

Unternehmerweb begrüßt Sie bei der kostenlosen Seminarabendreihe „UnternehmerWissen“

Seminarabend-Thema:	Grundlagen von Suchmaschinenmarketing & Suchmaschinenoptimierung
Vortragender:	Dipl. Ing. Jürgen Vogl , Geschäftsführer HIGH.ONE
Dauer:	45-minütiger Impulsvortrag - Gruppenarbeit: Keywordworkshop, Gestaltung einer Google Adwords Kampagne & Textierung eines suchmaschinenoptimierten Websiteinhalts.

Unsere Partner & Sponsoren



Kostenloser Wissenstransfer für Ihren Informationsvorsprung!

Suchmaschinenmarketing

Better Traffic

high.one Marketing OG

Vorstellung

- ▶ **Spezialisiert auf Online Marketing (Performance Marketing)**
 - ▶ Schwerpunkt E-Mail Marketing und Suchmaschinenmarketing
- ▶ **Suchmaschinenmarketing WIEN ENERGIE GmbH**
- ▶ **zahlreiche KMUs**

Referenzen



PUBLICIS



Suchmaschinen

Kennzahlen

- ▶ **Indizierte Seiten**
 - ▶ Google 30-100 Milliarden, bing etwa 1/7 davon
- ▶ **Server**
 - ▶ Google ca. 1,5 Millionen
- ▶ **Marktanteile Österreich**
 - ▶ Google ca. 90%
- ▶ **Die beliebtesten Suchanfragen 2009 (A, D)**
 - ▶ YouTube, Ebay und Wetter

Suchmaschinen

Allgemeines

- ▶ **Arten**
 - ▶ Volltextsuche (Google, bing, ...)
 - ▶ Webkataloge wie ODP (Sonderform: Social Bookmarkdienste z.B. delicious)

- ▶ **Wie indizieren Volltext-Suchmaschinen (z.B. bei Google)**
 - ▶ Googlebot, Google's Web Crawler
 - ▶ Googlebot > Google's Indexer > Google's Index Database
 - ▶ Google's Query Processor
 - ▶ keine Live-Ergebnisse sondern immer Stand der Index Database

- ▶ **Schlagwörter**
 - ▶ Universal Search
 - ▶ Personalisierte Suchergebnisse für alle (seit Dezember 2009)
 - Webseiten werden in einem Cookie 180 Tage gespeichert
 - Abstellen unter „Webprotokoll“, oder „&pws=0“ an die Suchanfrage anhängen

Suchmaschinenmarketing SEM

Begrifflichkeiten

- ▶ **Search Engine Optimization - SEO**
 - ▶ Massnahmen um das Suchmaschinen-Ranking der **organischen Suche** auf der Search Engine Result Page (SERP) zu verbessern
- ▶ **Search Engine Advertising - SEA**
(wird oft als SEM oder Sponsored Links bezeichnet)
 - ▶ bezahlte Einträge innerhalb der Suchergebnisseiten (SERPs)
 - ▶ Google Adwords, Yahoo! and Microsoft Search Alliance (yahoo + bing)

