

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

- SEO-Buch-PDF
- Agenda Unterricht

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).

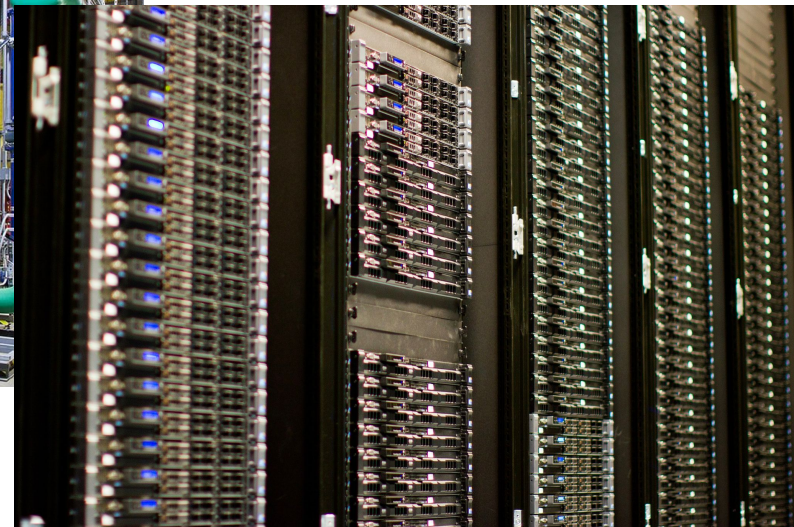
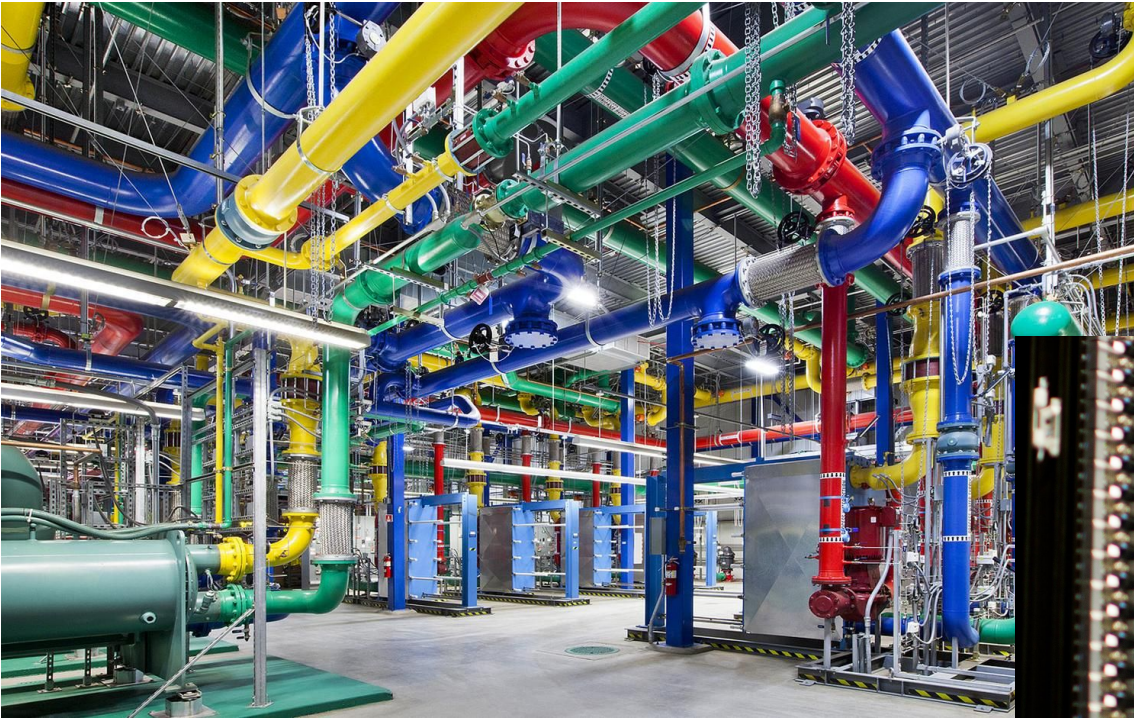
Sie erstellen einen Schlüsselwort-Index für die Dokumentbasis, um Suchanfragen über **Schlüsselwörter** mit einer nach **Relevanz** geordneten Trefferliste zu beantworten.

