

Gleich geht's los!

Bevor wir mit dem Webinar starten, einige organisatorische Hinweise vorab:



Fragen und Diskussion?

Sie sind stummgeschaltet. Schreiben Sie Fragen und Anmerkungen in den F&A-Bereich – wir gehen gerne spätestens am Ende des Webinars darauf ein!



Präsentation und Aufnahme?

Sie bekommen die Präsentation im Nachgang als Handout per E-Mail zugesendet! Dieses Webinar wird aufgezeichnet. Falls Sie dies nicht wollen, anonymisieren Sie bitte Ihren Namen.



Feedback und Anregungen?

Nach Beendigung des Online-Seminars werden Sie automatisch auf unsere Evaluationsumfrage weitergeleitet.

Jedes Feedback zählt!



Technik-/Tonprobleme?

Website aktualisieren, anderen Browser (nicht Internet Explorer) verwenden, über Telefon teilnehmen (Nummer s. Einladung) oder ggf. nochmal neu einwählen

Worum geht es?

Der Handel soll wettbewerbsfähig bleiben – wir unterstützen dabei!

Die Corona-Pandemie, der Krieg in der Ukraine und die damit verbundenen Preissteigerungen haben massiven Einfluss auf den Handel.

Geändertes Einkaufsverhalten, veränderte Kund:innenbedürfnisse, hohe Energiekosten – wer in Zukunft noch erfolgreich sein will, muss sich anpassen.

Die Initiative „Erfolgreich handeln“, gefördert durch das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie, hilft Ihnen dabei!

Von Januar 2023 bis Ende 2024 läuft das Projekt.

Vielleicht kennen Sie uns schon: Wir knüpfen an die Arbeit der Förderinitiative „Bayern hilft seinen Händlern“ an.

Aktuelles Webinare Hilfsmittel Sprechstunden Mediathek

ibi research
an der Universität Regensburg

CIMA.

Bayern hilft seinen Händlern

Neben den finanziellen Hilfestellungen unterstützt das bayerische Wirtschaftsministerium Einzelhändler und Werbegemeinschaften mit zwei maßnahmenbezogenen Initiativen. Diese werden von ibi research für Einzelhandelsunternehmen und von der CIMA für Werbegemeinschaften unterstützt.

Händler Werbegemeinschaften

Wie sieht unser Bildungsangebot aus?

Unsere Formate



Webseite & Newsletter



Workshops



Webinare



Mediathek | Webinar-aufzeichnungen

Unsere Themen

 E-Commerce	 Digitale Prozesse	 Nachhaltigkeit
 Digitale Sichtbarkeit	 Neue Geschäftsmodelle	 Soziale Medien
 IT-Sicherheit	 Bezahlverfahren	 ... und vieles mehr