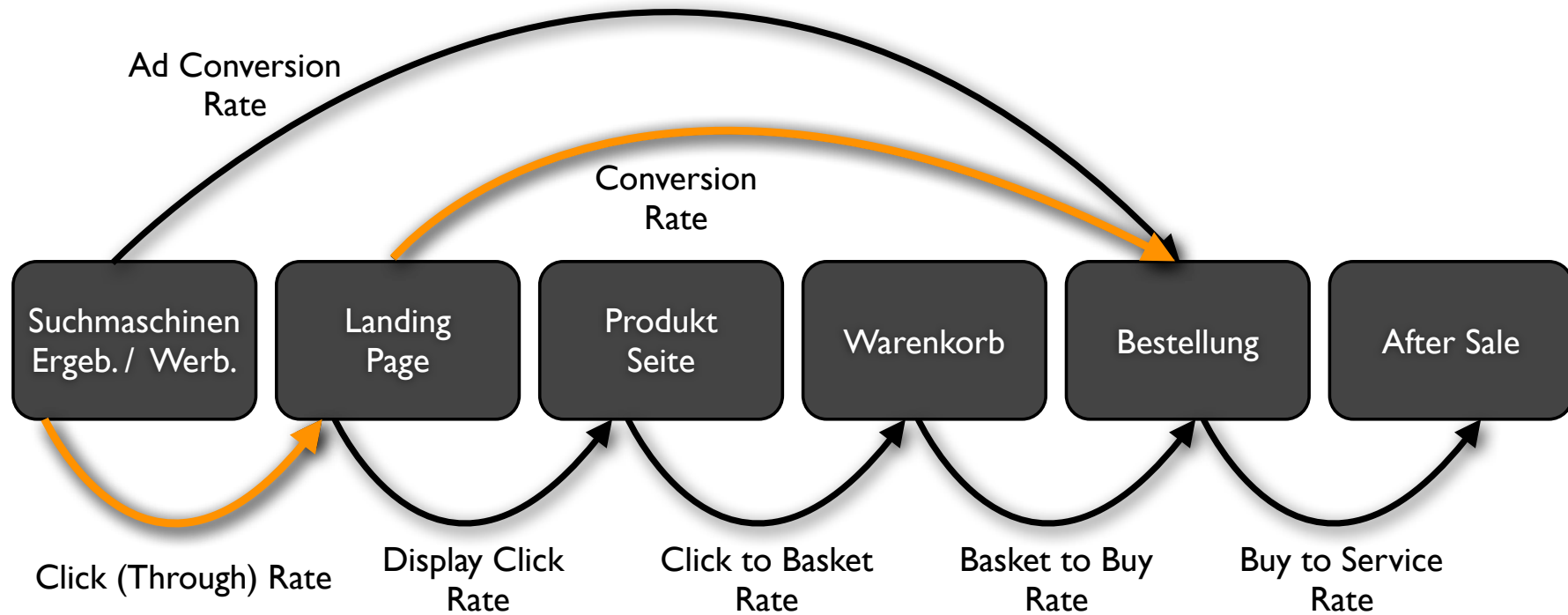
Suchmaschinenmarketing

Ziel der Aktivitäten

- ▶ **Ziel generell:**
 - ▶ Verbesserung der Sichtbarkeit innerhalb der Ergebnislisten der Suchmaschinen und damit den von suchmaschinengelieferten Traffic auf der Website zu erhöhen

- ▶ **Klare Zielvorstellung**
 - ▶ Zielbeispiel: Traffic is all
 - Die Anzahl an Besuchen ist das wichtigste (z.B. Push von Werbemitteln auf der eigenen Seite)
 - ▶ Zielbeispiel: Conversion is all
 - Erhöhung der gewünschten Aktivität auf der Website(z.B. eine Bestellung) - qualifizierter Traffic
 - ▶ Punktuelle Ziele
 - 20% mehr PageViews, 35% mehr Conversions

Messgrößen



Messbarkeit

Begrifflichkeiten

▶ Performance Marketing

▶ Messbarkeit

- Reaktionen der Zielgruppe sind eindeutig, zeitnah und vollständig beobachtbar und messbar.

▶ Modularität

- Die Kampagne zerfällt in viele kleine Budgetmodule, die individuell buchbar und beurteilbar sind.

▶ Optimierbarkeit

- Effizienz der Kampagne kann noch während der Laufzeit beeinflusst und damit verbessert werden.

▶ Vernetzung

- Performance-Marketing kann als Interaktionselement in eine klassische Kampagne integriert werden.

Search Engine Optimization (SEO)

Search Engine Optimization SEO

Bereiche

- ▶ **On-Page Optimierung**
 - ▶ Maßnahmen zur Verbesserung der Suchmaschinen-Position auf der Webseite selbst

- ▶ **Off-Page Optimierung**
 - ▶ Maßnahmen der Suchmaschinenoptimierung, die außerhalb der Webseite selbst liegen (Link-Popularity)
 - ▶ PageRank: spezielle Methode, die Linkpopularität einer Seite bzw. eines Dokumentes festzulegen. Das Grundprinzip lautet: Je mehr Links auf eine Seite verweisen, umso höher ist das Gewicht dieser Seite.