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

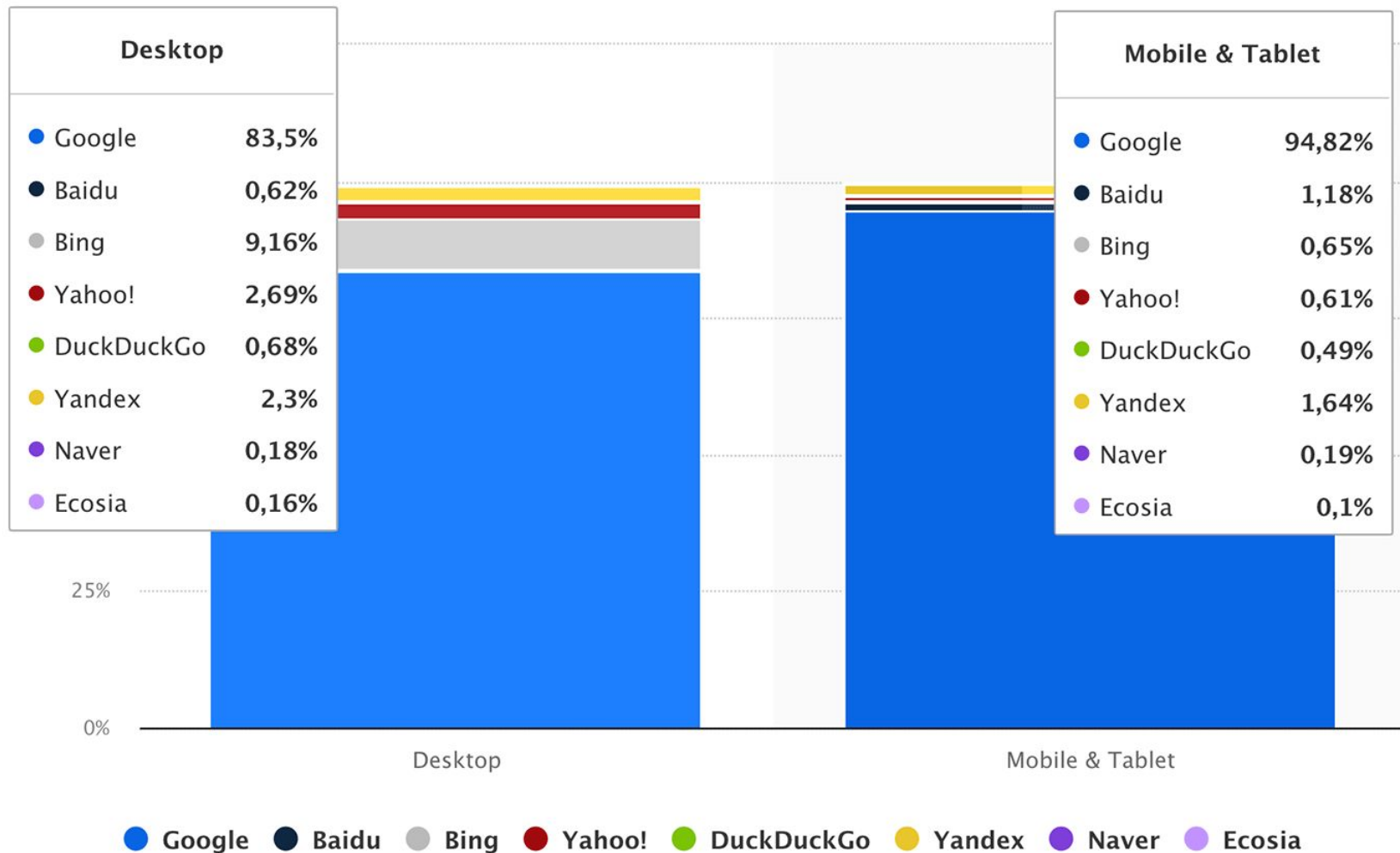
Suchmaschine von Microsoft, Nachfolger von MSN Search und Live Search. Seit 2009 werden Suchanfragen von Baidu mit englischen Begriffen an Bing weitergeleitet. Marktanteil weltweit 12%.

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 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. Google hat sich nicht der Forderung nach Zensur gebeugt und sich vom chinesischen Markt weitgehend zurückgezogen.



Details: Weltweit

© Statista 2023

Wie viele Suchen am Tag?

Google hält sich sehr bedeckt, was genaue & aktuelle Zahlen betrifft...

Diese Infos konnte ich finden:

Ende 2022 verarbeitete Google im Schnitt 99.000 Suchanfragen in einer einzigen Sekunde – das sind mehr als 8,5 Milliarden Suchanfragen pro Tag weltweit. Schauen wir 10 Jahre zurück, zeigt sich das gigantische Wachstum: 2012 waren es „lediglich“ 3,5 Milliarden tägliche Suchen.



Tweet: <https://twitter.com/Google/status/1493681643290300425>

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

“Alternative Suchanbieter”



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



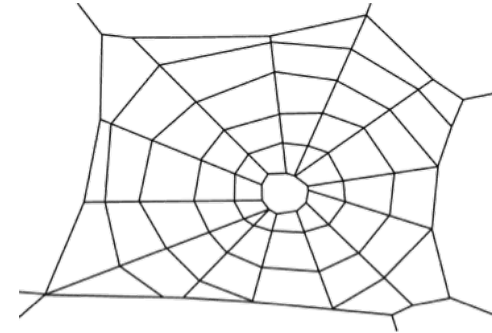
Beispiel Datenbank Excel :