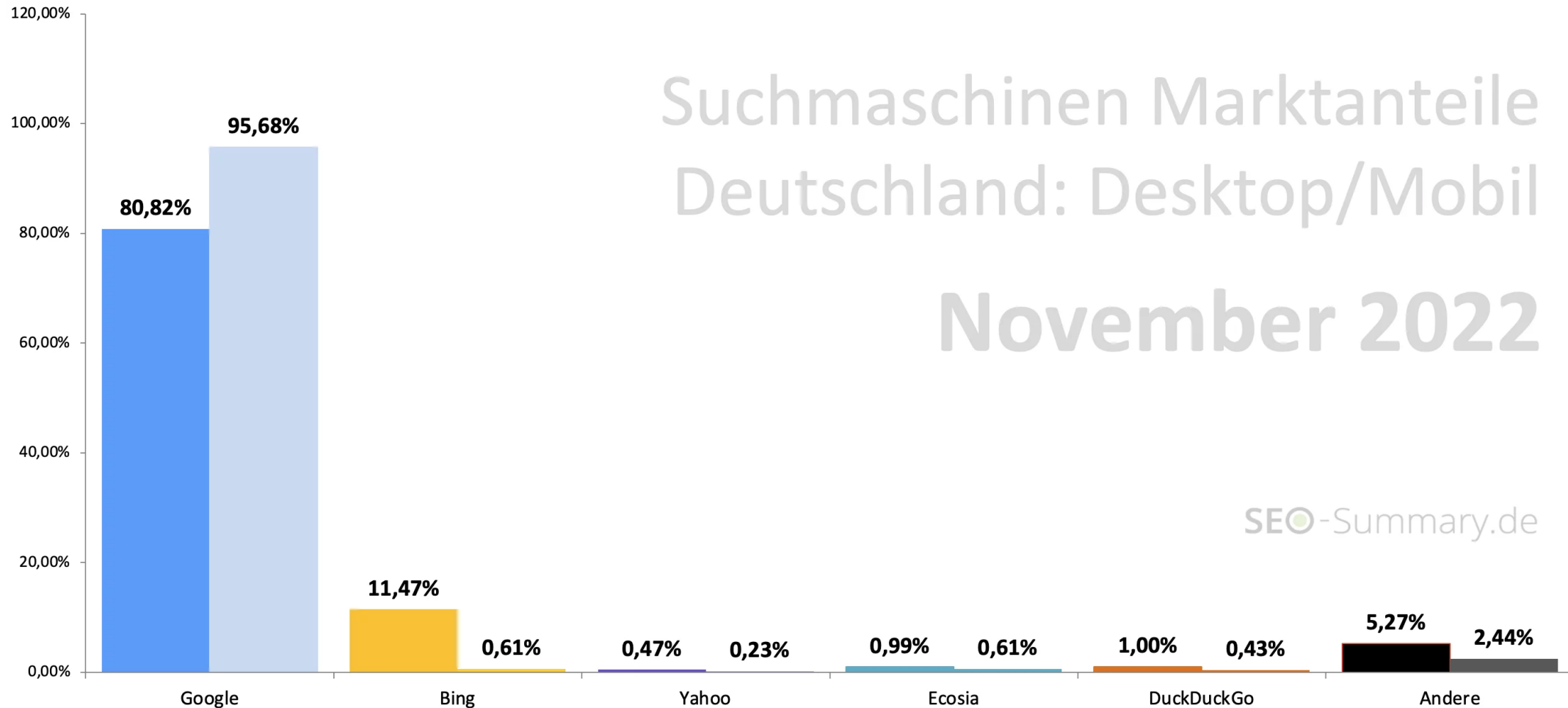
ibi

Search Engine Optimization (SEO)

Einstieg in die Suchmaschinenoptimierung



An Google führt kein Weg dran vorbei...



