverhalten der Internetnutzer ist verschiedenen **Einflussfaktoren** unterlegen. Durch eine immer besser werdende **Technik**, eine stetig steigende Zahl an **Webseiten**, aber auch kulturellen oder regionalen Faktoren, ändert sich das Verhalten bei der Suche im Internet kontinuierlich. Im Folgenden einige interessante Zahlen...

- **85%** der Internetnutzer verwenden Suchmaschinen, um gezielt nach Informationen zu suchen.
- Die durchschnittliche **Anzahl** der verwendeten **Suchbegriffe** wird immer größer. Mittlerweile nutzen ca. **32% zwei Suchbegriffe**, **27% drei** und nur noch **15%** einen Suchbegriff bei der Suche mit Suchmaschinen. **(Sprachsuchen wie Siri, Amazon Echo etc.)**
- Die durchschnittliche **Verweildauer** auf einer Webseite wird immer **kürzer**. **62%** der Besucher schauen sich lediglich die Suchergebnisseite an und maximal eine andere, nur noch **12%** 2-3 Unterseiten, weitere **13%** 3-5 Unterseiten an

<https://www.bpb.de/nachschlagen/zahlen-und-fakten/europa/135815/internetnutzung-nach-nutzungsart> (Stand Nov. 2019)



Suchverhalten im Internet

40% der Internetnutzer ohne eine konkrete Kaufabsicht sind schon einmal durch Werbung auf ein Produkt aufmerksam geworden

61% der Internetnutzer, die regelmäßig online einkaufen, finden bestimmte Werbeformen sehr störend. Bei Internetnutzern, welche kaum im Internet einkaufen, sind es nur 39%.

75% haben bei der Suche im Internet eine konkrete Kaufabsicht. Vor dem eigentlichen Kauf wurde bereits lange vorher nach dem Produkt gesucht.

Wie groß ist das Internet?

<http://web.archive.org/web/20050901125225/http://www.google.com/>

Stand 2005:

so niemand, außer vielleicht Google, die Größe des
s gibt aber wissenschaftliche Ansätze zur Abschätzung
WWW. Der Niederländer Maurice de Kunder hat im
Master-Abschlussarbeit an der Tilburg University eine
entwickelt, die auf der Analyse der Suchindexe der
Google und Bing basiert. Danach umfasst der Google-
WWW) aktuell circa 60 Milliarden Webseiten (Abb. 3).
modik erklärt de Kunder auf seiner [Website](#).

Aktuell bedeutet hier: 2020

The image shows the classic multi-colored Google logo from 2005, with the letters G, o, o, g, l, e in blue, red, yellow, blue, green, and red respectively, and a trademark symbol.

Web [Images](#) [Groups](#) [News](#) [Froogle](#) [Local](#) [more »](#)

Google Search

I'm Feeling Lucky

[Advanced Search](#)
[Preferences](#)
[Language Tools](#)

[News about hurricane Katrina](#)

[Advertising Programs](#) - [Business Solutions](#) - [About Google](#)

©2005 Google - Searching 8,168,684,336 web pages

Suchverhalten im Internet

Suchinteresse für Dienstleistungskategorien „in der Nähe“



Suchverhalten im Internet → lokale Suche

75 Prozent der lokalen Suchen führen innerhalb von einem Tag zu einem Besuch im Laden.

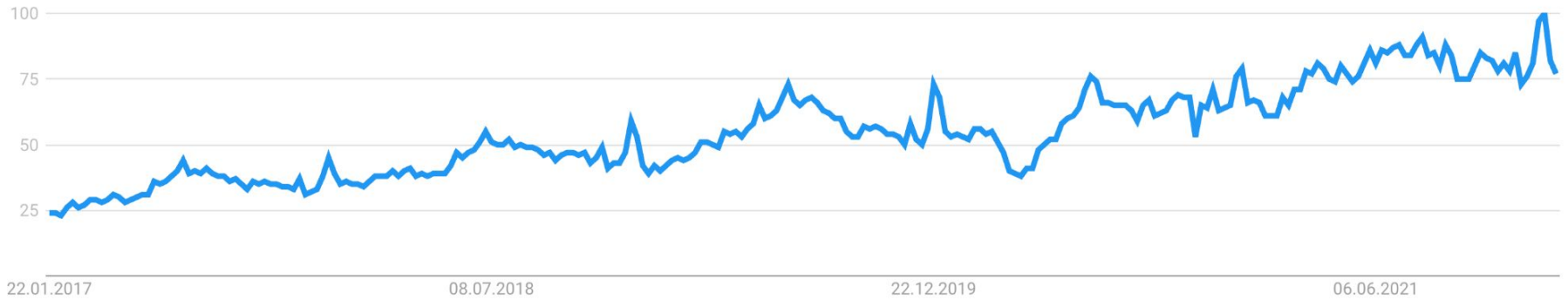
Die *lokale Suche* oder „Near Me“-Suche (abgeleitet aus der konventionellen, englischen Google-Anfrage wie zum Beispiel „car rental near me“) ist die Frage nach bestimmten Namen, Orten, Produkten oder Dienstleistungen.