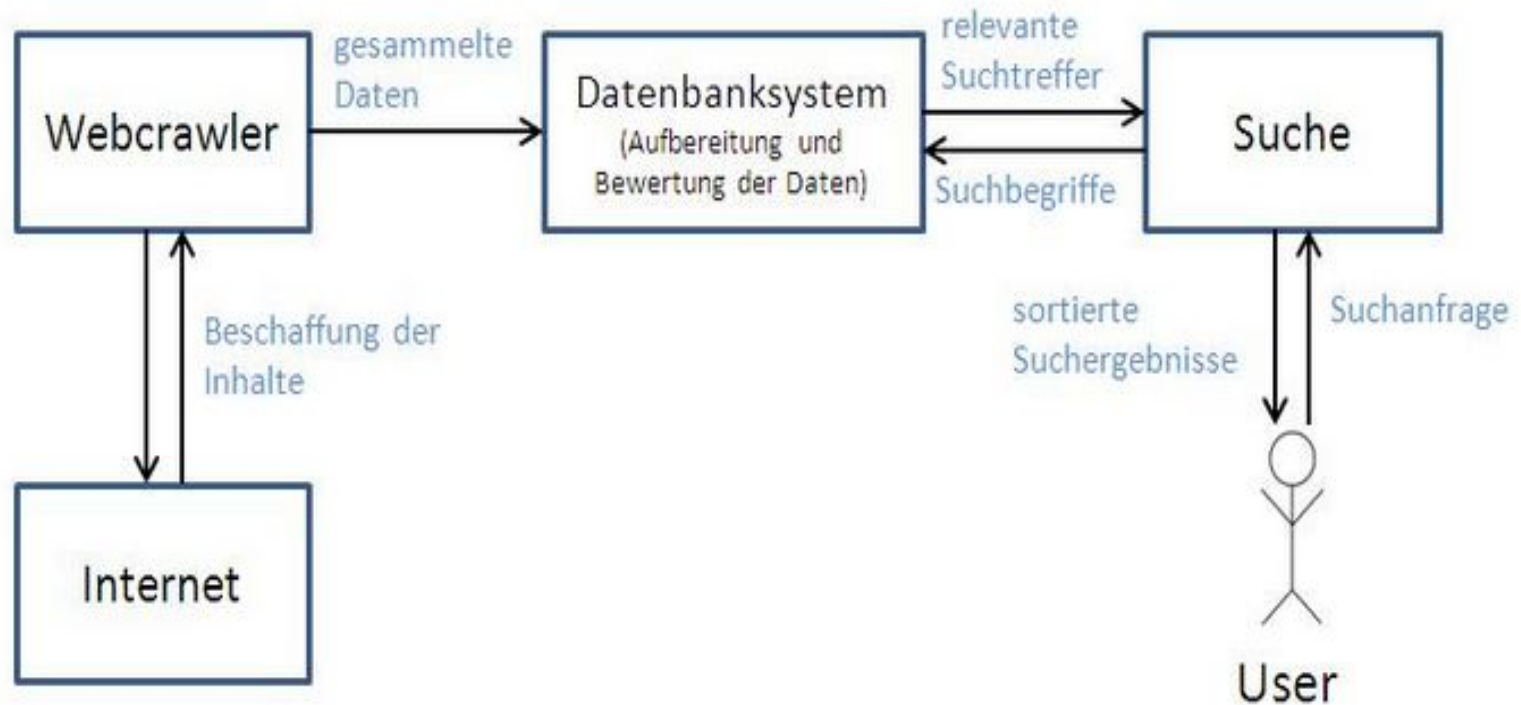
https://docs.google.com/spreadsheets/d/1R5_OQ6NihIkKdMmRmi2SwbzejPvxUTjbU3S2WxFzNcM/edit#gid=0

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.



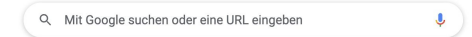


Vereinfachte Darstellung der Funktionsweise einer Suchmaschine

Zusammenfassend...

Mit 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.



Suchmaschinen gehören deshalb zu den wichtigsten Anwendungen im Internet, weil sie uns die Möglichkeit geben, Überblick zu behalten und sie machen Inhalte des Internets für jeden auffindbar.