...hier müssen Sie gefunden werden

4 Mrd.

Suchanfragen täglich bei Google weltweit

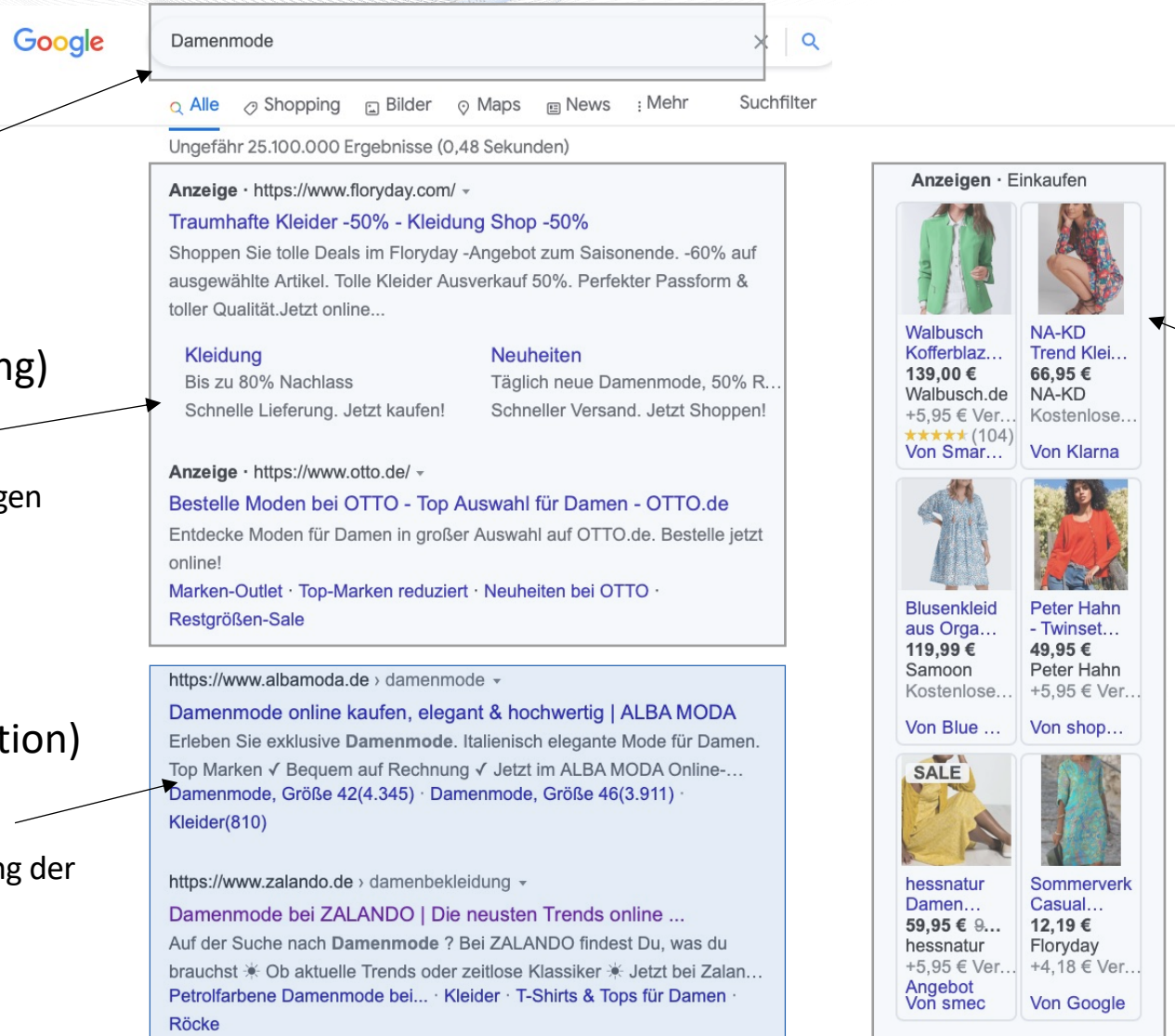
70 %

beginnen ihre Kaufentscheidung bei Google

80 %

suchen nach lokalen Informationen

SEO vs. SEA



Suchleiste

SEA (Search Engine Advertising)

- Anorganische Suchergebnisse
- Schalten von bezahlten Werbeanzeigen

SEO (Search Engine Optimization)

- Organische Suchergebnisse
- Technische und inhaltliche Anpassung der Webseite zur Platzierung

