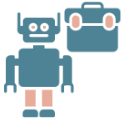


Teste dein Wissen - Stoff der ersten Tage

Gruppenarbeit, notiert die Antworten in eine Kopie dieses Dokuments

Bereitet euch darauf vor, dass die Fragen in der Großen Runde reihum beantwortet werden - Frage 1 Person 1, Frage 2 Person 2 usw.



Da ihr eine KI benutzen dürft, erwarte ich von euch zu jeder Antwort ein (ggf. bebildertes) Beispiel, oder sonstwie einen Beleg, dass ihr die Frage und die Antwort verstanden habt

→ ca. bis 16:15 Uhr

1. Was sind Suchmaschinen, wie funktionieren sie?
 - a. Was sind Freshbots
 - b. Welche Seiten können Crawler bzw. Robots grundsätzlich nicht von selbst sehen

Eine Suchmaschine ist ein Programm, mit dem man Inhalte im Internet oder auf Computer suchen kann.

A → kleine Roboter, die sich durchs Internet bewegen und neue Inhalte - freshbots schauen nach der Aktualität einer Seite

B →

- Passwortgeschützte Seite,
 - Websites mit dynamischen Inhalten (Wetter, Shop)
- Frage, die sich uns stellt, am Beispiel Wetter: bleibt die URL immer die selbe
<https://www.wetter.com/deutschland/berlin/DE0001020.html#> 13.11.2023

Dynamische Webseiten Beispiel Shop

→ Ware z.B. im Warenkorb

→ Börsenkurse

→ Umfragen

- Über robots.txt → kleine Textdatei, die im Rootverzeichnis der Website liegt (da, wo auch die sitemap.xml liegt)
- Über no-index → Angabe im Quelltext, da wo auch Meta-Title & -Description liegt
- Nicht verlinkte Websites (die einsam im Netz liegen)
- Dark-Net (nur z.B. mit dem Browser Thor zu erreichen)

2. Welche verschiedenen Arten von Suchmaschinen gibt es?

Indexbasiert - Google & Bing → Suchmaschinen mit eigenem Datenbestand
 KI - Suchmaschinen → ChatGPT
 Meta-Suchmaschinen → Durchsuchen andere Suchmaschinen und kombinieren deren Ergebnisse → Metager.de <https://metager.de/search-engine>
 Spezial-Suchmaschinen E-Commerce: Amazon, Otto, Zalando
 Suchmaschinen innerhalb von Universitäten
 Pinterest
 Facebook
 Instagram
 etc.

Art der Suche: Semantische Suche mit z.B. einer vollständigen Frage oder Aussage

3. Erkläre, was ist:

- a. Affiliate Netzwerk (Beispiel)
 Vermittler - stellen die Plattform für ein spezielles Marketing, z.B.
 Amazon verkauft Globetrotter-Schuhe, jeder Verkauf dieser Schuhe kostet für Globetrotter eine Gebühr
 Du hast auf einem Blog eine Empfehlung, die zu Amazon führt (hier wird dir ein Spezial-Link zur Verfügung gestellt) bei Einkäufen über diesen Link bekommst du eine Provision
- b. Auktionsplattformen (Beispiel)
 Ebay, myHammer
 Ermöglichen es Personen oder Produkten zum Verkauf anzubieten um Artikel oder Dienstleistung zu erwerben
- c. Marktplätze (Beispiel)
 Amazon, Etsy, Otto, Ebay
 Können mehrere Anbieter Produkte anbieten
- d. Projektbörsen (Beispiel)
 Plattformen auf denen Freiberufler Projekte anbieten oder annehmen
<https://www.kickstarter.com/?lang=de> Auf Kickstarter kann man Projekte anlegen und Crowdfunding betreiben
 Das Auge <https://dasauge.de/> <https://de.fiverr.com/>

4. Wie hat sich allgemein das Suchverhalten in den letzten Jahren geändert?

- a. Kannst du das in deinem eigenen Suchverhalten wiederfinden?
 Die Suche über die mobilen Endgeräte erhöht hat
 Die Suche über die Künstliche Intelligenz ist dazu gekommen
 Bildersuche über das Bild
 Sprachsuche
 Wir benutzen mehr Suchbegriffen, suchen genauer

Allgemein halten wir es nicht mehr aus, eine offene Frage zu haben. Wir sprechen eher mit Google über Fragen als mit Menschen (manchmal)

5. Was sind SERPs

Search Engine Result Page → Suchergebnisseite

6. Woraus besteht ein SERP Snippet?

Meta-Description, Meta-Title & URL

7. Wo genau holt sich das Snippet aus der Website seine Inhalte?

Falls Meta-Description etc nicht vorhanden, holt es sich etwas aus dem Text

- a. Wie kannst du das prüfen?
Durch den HTML-Code
Durch Tools wie Woorank auf Firefox

Googeln und die Ergebnisse prüfen (mit Inhalte der Webseite abgleichen)

- b. Kannst du das beeinflussen?
Indem ich manuell Meta- Angaben mache

8. Was ist ein Rich Snippet
 - a. 2 Beispiele

Angereichertes Snippet, z.B. mit Bewertungen - Sternchen, Terminen, Bilder, Preise

9. Woraus werden Site-Links gebildet - woher holt sich Google die Informationen
→ Sitelinks

Meistens aus der Navigation der Website: Kontakt, Preise

10. Was hat es auf sich mit "in der Nähe" Suchen
 - a. Beispiele
 - b. Ausprägungen in den SERPs

Ermöglicht die Suche spezifischer einzugrenzen (Tankstelle) → Suchergebnis zeigt Tankstellen in der Nähe an.