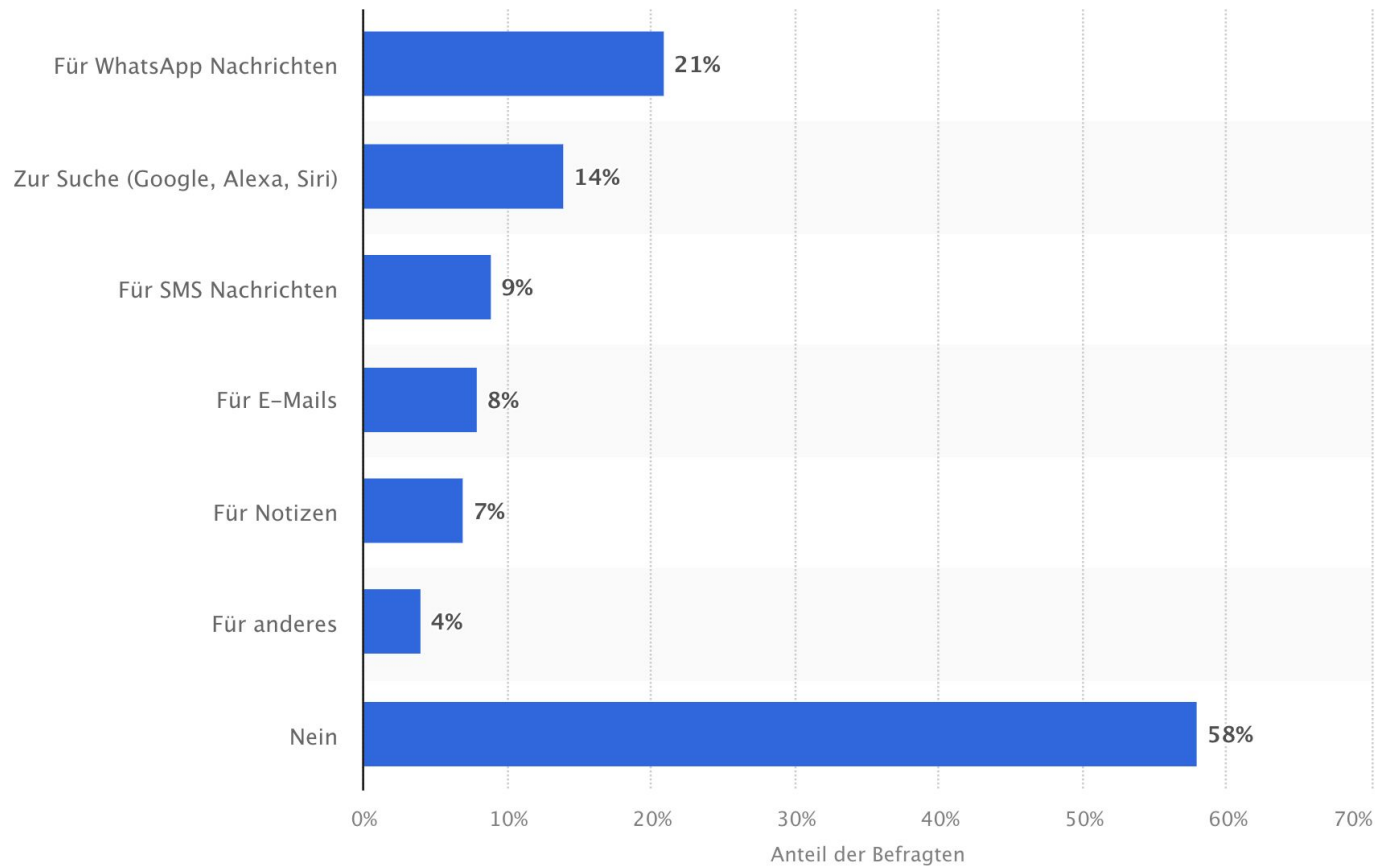
Suchverhalten im Internet

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**.
- **Suche**: 62% der Besucher schauen sich lediglich die den oberen Bereich der Suche bei Google (Endless Scrolling) und die erste Seite in anderen Suchmaschinen - Ecosia, Bing, etc.

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

Nutzen Sie die Spracheingabe an Ihrem Handy?



Details: Österreich; INTEGRAL; Herbst 2022; 1.000 Befragte; 18-65 Jahre; Computergestützte Webinterviews (CAWI)

© Statista 2023

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 ickelt, die auf der Analyse der Suchindexe der Google und Bing basiert. Danach umfasst der Google-WWW) aktuell circa 60 Milliarden Webseiten (Abb. 3). odik erklärt de Kunder auf seiner [Website](#).

Aktuell bedeutet hier: 2020



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

Google Search

I'm Feeling Lucky

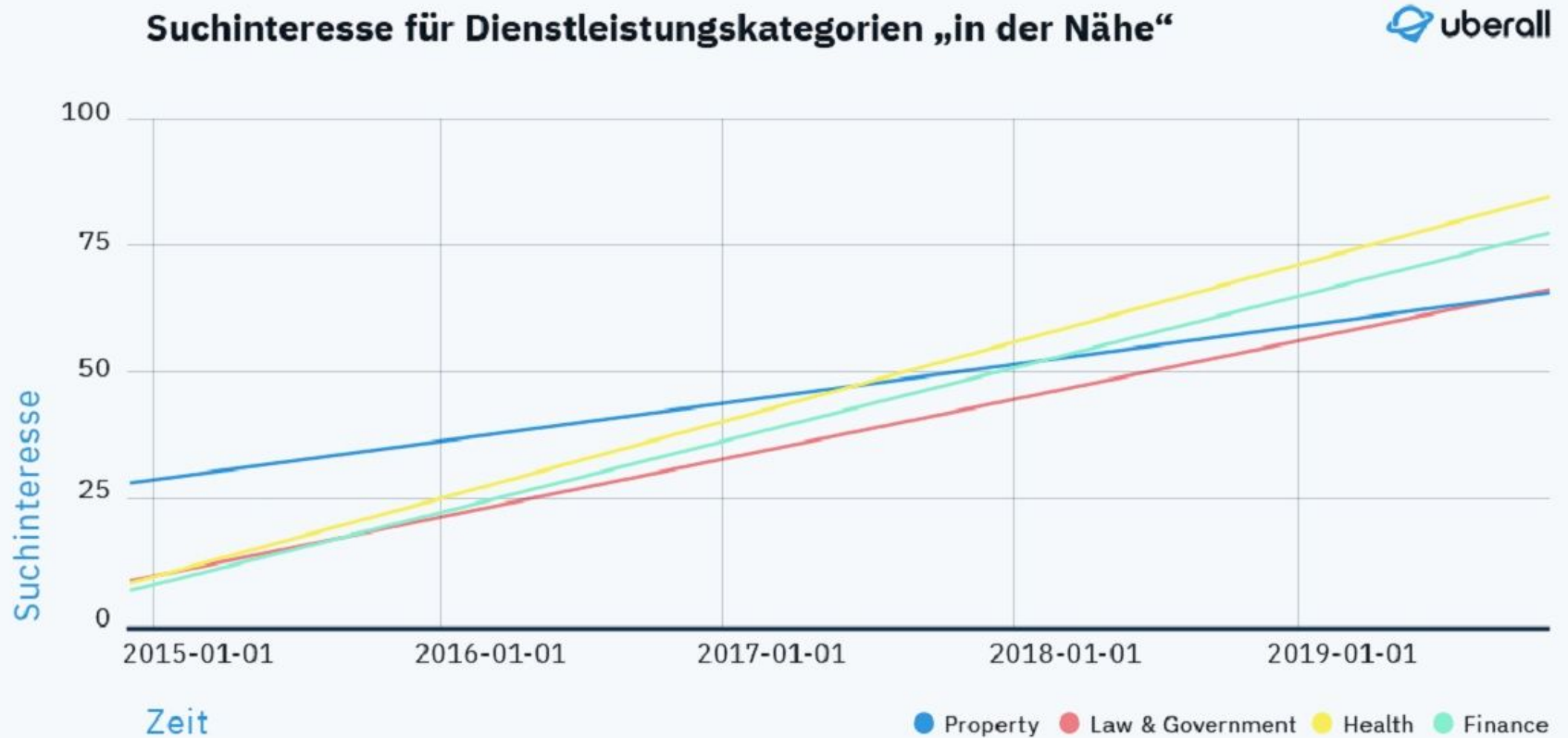
[Advanced Search](#)
[Preferences](#)
[Language Tools](#)

[News about hurricane Katrina](#)