Google Shopping

01 Funktionsweise und Ziele

02 Optimierungsmöglichkeiten

03 SEO-Strategie und Keywords

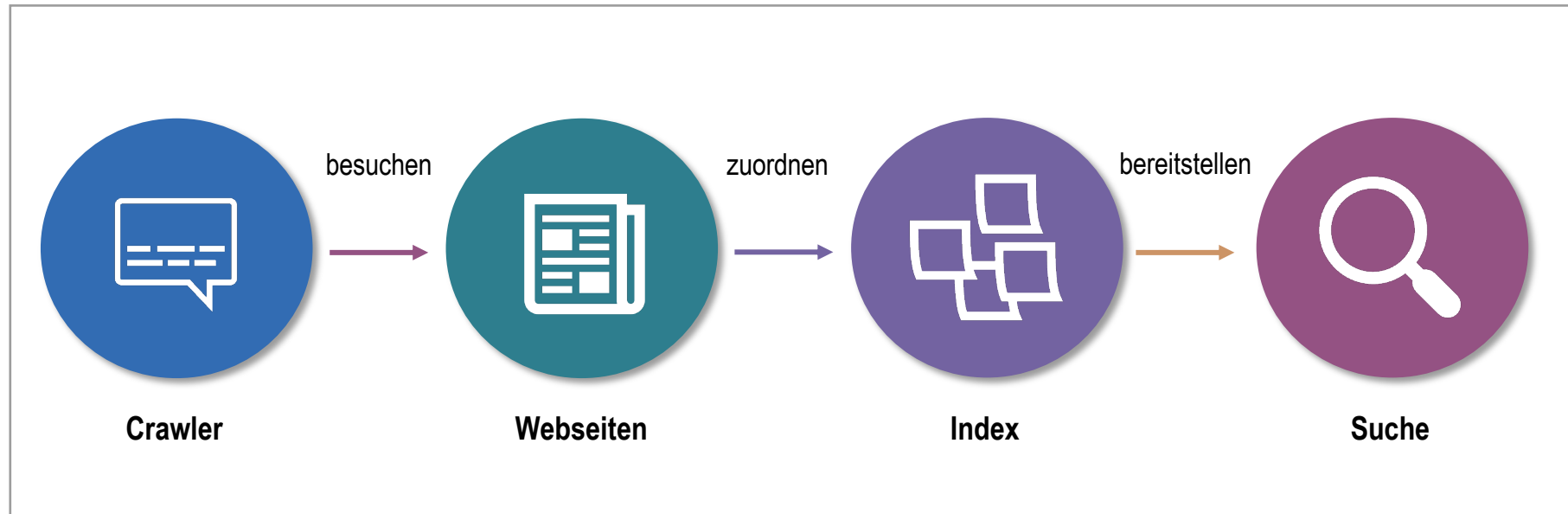
04 Tipps und Tools



01

Funktionsweise und Ziele

Funktionsweise der Suchmaschine



- Suchmaschine nutzt Algorithmus mit über 200 Faktoren
- Jede gefundene Seite wird bewertet und ins Verhältnis gesetzt
- **Ziel von Google:**
 - immer den besten, relevantesten Inhalt anzeigen
 - Antwort auf eine Suchanfrage liefern
 - schnellstmögliche Bereitstellung von nützlichem Inhalt
- **Ziel der Nutzer:innen:** Schnell das richtige und beste Ergebnis finden

Tipp: Als Betreiber der Seite immer im Sinne der Nutzer:innen denken!



02

Optimierungsmöglichkeiten

Möglichkeiten für die Optimierung

3 Bereiche, die optimierungsfähig sind



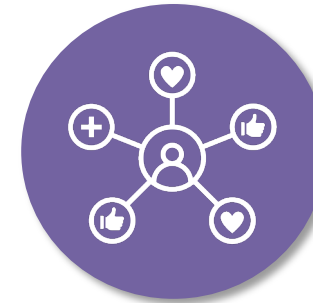
OffPage

- Verweise von externen Webseiten
- Presseartikel
- Links



OnPage

- Eigene Webseite
- Inhalte
- Technische Komponente



Social

- Präsenz auf Social Media
- Aktivität auf Soical Media

Möglichkeiten mit OnPage – Ein Überblick



Mobil-Freundlichkeit **URL** Meta-Description
Relevanz Indexierung
Interesse **Individualität** Nutzerfreundlich
Verweildauer
Aktualität **Verlinkung** **Ladezeiten**
Bildbeschreibung **Content** **Keywords**
Themenfokus **Seitenstruktur**
Überschriften
Sicherheits-Zertifikat

Individueller Content

In welchem Kontext suchen Ihre Nutzer:innen? Was wollen sie sehen?

- Relevante und gute Inhalte präsentieren
- Einbezug der Nutzer:innen
- Aufgabe / Funktion der einzelnen Seiten

Was sind Ihre Fragen? Nach was suchen sie?

- Keywords nutzen → vor allem Synonyme und verwandte Begriffe



Fokus
auf die
Zielgruppe!