- Auf dem Handy wird zuerst Google Maps gezeigt
- Voraussetzung: auf Handy und Desktop ist es möglich, dich zu orten
 - Handy → GPRS (Ortungssystem auf dem Handy)
 - Destop → IP Adresse

Man braucht nicht explizit "in der Nähe" zu sagen, weil die Ergebnisse basierend auf deinem Standort sind.

11. Unterschied
 - a. SEO & SEA
 - b. Vorteile / Nachteile
 - c. Möglichkeiten SEO/SEA zu verbinden

A: SEO: Organisches Ergebnis, SEA: Anzeigenschaltung, PPC wird nach Klicks abgerechnet

B: Vorteil → SEO wirkt nachhaltig,
Nachteil → erfordert hohe Kompetenz, viel Zeit → und damit eigentlich auch viel Geld

SEA → wirkt kurzfristig, Nachteil → kostet Geld und wenn Anzeigen abgeschaltet werden, verschwinden die Ergebnisse

C: Eine Verbindung ist die Keywordrecherche.
Im Marketing könnte man die Leistung verbinden, z.B. du hast eine Seite mit einem

Schmuckdesigner, diese ist suchmaschinenoptimiert und immer vor Weihnachten schaltest du eine Anzeige

12. Woraus bezieht der Knowledge Graph Informationen

- 2 Beispiele
- Hast du Einfluss auf den Inhalt des Knowledge Graph?

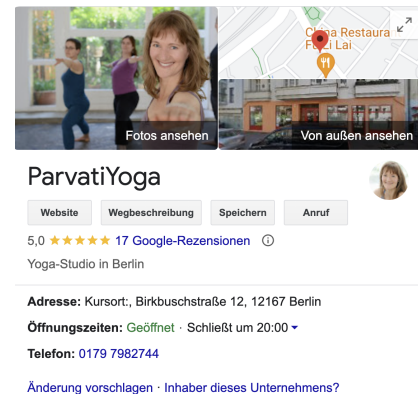
Der Knowledge Graph sammelt die Informationen aus dem Netz
Und stellt sie nach einem bestimmten Google Algorithmus zusammen → die Informationen bei Donald Trump sehen anders aus als bei Kokosöl

- Aus zuverlässigen Quellen → offiziellen Websites
 - Wikipedia
 - Ballotpedia
 - Regierungswebsite über Nahrungsmittel, bei Kokosöl
<https://fdc.nal.usda.gov/fdc-app.html#/food-details/171412/nutrients>

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	
Nährwertangaben	
Kokosöl	
Quellen: USDA	
Menge pro 100 Gramm	
Kalorien (kcal) 862	
Fettgehalt 100 g	
Gesättigte Fettsäuren 87 g	
Cholesterin 0 mg	

Knowledge Graph ist nicht Google Unternehmensprofil

Google Unternehmensprofil hat bestimmte Funktionalitäten, die immer gleich sind: Website, Wegbeschreibung, Anruf...
Google Unternehmensprofil wird auch automatisch oft erstellt, wenn eine Website mit Adresse hinterlegt ist und man diese Dienstleistung besuchen kann
Du kannst diesen Unternehmenseintrag in Besitz nehmen und alle Daten bearbeiten



Du brauchst kein Tool, musst dich nur anmelden

- Webadresse
- Öffnungszeiten
- Kontaktdaten mit Map

13. Keywords

- Was ist ein Keyword?
→ Suchbegriff oder Schlagwort, das Nutzer eingeben, um bestimmte Infos zu finden
- Was bedeutet Keyword-Recherche?
→ Die Suche nach sinnvollen Keywords, nach denen Webseiten oder eine ganze Domain optimiert werden soll
- Ziel einer Keyword-Recherche?
→ Verbesserung Traffic,
→ Wettbewerbsanalyse
→ Verständnis für Nutzerinteressen
→ Optimierung von Inhalten
- Welche Keyword-Arten gibt es? (Absichten)
→ allgemeine Keywords (Schuhe)
→ informative Keywords (Wie repariere ich meinen Laptop)
→ kommerzielle ... auf dem Weg zum Kauf, aber noch da - Produkte werden z.B: verglichen

→ Transaktionale Keywords (Der Suchende ist bereit, z.B. zu kaufen:
Hotel in Halle preiswert Messe)
→ lokale Suchen - Restaurant Hamburg Billstedt
Keyword nach Absichten:
Do, Know

e. Haben diese Keyword-Arten Vor- oder Nachteile?

Es ist schwer, z.B. bei allgemeinen Keywords gefunden zu werden wegen des hohen Suchvolumens oder bei kommerziellen Keywords ist die Konkurrenz sehr stark

f. In welchem Kontext der Suche?

Siehe E und Customer Journey - an welcher Stelle der Suche werden welche Keywords verwendet und was erwartet der User?

g. Wie könnt ihr, mit eurem jetzigen Wissensstand, Keywords recherchieren?

Ubersuggest, Mitbewerberanalyse, Answer the Public, Google Suggest, Google Keywords Planer, aus dem Bauch heraus

14. Was bedeutet bei Ubersuggest

a. Suchvolumen

→ Anzahl der monatlichen Suchanfragen für einen bestimmten Suchbegriff

b. SEO-Difficulty

→ Wie schwer es ist, in den organischen Suchergebnissen zu ranken

c. Paid Difficulty

→ Wie wettbewerbsfähig und wie teuer ist es, auf diesen Suchbegriff

eine Anzeige zu schalten

d. CPC

→ Cost per Click → durchschnittliche Kosten pro Klick pro Anzeige