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

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

Suchverhalten im Internet



Suchverhalten im Internet → lokale Suche

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

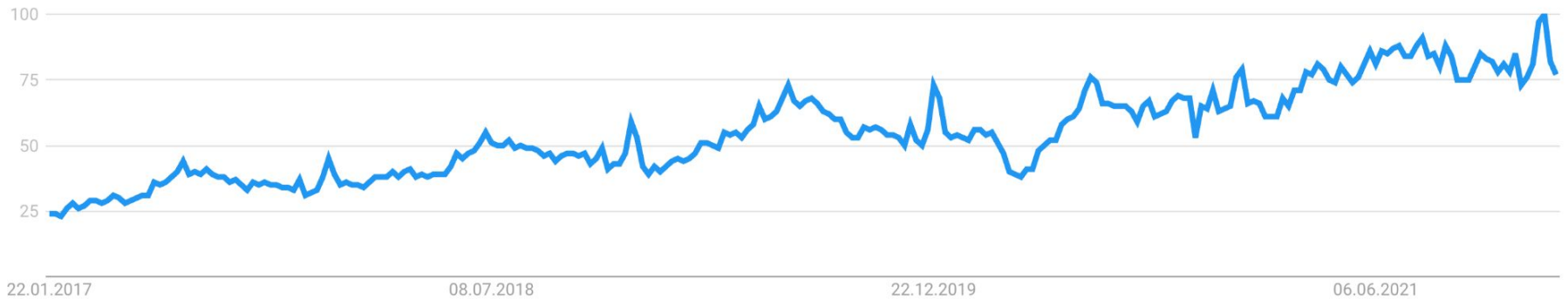
Die *lokale Suche* oder „Near Me“-Suche (abgeleitet aus der konventionellen, englischen Google-Anfrage wie zum Beispiel „car rental near me“) ist die Frage nach bestimmten Namen, Orten, Produkten oder Dienstleistungen.

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

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).

kokosöl

SEA & SEO

Produkte Produktwebseiten Bilder Videos Dm Flüssig Leber Nachteile Rossmann Alle Filter Suchfilter

Gesponsert :

Bio Kokosöl 1 L
5,75 €
KoRo Germany
+3,90 € Versand
5,75 €/l
★★★★★ (279)
Kokosöl
Von Google

Kokosöl, Geschmacksne...
7,79 €
GreatVita
+4,95 € Versand
★★★★★ (11)
Kokosöl
Von Smarketer

Bio Kokosöl, nativ extra...
14,90 €
Sunday Natural
+2,90 € Versand
14,90 €/l
★★★★★ (552)
Kokosöl
Von Google

Bio CS MCT Öl als natürlicher...
19,90 €
Sunday Natural
+2,90 € Versand
39,80 €/l
★★★★★ (100)
Kokosöl
Von Google

Desodorisiertes Bio Kokosöl 1 L
12,50 €
KoRo Germany
+3,90 € Versand
12,50 €/l
★★★★★ (94)
Kokosöl - Zitrone
Von Google

GreatVita Bio Kokosöl 1000 ml
9,99 €
shop-apotheke...
Kostenloser Ve...
9,99 €/l
★★★★★ (20)
Kokosöl
Von guentiger...

Bio Kokosöl, nativ, 5000ml i...
39,99 €
GreatVita
Kostenloser Ve...
87,50 €/l
★★★★★ (14)
Kokosöl
Von Smarketer

Bio Kokosöl 10 l - Eimer
87,50 €
KoRo Germany
+3,90 € Versand
87,50 €/l
★★★★★ (4)
Kokosöl
Von Google

Zentrum der Gesundheit
https://www.zentrum-der-gesundheit.de/.../Kokosöl

Kokosöl: Die Vorteile und Verwendungsmöglichkeiten
Kokosöl wirkt gegen Viren, Bakterien und Pilze. Die mittelkettigen Fettsäuren des Kokosöls wirken antimikrobiell, antiviral und antimykotisch – und zwar sowohl ...

Weitere Fragen :
Für was kann man Kokosöl verwenden?
Ist Kokosöl gesund oder nicht?
Kann man Kokosöl auch essen?
Was bewirkt ein Löffel Kokosöl am Tag?

Informationen zu diesem Ergebnis

könnte. Weitere Informationen

Datenschutzeinstellungen

Personalisierungsoptionen verwalten

Informationen zu diesem Ergebnis

könnte. Weitere Informationen

Datenschutzeinstellungen

Personalisierungsoptionen verwalten

Deine Suche und dieses Ergebnis

- Dieses Ergebnis enthält Produkte, die zu deinen Suchbegriffen passen
- Diese Produktinformationen, z. B. Produktbilder und Preise, können zu deiner Suche passen
- Dieses Ergebnis ist in Deutsch

Funktionsweise der Google Suche

Weitere Tipps für die Suche

Dies ist ein Suchergebnis, keine Anzeige. Nur Anzeigen sind bezahlt und immer mit „Gesponsert“ oder „Anzeige“ gekennzeichnet.

Feedback geben

Ölmühle Soling
https://www.oelmuehle-solling.de/.../bio-kokos-kaufe...

Bio Kokosöl kaufen (nativ)
Unser beliebtes Bio Kokosöl wird schonend aus erntefrischen Kokosnüssen gewonnen. Kokosnussöl ist ideal zum Backen und Braten oder als Brotaufstrich.
★★★★★ Durchschnitt: 4,3 - 7.490 Rezensionen - 2,00 € bis 11,90 € - Auf Lager

dm Bio Kokosöl nativ
2,55 €
dm-drogerie markt, 1+
Auch in der Nähe
4.3 ★★★★★ (2k+)

Ölmühle Soling bio Kokosöl
2 €
amazon.de, 10+
★★★★★ (8k+)

KoRo Kokosöl bio 1L
5,75 €
KoRo Germany, 4+
★★★★★ (279)

KoRo Desodorisiertes Bio Kokosöl 1L
12,50 €
KoRo Germany, 4+
★★★★★ (279)