Search Engine Optimization SEO

Kriterien On Page Optimierung

- ▶ **Ausprägung URL-Rewrite („sprechende URLs“)**
- ▶ **Meta Angaben**
 - ▶ Title-Tag (Seitentitel): sehr wichtiger OnPage Faktor
 - ▶ Description-Tag: vor allem wichtig da in den Ergebnislisten angezeigt (Wichtig: auf jeder Seite anders)
 - ▶ Keyword-Tag: weniger relevant (derzeit)
- ▶ **Interne Verlinkung („Durchblutung“)**
 - ▶ Erfassung aller Seiten
 - ▶ Verteilung der Gesamtpower auf alle Unterseiten
 - ▶ Verringerung der Schwächung durch externe Link
 - ▶ Arten: Wikipedia Prinzip, Themenverwandte Links, Tagging (Tagclouds)

Search Engine Optimization SEO

Kriterien On Page Optimierung

▶ Inhaltserstellung

- ▶ Text: Keyworddichte im Bodytext von 4-6% aufweisen. Anfang und am Ende sollten die relevanten Keywords sowie Synonyme vermehrt auftauchen.
- ▶ Überschriften: Der Inhalt einer Webseite sollte in eine Überschrift sowie 1-2 Unterthemen unterteilt sein (H1-H3). Keywords in den Überschriften
- ▶ Textdesign:
 - Textauszeichnungen (fett, kursiv, ...)
- ▶ Universal Search Optimierung (Bilder)
 - Text in unmittelbarer Nähe des Images im Quellcode mit Keyword(s) versehen.
 - Alt- und Title-Attribut des Bildes mit Keyword(s) versehen
 - Dateinamen des Bildes mit Keyword(s) versehen

Search Engine Optimization SEO

Kriterien On Page Optimierung

- ▶ **Crawlerbility**
 - ▶ Dateigröße
 - ▶ Übersichtlichkeit
 - ▶ Content ist gut zugänglich
 - ▶ valides HTML

- ▶ **Duplicate Content**
 - ▶ keine einheitliche Verlinkung, d.h. die gleiche Seite ist über verschiedene URLs erreichbar
 - ▶ gleiche Texte auf verschiedenen Seiten (z.B. durch Paste&Copy)

- ▶ **XML Sitemap**

Search Engine Optimization SEO

Kriterien On Page Optimierung

- ▶ **Sonstige wichtige Kriterien**
 - ▶ Alter der Website
 - ▶ Aktualisierungsrate
 - ▶ Besucherverhalten: Absprungrate, Verweildauer der Besucher..

Fallbeispiel

Hommingberger Geopardenforelle

- ▶ Wettbewerb im Jahre 2005



Search Engine Optimization SEO

Kriterien Off Page Optimierung

▶ Wichtige Kriterien

- ▶ Domainpopularität: Die Anzahl der externen Links bzw. Backlinks ist das wichtigste externe Rankingkriterium.
 - Anzahl unterschiedlicher Domains
 - Themenrelevanz
- ▶ Empfehlungen: Immer wichtiger werden Empfehlungen von bestimmten Seiten bzw. Services.
 - Social Bookmark Dienste wie zum Beispiel Mr.Wong
 - Einträge in bestimmte Verzeichnisse, wie zum Beispiel DMOZ oder Wikipedia haben einen Positiven Effekt auf das Ranking einer Webseite.

Search Engine Optimization SEO

Nützlicher Dienst

- ▶ **Google Webmaster Tools (www.google.at/webmasters)**
 - ▶ Crawlability
 - ▶ Suchanfragen
 - ▶ Content-Analyse
 - ▶ Sitemaps
 - ▶ Eingehende Links
 - ▶ Löschen von URLs

Search Engine Advertising (SEA)

Search Engine Advertising SEA

Google Adwords

- ▶ **Wo erscheinen die Anzeigen**
 - ▶ Google SERP (Search Engine Result Page)
 - ▶ Werbenetzwerke
 - Suchwerbenetzwerk (Suchergebnisseiten Dritter)
 - Contentwerbenetzwerk (Google Anzeigen - Stichwort AdSense)