Die *Konversionsraten* dieser Suchen sind geradezu unglaublich: 75 Prozent der lokalen Suchen führen innerhalb von 24 Stunden zu einem Ladenbesuch. 30 Prozent von ihnen führen zu einem Kauf, fasst Search Engine Land zusammen.

Stand 9.2019

In der Nähe

Interesse im zeitlichen Verlauf ?



“near me” Trend in den USA - Vereinigten Staaten

Interesse im zeitlichen Verlauf ?



“in der Nähe” Trend in Deutschland

Suchverhalten im Internet

Suchverhalten in den SERPs (Search Engine Result Pages)
/Suchergebnisseite:

1. Seite:	87%
2. Seite:	7%
3. Seite:	3%
4. Seite:	1%
5. Seite:	1%
6. Seite:	1%



Eyetracking

Google ipod

Web Images Maps Shopping News More Search tools

About 40,200,000 results (0.34 seconds)

Ad related to ipod

Great Deals On iPods - tesco.com
www.tesco.com/iPods
Earn 500 Extra Clubcard Points Or iPod Nano Or Shuffle Now. Hurry!
Tesco has 32,381 followers on Google+

Google Shopping results Sponsored

Product	Price	Retailer
Apple iPod Nano 3th	£60.00	eBay
Apple iPod nano 16GB	£129.00	Very
Apple iPod Nano (blue 5th)	£129.00	ASDA.com
Apple iPod Touch 8gb 4th	£64.99	eBay
Apple 1GB iPod Nano	£72.95	Play.com

Compare results on Sponsored

Site	Offer
Supaprice	Buy Any iPod. Order Today. Prices from £60.
Kelkoo	Our iPod stock rocks. Prices from £70.
Shopzilla	iPods, iPhones, and Touch from £55.

Hide alternative search sites

Apple (United Kingdom) - iPod music and more on iPod.
www.apple.com/uk/ipod/
Learn about iPod, Apple TV and more. Download iTunes for free and purchase iTunes Gift Cards. Check out the most popular TV programmes, films and music.
iPod touch - iPod nano - Shop iPod - iPod classic

Buy iPod from our iPod, MP3 & Headphones range - Tesco.com
www.tesco.com/direct/technology-gaming/ipod/cat3376298.cat

Was ist Suchmaschinenmarketing?



Was ist Suchmaschinenmarketing?



Suchmaschinenmarketing, kurz SEM (Search Engine Marketing) auch SEM-Marketing genannt ist ein Teilgebiet des Online Marketings. Suchmaschinenmarketing befasst sich mit dem Marketing in Suchmaschinen und somit allen Maßnahmen, um eine Webpräsenz in den Suchmaschinen zu positionieren.

Suchmaschinenmarketing besteht aus den Teilgebieten Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Suchmaschinenwerbung (SEA).

Anzeigen · kokosöl ansehen



MeaVita Bio
Kokosöl, nativ,...
25,54 €
MeaVita
+3,95 € Versand
8,51 € / 1 l
Von Google



Kokosöl 1 l
6,48 €
Keimling Natur..
+5,90 € Versand
Von Google



MeaVita Bio
Kokosöl, nativ,...
39,99 €
MeaVita
Versand gratis
8,00 € / 1 l
Von Google



MeaVita Bio
Kokosöl,...
26,54 €
MeaVita
+3,95 € Versand
5,31 € / 1 l
Von Google



Vitamin D3+K2
MK7 all trans...
8,90 €
Sunday Natural
+2,90 € Versand
8,90 € / 10 ml
Von smec



Anzeige · www.dr-feil.com/ ▾

Wie gesund ist Kokosöl? - Hier wissenschaftlich fundiert

Dr. Feil beantwortet Ihnen Ihre Frage wissenschaftlich und fundiert. Beratung Möglich.

Newsletter Abonnieren. Kategorien: Bücher, Beratung, Termine, Strategie, Forum.