Ölmühle Soling bio Kokosöl nativ
15,90 €
amazon.de, 5+
4.9 ★★★★★ (3k+)

Ölmühle Soling - Bio Kokosöl - nativ
5,90 €
Ölmühle Soling, 5+
4.9 ★★★★★ (3k+)

Bio Planète Bio Kokosöl nativ
11,99 €
bioplanete.de, 10+
5.0 ★★★★★ (10)

Ölmühle Soling Bio Kokosöl nativ
3,90 €
Ölmühle Soling, 5+
4.9 ★★★★★ (3k+)

Mehr Produkte anzeigen →

Rot: SEA, d.h. mit dem Klick auf die Anzeige = Gesponsert (mit oder ohne Bild), erzeuge ich demjenigen, die die Anzeige geschaltet hat, Kosten Pay per Click → PPC

Der Rest dieser Suche sind organische Ergebnisse

Rechts siehst den Knowledge Graph, der meistens Wikipedia und andere Wissensseiten zitiert, je nach Suche

kokosöl

Alle Shopping Bilder News Videos Mehr Einstellungen Suchfilter

Ungefähr 3.230.000 Ergebnisse (0,54 Sekunden)

Anzeigen · kokosöl ansehen

Kokosöl

Speisefett

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

Rauchpunkt

Dichte

Haltbarkeit

Gut

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?

Google

kokosöl

Bilder News Videos Bücher

Feedback geben

kokosöl, nativ gepresst...

Bio Kokosöl, nativ extra...

dmBio Kokosöl, nativ...

14,90 €

3,25 €

14,90 €

10,83 €

14,90 €/1l

dm-dr...

547

Kokosöl

Kokosöl

Smarter

Von Google

Von G

Amazon

Kokosöl Kaufen - Amazon.de®

auf Amazon Angebote für kokosöl im Bereich...

Stand Juli 2023

1

3.1

4

3.2

5

6

6

Übersicht Nährwertangaben Rezepte

Rezepte

Kokosnussöl Rezepte – 7 leckere Varianten

Kokosfett & Kokosöl – gesund oder nicht?

Kurze Videos

Ob das Risiko für Herzinfarkt dadurch steigt, ist aber Kokosöl ist kein Gift | "Kokosöl ist das rein..."

Legende ??

nädlich ist

Unterschied: SEO, SEA, Universal Search >> Youtube

1. Suchbegriff "Kokosöl"
2. Suchvolumen
- 3.1 SEA → PLA - Pay per Click
- 3.2 SEA → Anzeige - PPC
4. Knowledge Graph
5. Ähnliche Fragen (verschiedene Homepages → SEO)
6. SEO → Organische Suchergebnisse

Auf dem Handy: Universal Search → Bilder, Videos, Maps etc. zum Thema, hier YouTube Shorts

Stand Juni 2023

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.

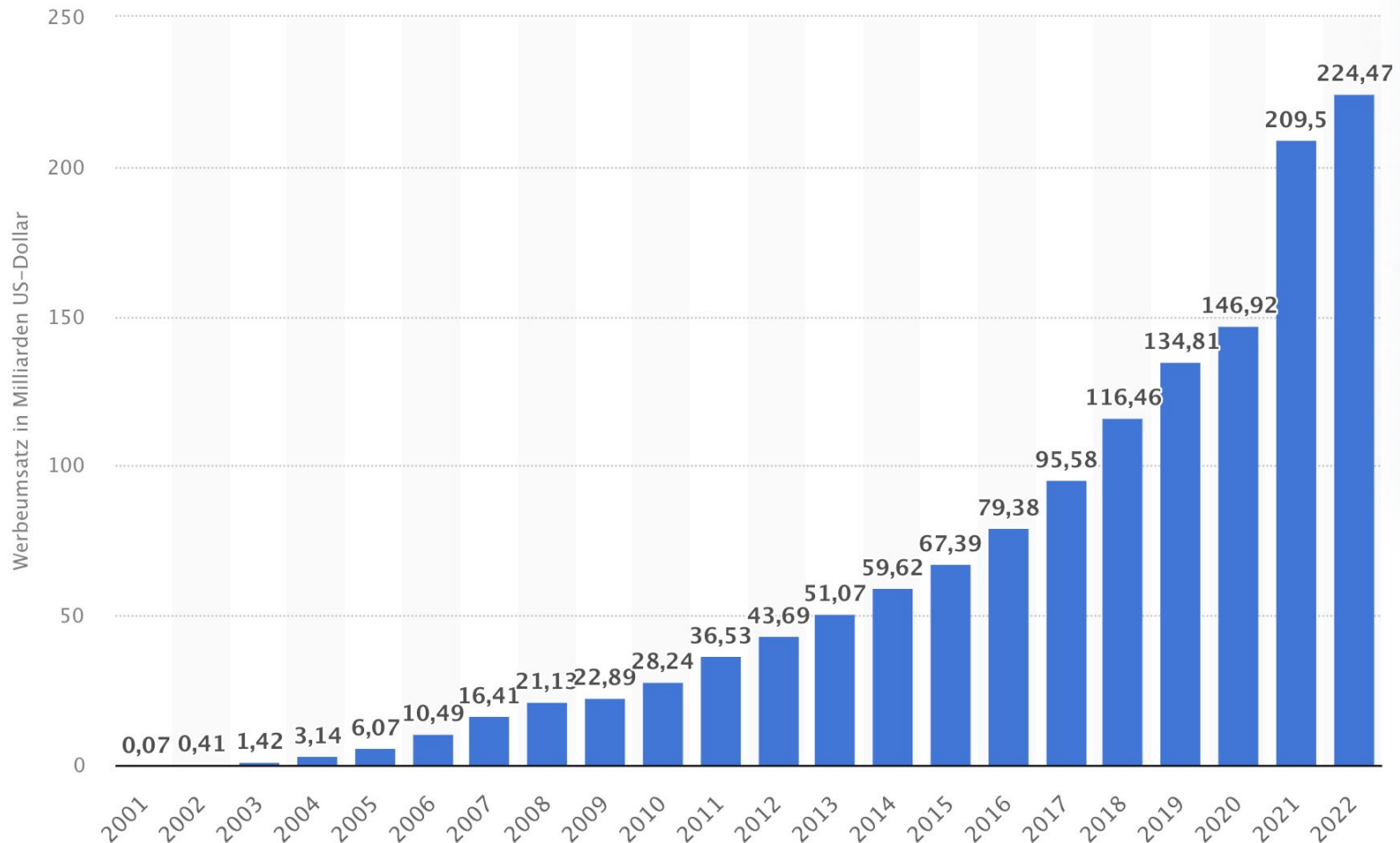
SEO teilt sich dabei in die Teilbereiche Onpage Optimierung und Offpage Optimierung, die sich hingegen wieder in Teilbereiche wie z.B. Linkbuilding (Linkaufbau/Backlinks) oder SMO (Social Media Optimization) aufteilt.