- ▶ **Anzeigenformate**
 - ▶ Text, Image, Handy Anzeigen, Videoanzeigen

Search Engine Advertising SEA

Google Adwords

- ▶ **Möglichkeiten**
 - ▶ Keyword-bezogene Kampagne
 - Suchseiten und Werbenetzwerk (CPC)
 - ▶ Placement-bezogene Kampagnen
 - Werbung nur im Google Werbenetzwerk (CPC od. CPM)

Search Engine Advertising SEA

Google Adwords

- ▶ **Wie wird die Anzeigenposition bestimmt?**
 - ▶ Max Cost Per Click (CPC) x Qualitätsfaktor (QF) = Faktor für Anzeigenrang
 - CPC: einstellbarer Wert der pro Klick bezahlt werden möchte
 - QF: u.a. die Klickrate der Anzeige
- ▶ **Beispiel (fiktive Zahlen)**

$$€2 \times 2 = 4$$

Staatsoper | Karte ab €20
 Tickets für fast alle Staatsopern
 Aufführungen. Sofort verfügbar!
www.allevent.com/Staatsoper-Wien

$$€1 \times 5 = 5$$

Oper, Konzerte in Wien
 Beim 1. Online-Kartenbüro in **Wien**
 Sicher Buchen. Ohne Gebühren!
www.vienna-opera.com

Anzeigen

Oper, Konzerte in Wien

Beim 1. Online-Kartenbüro in **Wien**
 Sicher Buchen. Ohne Gebühren!
www.vienna-opera.com

Staatsoper | Karte ab €20

Tickets für fast alle Staatsopern
 Aufführungen. Sofort verfügbar!
www.allevent.com/Staatsoper-Wien

Wien Konzerte, Oper

Alle **Wien** Konzerte, **Oper** und mehr!
 Online Simple und Sicher Buchen.
www.viennaticketonline.com

Wien Staatsoper Konzerte

Oper, Gala Konzerte, Walzer, Mozart
 Sparen Sie 10€. Buchen Sie direkt!
Wien-Oper.Tickets-Online.cc

Workshop

Erfolgreiche Kampagne erstellen

- ▶ AdWords Konto eröffnen
 - ▶ Tagesbudget, CPC, Geografische Ausrichtung, Datum,...
- ▶ Keywords ermitteln
- ▶ Optimale Anzeigentexte schreiben
- ▶ Ergebnisse messen
- ▶ Kontrolle

Zusammenspiel

Verzahnung der einzelnen Aktivitäten

- ▶ **Google Analytics**
 - ▶ Zusätzliche Informationen über Userverhalten - Nutzbar für SEO und SEA

- ▶ **SEA - SEO**
 - ▶ Wechselspiel der Massnahmen: z.B.: Bester Anzeigentext in Google Adwords kann für die Site-Description herangezogen werden.

- ▶ **Landingpage**
 - ▶ Für hohe Conversions ist eine geeignete Landingpage unverzichtbar

Workshop

Kunde

Ticketbüro

- ▶ Ticketverkauf mit Schwerpunkt Staatsoper
- ▶ Keywords
 - ▶ Singular/Plural
 - ▶ Variationen der Schreibweise
 - ▶ Ausschließende Keywords

Kunde

Ticketbüro

- ▶ Keyword-Tool
- ▶ Generelle Frage:
Besser einzelne Veranstaltungen promoten oder
Staatsoper allgemein?

Kunde

Ticketbüro

- ▶ **Anzeige schreiben für Staatsoper**
- ▶ **Anzeigen**
 - ▶ Titel (25 Zeichen inkl. Leerzeichen)
 - ▶ Text (35 Zeichen inkl. Leerzeichen)
 - ▶ URL (25 Zeichen inkl. Leerzeichen)

Kontakt

high.one Marketing OG

Schottenfeldgasse 63/Top 2

1070 Wien

www.highone.at

Ihre persönlichen Ansprechpartner:



Dipl. Ing. Jürgen Vogl
+43 664 394 22 93
juergen.vogl@highone.at

Peter Klupal
+43 664 14 14 909
peter.klupal@highone.at