[Über Uns](#) · [Die Bücher](#) · [Die Beratung](#) · [Die Termine](#)

www.verbraucherzentrale.de > gesund-ernaehren > alter... ▾

Alternatives Fett: Ist Kokosöl gesund? | Verbraucherzentrale.de

30.08.2018 — Was ist der Unterschied zwischen Kokosöl und Kokosfett. Natives Kokosöl wird aus dem frischen Fruchtfleisch der Kokosnuss gepresst oder aus ...

Ähnliche Fragen

Wieso ist Kokosöl ungesund? ▾

Wie gefährlich ist Kokosöl? ▾

Was macht man mit Kokosöl? ▾

Welches Kokosöl ist gesund? ▾

[Feedback geben](#)

www.geo.de > Wissen > Ernährung ▾

Kokosöl: Ist es wirklich giftig für uns? - [GEO]

Von vielen wird Kokosöl als Wundermittel gefeiert. Umso größer war das Aufsehen, als eine Professorin das Pflanzenfett jetzt als "reines Gift" bezeichnete.

www.zentrum-der-gesundheit.de > ... > Fette und Öle ▾

Kokosöl: Gesund und lecker - Zentrum der Gesundheit

Kokosöl ist eines der natürlichsten Öle. So besteht die reife Kokosnuss zu etwa 35 Prozent aus ...

SEA & SEO
= SEM

cimdata
BILDUNGS-AKADEMIE

Kokosöl

Speisefett

Kokosöl oder Kokosnussöl, auch Kokosfett genannt, ist ein weißes bis gelblich-weißes Pflanzenfett, das aus Kopra, dem Nährgewebe der Kokosnuss, gewonnen wird. Es hat einen sehr hohen Anteil gesättigter Fettsäuren. [Wikipedia](#)

Rauchpunkt ▾

Dichte ▾

Haltbarkeit ▾

Gut ▾

Nährwertangaben

Kokosöl

Quellen: USDA

Menge pro 100 Gramm**Kalorien** 862**Fettgehalt** 100 g

Gesättigte Fettsäuren 87 g

Mehrfach ungesättigte Fettsäuren 1,8 g

Einfach ungesättigte Fettsäuren 6 g

Cholesterin 0 mg**Natrium** 0 mg**Kohlenhydrate** 0 g

Ballaststoff 0 g

Zucker 0 g

Protein 0 g

Vitamin A	0 IU	Vitamin C	0 mg
-----------	------	-----------	------

Kalzium	0 mg	Eisen	0 mg
---------	------	-------	------

Vitamin D	0 IU	Vitamin B6	0 mg
-----------	------	------------	------

Vitamin B12	0 µg	Magnesium	0 mg
-------------	------	-----------	------

Andere suchten auch nach

[Über 5 weitere ansehen](#)

SEO vs. SEA

SEO bzw. Suchmaschinenoptimierung beschäftigt sich mit der Optimierung der Präsenz/Sichtbarkeit von Websites in den organischen Suchergebnissen, den sogenannten Search Engine Result Pages kurz SERPs.

SEO teilt sich dabei in die Teilbereiche Onpage Optimierung und Offpage Optimierung, die sich hingegen wieder in Teilbereiche wie z.B. Linkbuilding (Linkaufbau/Backlinks) oder SMO (Social Media Optimization) aufteilt.

(langfristige Lösung)