(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 2001-2023



© Statista 2023

Der Werbeumsatz von Google ist stetig gestiegen und überschritt im Jahr 2021 erstmals die Grenze von 200 Milliarden US-Dollar. Auch im Jahr 2022 stiegen die Werbeumsätze von Google weiter: Mit Werbung setzte das Unternehmen rund 224 Milliarden US-Dollar um. Die Gesamtumsätze von Google lagen im Jahr 2022 bei rund 279,8 Milliarden US-Dollar. Die Konzernmutter Alphabet setzte im gleichen Zeitraum insgesamt rund 282,84 Milliarden US-Dollar um. Somit wird annähernd der gesamte Umsatz von Alphabet von Google erwirtschaftet.

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) zu schauen 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*.

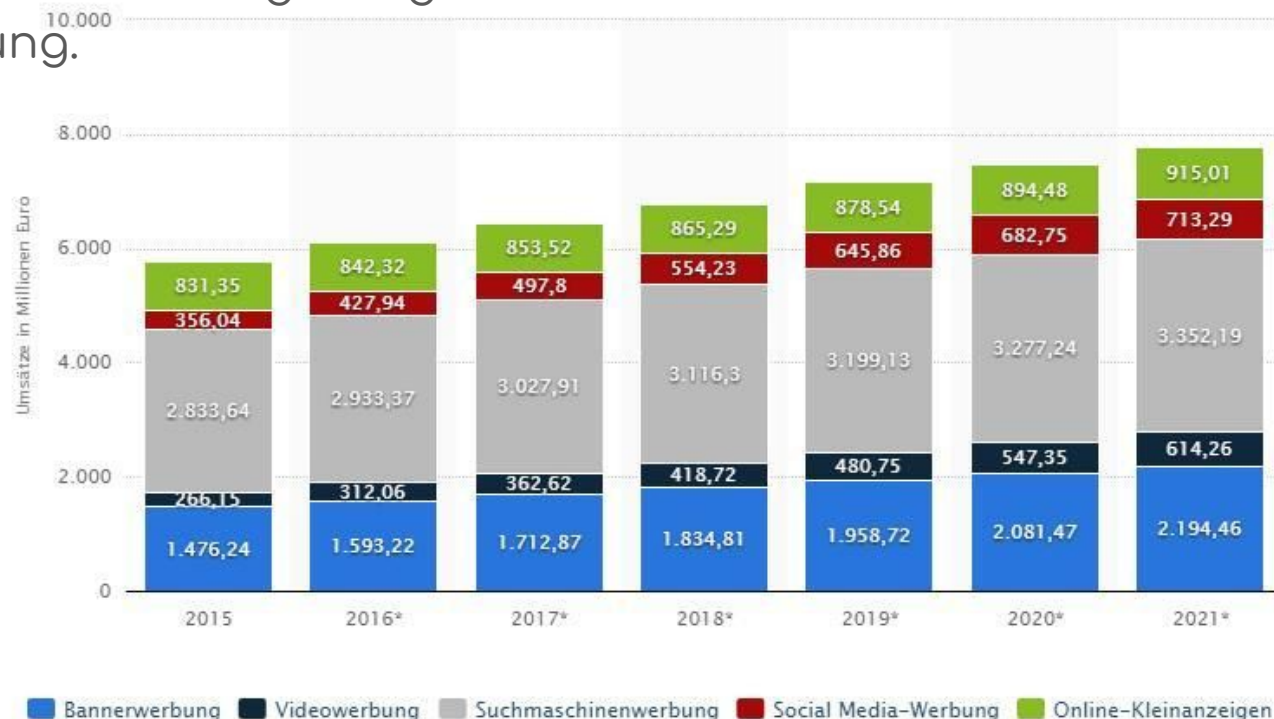
Die Werbung ist auf den vom Nutzer eingegebenen Suchbegriff und somit auf dessen Bedürfnisse ausgerichtet.

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/>

Ungefähr 4.100.000 Ergebnisse (0,54 Sekunden)

Ergebnisse für **Berlin** · Region auswählen

Gesponsert

GALERIA.de
https://www.galeria.de › berlin

GALERIA in Berlin - GALERIA Alexanderplatz

Entdecken Sie Ihre Favoriten online auf GALERIA.de oder in unserer Filiale in Berlin. Top Online- und Filial-Services entdecken & das Beste aus beiden Welten...

📍 Berlin · 11 Standorte in der Nähe

Der neue Prospekt ist da

Entdecken Sie jede Woche neue Angebote. Jetzt auf GALERIA.de!