Gliederung der Webseite in übersichtliche Abschnitte

Verwenden von Überschriften, weniger Fließtext

< h1 > Überthema

< h2 > *Unterthema*

< h2 > *mehrere Unterthemen*

→ einfacher für Nutzer und Suchmaschine

Google setzt auf „Mobile First“

→ Webseite soll mobil gut optimiert sein, sonst schlechteres Ranking

→ 60% des Traffics kommt über Smartphones



Achten auf
Hierarchie der
Überschriften!

Title Tags und Meta Tags optimieren

<https://www.schuhmuecke.de> › regensburg ▼

Mücke Filiale Regensburg im KÖWE - Schuhe, Mode & Marken

Sie möchten **Schuhe** & Mode kaufen? In **Regensburg** im KÖWE Einkaufszentrum finden Sie bei Mücke **Schuhe**, Mode & Accessoires für die ganze Familie.

title-tag

- title-tag für Unterseiten erstellen
- Titel soll Nutzer:innen animieren
- Keyword möglich vorne
- nicht mehr als 70 Zeichen

<https://www.schuhmuecke.de> › regensburg ▼

Mücke Filiale Regensburg im KÖWE - Schuhe, Mode & Marken

Sie möchten **Schuhe** & Mode kaufen? In **Regensburg** im KÖWE Einkaufszentrum finden Sie bei Mücke **Schuhe**, Mode & Accessoires für die ganze Familie.

meta-description

- Beschreibung = Meta-Description
- nur sichtbar in Suchergebnissen
- nicht zu lang, aber vollständig
- bis zu 160 Zeichen



- Backlinks → für Algorithmus als „Empfehlung“ angesehen
- Qualität vor Quantität → keine Fake-Links erstellen!
- Links mit Bezug zur Webseite
- Links zu Ihrer Webseite werden positiv bewertet → solange es echte Links sind!

■ Keine Verlinkung auf Ihrer Webseite?

- Zwischenlösung: Blog



■ Soziale Medien als Offpage-Strategie

- Suchmaschinen erfassen alle Websites, auch soziale Netzwerke
- Aktivität in sozialen Medien nutzen für die Reichweite

Backlinks: Links, die von anderen Webseiten auf Ihre Webseite verweisen



03

**SEO-Strategie und
Keywords**

Die Zielsetzung – Was will ich erreichen?

- ? Wie steigere ich **meine Bekanntheit** bzw. **Präsenz** in den Suchergebnissen?
- ? Wie kann ich die **Konkurrenz** verdrängen?
- ? Wie komme ich zu **mehr Traffic** / mehr Besuchern?
- ? Wie schaffe ich mehr **Kundenzufriedenheit**?
- ? Wie komme ich zu **mehr Umsatz** und **Conversions**?

! **Messung** der Ziele ist elementar wichtig

Conversion: Aktionen, die Besucher auf Ihrer Webseite ausführen.

SEO-Strategie formulieren

Die Zielsetzung – Ein Beispiel

Ich möchte ein **besseres**
Ranking bei Google
erreichen.

Don't

Do

Ich möchte beim **Keyword**
„Brautkleid kaufen“
innerhalb der nächsten 3
Monate unter den ersten 5
Suchergebnissen sein.



Tipp: Setzen Sie sich
messbare und spezifische
Ziele!

Die Zielgruppe – Wen will ich ansprechen?

! Traffic von den Personen, die **wirklich** potenzielle Kunden sind

Segmentierungskriterien

- Geographisch *Süddeutschland*
- Demographisch *Zwischen 20 und 40 Jahren*
- Psychographisch *Nachhaltig*
- Verhaltensorientiert *Geringe Preissensibilität*
- Sozioökonomisch *Mittleres bis höheres Einkommen*
- ...



Die richtigen Keywords...