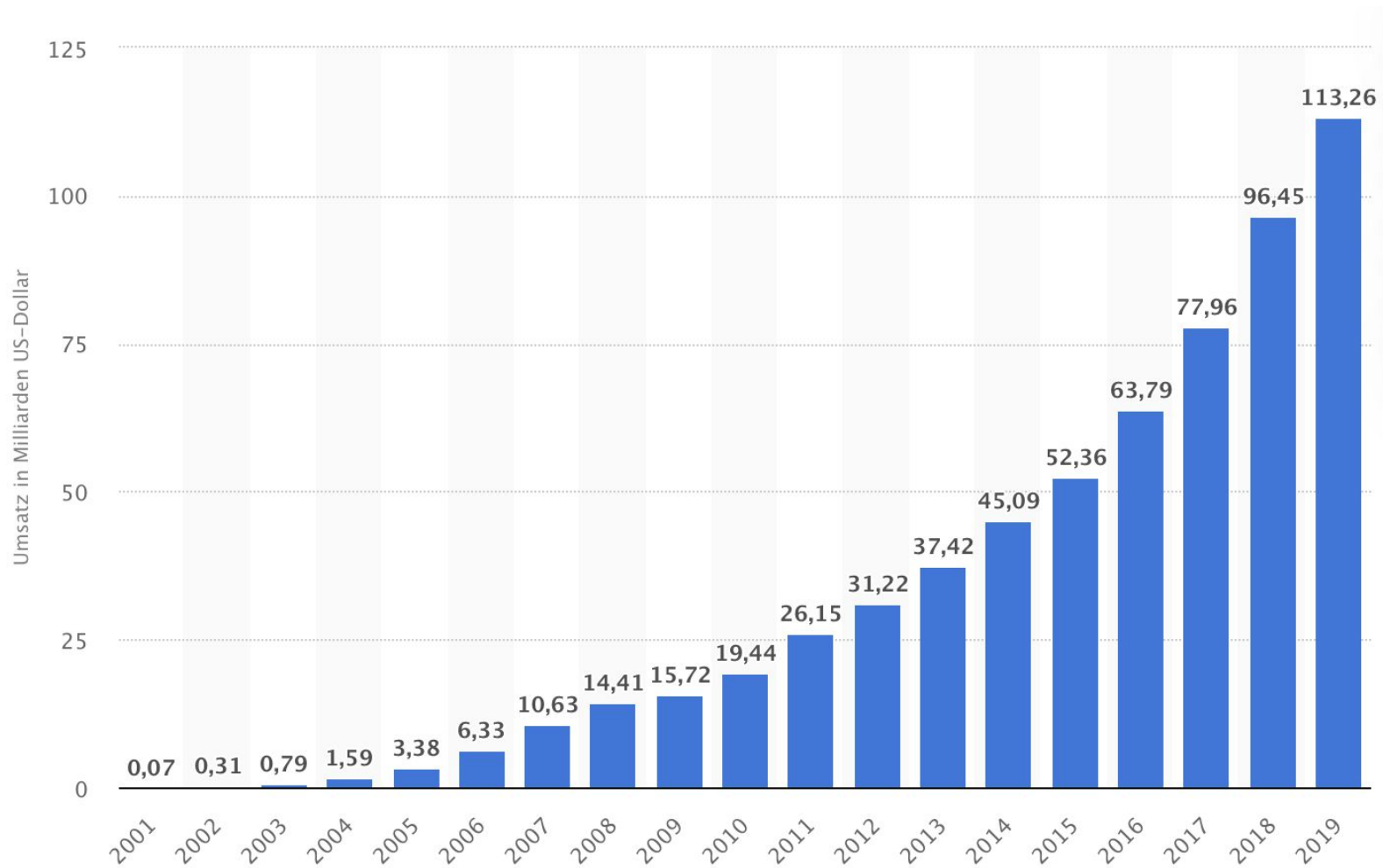
SEA bzw. Suchmaschinenwerbung konzentriert sich auf den Anzeigenteil innerhalb der Suchmaschinen und wird im englischsprachigen Raum auch als Keyword Advertising bezeichnet. Gleichzeitig ist SEA ein Teilbereich vom sogenannten PPC Advertising (Pay per Click Advertising). Wie der Name es schon sagt, geht es hierbei um alle Online Werbeformen die über Klicks abgerechnet werden. Darunter zählt u.a. auch das Schalten von Textanzeigen, Display Ads, Social-Media-Werbung wie z.B. Facebook-Ads, XING-Werbung ... oder Video Ads im Google Display Netzwerk kurz GDN.

(sofortige/kurzfristige Lösung)