Jetzt Angebote entdecken

20% auf Chantelle und Passionata beim Kauf ab 2 Artikeln sparen.

30% auf DESIRÉE Wäsche*

Zeit für Schnäppchen: Sparen Sie satte 30% beim Kauf ab 2 Artikeln!

20% auf sloggi Artikel*

Jetzt Rabatt sichern beim Kauf ab 2 Artikeln der Marke sloggi.

GALERIA.de
https://www.galeria.de › berlin › alexanderplatz-9

GALERIA Berlin Alexanderplatz

GALERIA Berlin Alexanderplatz · +49 30 247430 · Di. 10:00 - 20:00 geschlossen. Mi. 10:00 - 20:00 geschlossen. Do. 10:00 - 20:00 geschlossen. Fr. 10:00 - 21:00 ...

https://www.galeria.de › filialen › berlin

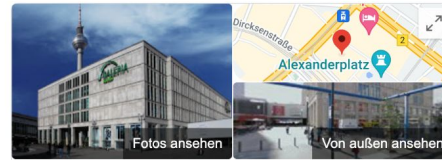
Alle Standorte > Berlin

Alle Standorte > Berlin · GALERIA Berlin Alexanderplatz. Alexanderplatz 9, 10178 Berlin, DE · GALERIA Berlin Hermannplatz. Hermannplatz 5-10, 10967 Berlin, DE.

Ähnliche Fragen

- Welche Galeria Kaufhof in Berlin werden geschlossen?
- Welche Filialen von Kaufhof bleiben?
- Welche Häuser von Karstadt werden geschlossen?
- Wie viele Kaufhof Filialen werden geschlossen?

Feedback geben



GALERIA Berlin Alexanderplatz

Website Wegbeschreibung Speichern Anruf

4,2 ★★★★★ 9.271 Google-Rezensionen

Kaufhaus in Berlin

Serviceoptionen: Einkaufen im Geschäft · Abholung im Geschäft · Lieferdienst

Die Galeria Berlin Alexanderplatz ist ein Kaufhaus am Alexanderplatz im Berliner Ortsteil Mitte. Es wurde 1967–1970 vom Kollektiv Josef Kaiser im Stil der sozialistischen Moderne errichtet. Die ursprüngliche Metallfassade im Hortenstil wurde beim Umbau 2004–2006 durch eine Steinfassade ersetzt. [Wikipedia](#)

Adresse: Alexanderpl. 9, 10178 Berlin

Öffnungszeiten: Geöffnet · Schließt um 20:00

Vor 10 Wochen durch dieses Unternehmen aktualisiert

Telefon: 030 247430

[Änderung vorschlagen](#)

Fragen und Antworten

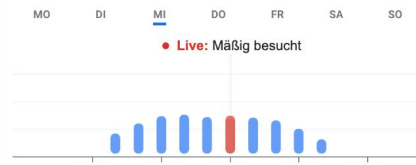
F: Wie heißt das Café in der Herrenbekleidung im galeria kaufhof alexanderplatz?

Fragen stellen

(Keine Antworten)

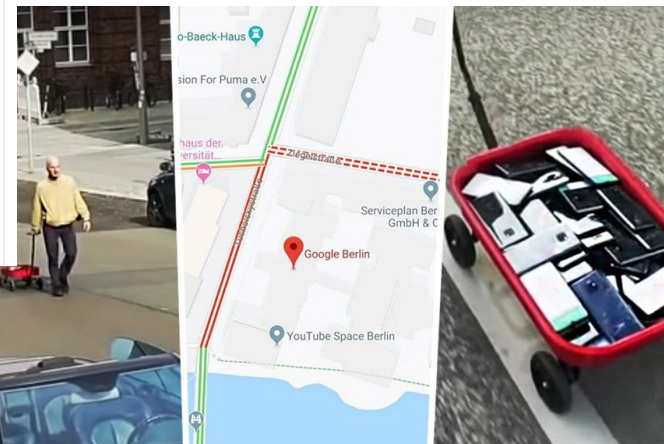
[Alle Fragen ansehen](#) (101)

Stoßzeiten



In der Regel verbringen Menschen hier 25 Min. bis 1 Std.

1. Suchbegriff
2. Suchvolumen
3. SEA → Anzeigenbereich, Pay per Click (gesponsert)
4. SEO → organische Suche
5. Google Unternehmensprofil
6. Stoßzeiten:
<https://support.google.com/business/answer/6263531?hl=de> → Stoßzeiten basieren auf einer Hochrechnung von Google. Die Grundlage sind Daten der zurückliegenden Wochen, abhängig davon, wie viele Smartphone-Nutzer ihren Standortverlauf aktiviert haben und wie häufig die jeweilige Location grundsätzlich besucht wird
7. Ähnliche Fragen



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 - 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
- **SEA = qualifizierter bezahlter Besucherfluss/ Anzeigenschaltung**
 - bezahlte Anzeigenteil (bis ca. Mitte 2023 im oberen bzw unteren Teil) ca. alle 9-10 organischen Suchergebnisse → Endlosscrollen
 - Bezahlprogramme wie Google Ads bzw. bing Ads ermöglichen eine Anzeigenschaltung
 - Abrechnungsmodell: Pay per Click (PPC-Modell)
- **SEO /SEA Keywords**
 - Organische Suche: SEO - gezielte passende Keywords innerhalb des Textes, z.B.: "Bikini häkeln" und was dazu gehört → ein Artikel, der erklärt, wie man Bikinis häkelt
 - Google Ads: SEA - Keywords: unbegrenzt viele Keywords und Begriffskombinationen auf eine Landingpage lenken: "Webdesign Berlin" "PHP-Version" "Bettina Heuser" etc.

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 werden)
- **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
- **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.)