Werbeumsätze Google 2001-2019

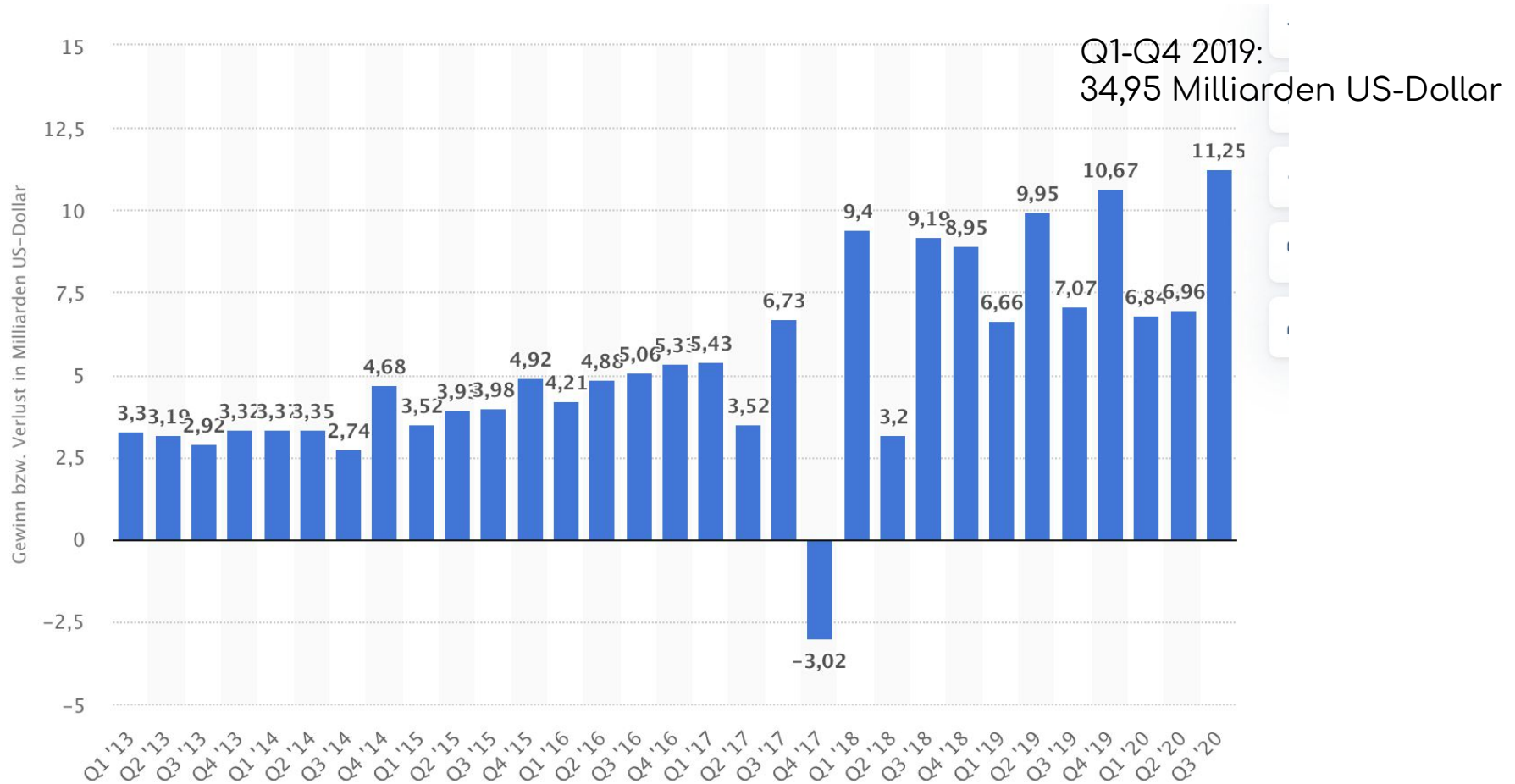
(in Milliarden US-Dollar)

Quelle: Statista 2021



Diese Statistik bildet die Höhe der Werbeumsätze der Google-Websites in den Jahren 2001 bis 2019 ab. Im Jahr 2019 beliefen sich die Werbeumsätze der Google-Websites auf rund 113 Milliarden US-Dollar.

Gewinn bzw. Verlust von Alphabet (Aktie von Google) vom 1. Quartal 2013 bis zum 3. Quartal 2020 in Milliarden



Details: Weltweit

© Statista 2021

Für das dritte Quartal 2020 hat Alphabet einen Gewinn in Höhe von rund 11,25 Milliarden US-Dollar ausgewiesen. Im Vorquartal belief sich der Gewinn noch auf rund 6,96 Milliarden US-Dollar. Im ersten Quartal 2019 wurde der Gewinn des Unternehmens besonders durch die im März 2019 von der EU-Kommission verhängte Kartellbuße in Höhe von 1,7 Milliarden US-Dollar belastet. Zu der Strafe kam es, weil Google seine marktbeherrschende Position im Online-Werbemarkt missbraucht haben soll

Suchmaschinenmarketing

Maßnahmen zur **Besuchergewinnung** für eine Webpräsenz über Suchmaschinen

Ziel: Verbesserung der **Sichtbarkeit** in Suchmaschinen
(Übergeordnetes Ziel: Umsatzsteigerung, Kundenakquise, Lead-Generierung* etc.)

Keywords = Suchanfragen (Besucherlieferant)

Anzeige (Snippets) in der Suchmaschine.
SERP = Marktplatz für Website-Angebote

*Qualifizierte Kontakte, nicht nur Klicks

Abgrenzung SEM zur klassischen Werbung

Im Gegensatz zur klassischen Werbung eignet sich Suchmaschinenmarketing aufgrund des Pull-Charakters* nicht gut zur Reichweiten-Steigerung oder zum **Aufbau einer Marke**.

Aber es ist im Gegenzug einer der effektivsten Marketing-Kanäle zur **direkten Steigerung von Abverkauf** von Produkten, Lead-Generation, Umsätzen, Website-Besuchern... .

Ziel beim SEM sollte es sein durch die Kombination von SEO und SEA dafür zu sorgen, dass das Unternehmen so viel Fläche bzw. Aufmerksamkeit wie möglich in den Suchmaschinen erlangt.

- Pull-Marketing „zieht“ den Verbraucher zum Produkt bzw. zur Information.
- Push-Marketing „pusht“ das Produkt bzw. die Information zum Verbraucher

Push Marketing erfolgt durch einen indirekten Druck, welcher vom Produzenten durch Preispolitik (...) in der Wahrnehmung auf den Konsumenten ausgeübt wird.

Pull Marketing zielt darauf ab, auf die Kundenwünsche/-probleme (Kundenbedürfnisse) zuzuschauen und darauf basierend Produkte/ Dienstleistungen auf den Markt zu bringen, die diese lösen. = Erreichen der Unternehmensziele durch Kundenzufriedenheit

Für Google heißt das: Werbeanzeigen erscheinen auf den SERP *einer Anfrage an eine Suchmaschine*.

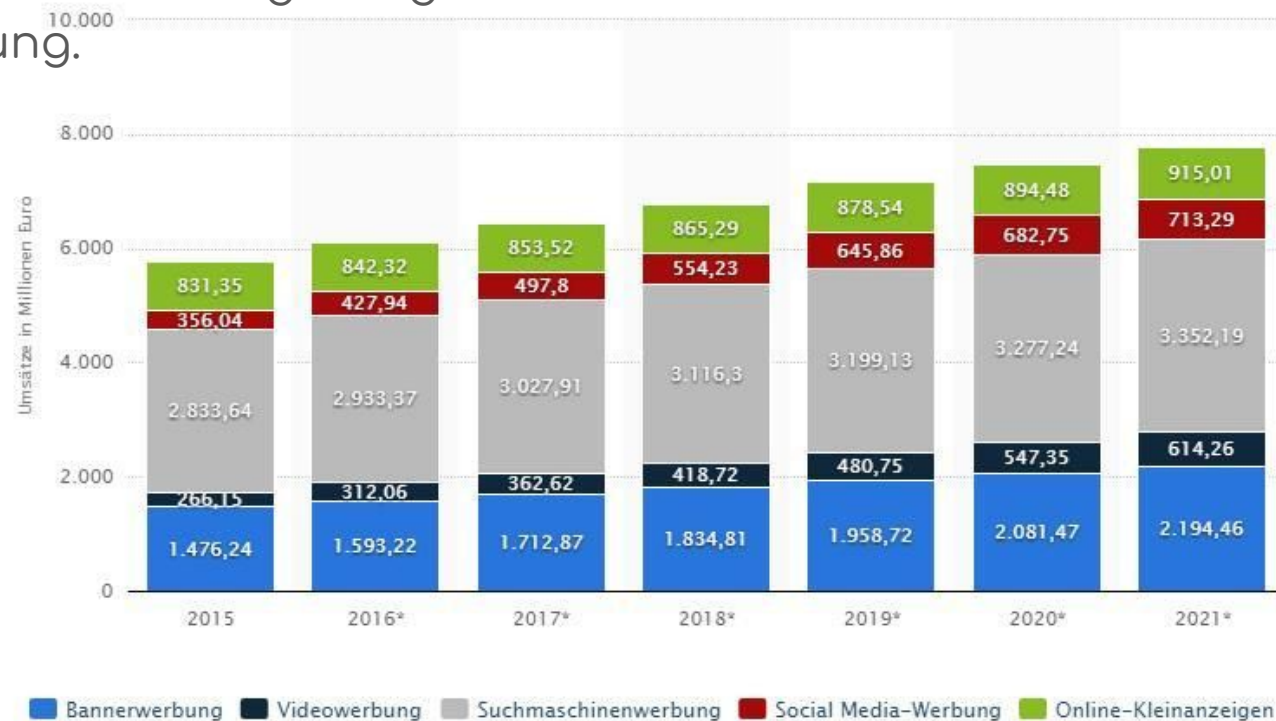
Die Werbung ist auf den vom Nutzer eingegebenen Suchbegriff und somit auf dessen Bedürfnisse ausgerichtet.

Relevanz von SEM im Online Marketing

Suchmaschinenmarketing in Form von Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Suchmaschinenwerbung (SEA) gilt heutzutage als einer der wichtigsten Online-Marketing-Kanäle, um effektiv Marketingbudget einzusetzen.

Deutsche Unternehmen investieren laut einer Prognose von Statista große Teile Ihres Online-Marketing-Budgets in SEM in Form von Suchmaschinenwerbung.

Tendenz steigend.



Online-Kleinanzeigen:
Ebay,
<https://www.adlershof.de/kleinanzeigen-jobs/alle-in-serate/>

kokosöl

Alle Shopping Bilder News Videos Mehr Einstellungen Suchfilter

Ungefähr 3.230.000 Ergebnisse (0,54 Sekunden)

Anzeigen · kokosöl ansehen

MeaVita Bio Kokosöl, nativ... 25,54 €
+3,95 € Versand
8,51 € / 1 l
Von Google

Kokosöl 1 l 6,48 €
Keimling Naturk...
+5,90 € Versand
Von Google

MeaVita Bio Kokosöl, nativ... 39,99 €
MeaVita
Versand gratis
8,00 € / 1 l
Von Google

MeaVita Bio Kokosöl, nativ... 26,54 €
MeaVita
+3,95 € Versand
5,31 € / 1 l
Von Google

Vitamin D3+K2 MK7 all trans... 8,90 €
Sunday Natural
+2,90 € Versand
8,90 € / 10 ml
Von smec

Anzeige · www.dr-feil.com/

Wie gesund ist Kokosöl? - Hier wissenschaftlich fundiert

Dr. Feil beantwortet Ihnen Ihre Frage wissenschaftlich und fundiert. Beratung Möglich. Newsletter Abonnieren. Kategorien: Bücher, Beratung, Termine, Strategie, Forum. Über Uns · Die Bücher · Die Beratung · Die Termine

www.verbraucherzentrale.de > gesund-ernaehren > alter...

Alternatives Fett: Ist Kokosöl gesund? | Verbraucherzentrale.de

30.08.2018 — Was ist der Unterschied zwischen Kokosöl und Kokosfett. Natives Kokosöl wird aus dem frischen Fruchtfleisch der Kokosnuss gepresst oder aus ...

Ähnliche Fragen

- Wieso ist Kokosöl ungesund?
- Wie gefährlich ist Kokosöl?
- Was macht man mit Kokosöl?
- Welches Kokosöl ist gesund?

www.geo.de > Wissen > Ernährung

Kokosöl: Ist es wirklich giftig für uns? - [GEO]

Von vielen wird Kokosöl als Wundermittel gefeiert. Umso größer war das Aufsehen, als eine Professorin das Pflanzenfett jetzt als "reines Gift" bezeichnete.

www.zentrum-der-gesundheit.de > ... > Fette und Öle

Kokosöl: Gesund und lecker - Zentrum der Gesundheit

Kokosöl ist eines der natürlichsten Öle. So besteht die reife Kokosnuss zu etwa 35 Prozent aus

1

2

3.1

3.2

5

6

Kokosöl

Speisefett

Kokosöl oder Kokosnussöl, auch Kokosfett genannt, ist ein weißes bis gelblich-weißes Pflanzenfett, das aus Kopra, dem Nährgewebe der Kokosnuss, gewonnen wird. Es hat einen sehr hohen Anteil gesättigter Fettsäuren. [Wikipedia](#)

Rauchpunkt

Dichte

Haltbarkeit

Gut

Nährwertangaben

Kokosöl
Quellen: USDA

Menge pro 100 Gramm

Kalorien 862

Fettgehalt 100 g

- Gesättigte Fettsäuren 87 g
- Mehrfach ungesättigte Fettsäuren 1,8 g
- Einfach ungesättigte Fettsäuren 6 g

Cholesterin 0 mg

Natrium 0 mg

Kohlenhydrate 0 g

Ballaststoff 0 g

Zucker 0 g

Protein 0 g

Vitamin A	0 IU	Vitamin C	0 mg
Kalzium	0 mg	Eisen	0 mg
Vitamin D	0 IU	Vitamin B6	0 mg
Vitamin B12	0 µg	Magnesium	0 mg

Andere suchten auch nach Über 5 weitere ansehen

4

Unterschied: SEO, SEA, Universal Search >> Youtube

- Suchbegriff
- Suchvolumen
- 1.und.2 SEA → Anzeigenbereich, Pay per Click und
- Universal Search → Bilder, Videos, Maps etc. zum Thema
- Universal Search (answer box → organische Suchergebnisse
- SEO → organische Suche

Aufgaben Suchmaschinenmarketing

Je nachdem, ob SEA oder SEO im Suchmaschinenmarketing:

Die Aufgaben sind sehr unterschiedlich.

- Bei der Suchmaschinenwerbung bewegt man sich in den durch das jeweilige SEA-System vorgegebenen Rahmen (Xing- oder Facebook-eigene Anzeigentechnik)
- Beim SEO kommt es aufgrund der nur vagen Vorgaben durch Google vor allem auf Kreativität und logisches Denken an.

Für beide Bereiche identische immer wiederkehrende Maßnahmen:

- Einrichtung von Tools, Konten, Kampagnen, Anzeigengruppen, Anzeigentexten ...
- Keyword-Recherche
- Keyword-Analyse
- Traffic-Analyse
- Testing
- Optimierung

Einstieg Suchmaschinenmarketing- wesentliche Begriffe

- **Performance Marketing**
 - Suchmaschinenmarketing wird dem Performance Marketing zugeordnet
 - messbar, transparent, steuerbar, kontrollierbar
 - Zahlenlastig, hat einen hohen analytischen Aspekt
- **SERPs - Search Engine Result Pages**
 - Suchergebnisseite auf Google, bing etc. (der Suchmaschine)
 - Organische und bezahlte Anzeigen, Universal Search (interaktive Elemente wie Bilder, Videos etc.)
- **SEO = natürliche/organische Suchergebnisse**
 - Optimierung meiner Webpräsenz in der Suchmaschine
 - über 200 Rankingfaktoren beeinflussen meine Positionierung in den SERPs
 - Kostenlose Variante (ungleich SEA), die Besucher auf die Website bringt ABER die eine hohe Expertise und einen großen Zeitaufwand benötigt
 - Keywords: max. 1-3 Keywords pro Landeseite/Landingpage
- **SEA = qualifizierter bezahlter Besucherfluss/ Anzeigenschaltung**
 - bezahlte Anzeigenteil im oberen bzw unteren Teil (getrennt von den organischen Ergebnissen)
 - Bezahlprogramme wie Google Ads bzw. bing Ads ermöglichen eine Anzeigenschaltung
 - Abrechnungsmodell: Pay per Click (PPC-Modell)
 - Keywords: unbegrenzt viele Keywords und Begriffskombinationen auf eine Landingpage lenken

Einstieg - wesentliche Begriffe

- **Suchanfragen**
 - das was ich als Nutzer/Suchender in der Suchmaschine eingebe (Suchfenster)
- **Keywords**
 - Begriffe die ich im Vorfeld festlege, über welche ich Besucherfluss auf meine Website generieren will (auf der Website verwendet wird)
- **Transaktionale (*Money Keywords*)**
vs. informative/generische Keywords
 - Keywords mit hohem Umsatzpotenzial
 - jemand der eine solche Suchanfrage stellt, ist mit seiner Kaufentscheidung bereits weit fortgeschritten
 - Beispiel: günstige grüne Socken; grüne Socken kaufen, Onlineshop für grüne Socken
- **Sichtbarkeit**
 - Präsenz in/über die Suchmaschine
 - Besucherfluss - über Sichtbarkeit meiner Anzeigen in den SERPs kann ich Besucher und potentielle Neukunden gewinnen
- **Relevanz als Ordnungskriterium für Google**
 - oberste Priorität für Google
 - hohe Relevanz wird von Google belohnt und beeinflusst meine Anzeigenposition in den SERPs

Einstieg - wesentliche Begriffe

- **Conversion (Leads)**
 - Marketingziel, das ich im Vorfeld definiere (individuell für meine Website/Unternehmen!)
 - Mögliche Ziele: Newsletter anmelden, Kontaktformular ausfüllen, Termine vereinbaren, Shop-Bestellungen, Anrufe...
- **Content Is King (*Context is Queen*)**
 - SEO-Texte beinhalten Nennung von den Haupt-Keywords
 - Merkmale: Länge der Texte, Anzahl der Keywords, Navigation, Lesbarkeit etc..
- **Unique Content**
 - keine doppelten Inhalte, keine kopierten oder geklauten Inhalte auf der Website
 - Canonical Tag (HTML-Text der von Google vorgegeben wird und in den Quellcode implementiert werden muss)
- **Onpage**
 - ALLES was auf meiner Website optimiert werden kann
 - Frontend (sichtbare Bereiche: Texten, Bildern, Navigationen, internen Links etc.)
Backend (Quellcode, Meta-Daten)
- **Offpage**
 - alles was auf Drittseiten passiert
 - Linkaufbau (Blogs, Foren, Branchenbücher...) und Social Media (Facebook & Co.)