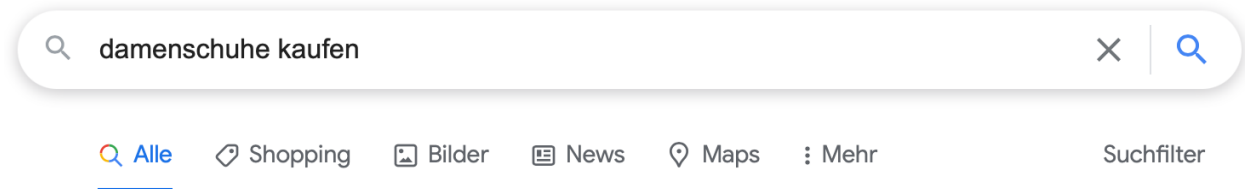
Über **15%** der Suchanfragen weltweit sind **neu** – jeden einzelnen Tag.



- ? Was suchen die **Nutzer:innen** / meine **potenziellen Kunden**?
- ? Wie sieht die **Konkurrenz** aus?

Die richtigen Keywords...

Der SKI – Suchvolumen-Konkurrenz-Index



Ungefähr 13.800.000 Ergebnisse (0,82 Sekunden)

Keyword	Suchvolumen	Suchergebnisse	SKI
Suchbegriff 1	4.600	520.000	0,8%
Suchbegriff 2	23.000	12.600.000	0,18%
Suchbegriff 3	150	12.000	1,25%

Suchvolumen

Suchergebnisse

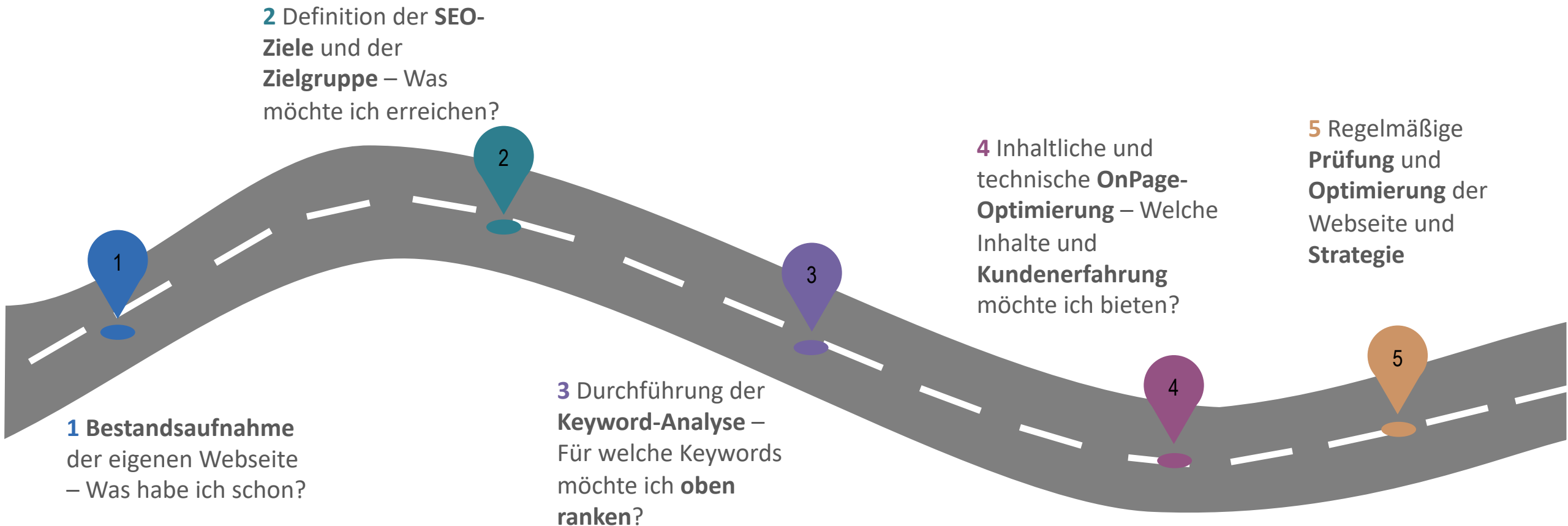
Tipp: Keyword Planer nutzen, Liste anfertigen und die Top 10 Keywords auswählen.



04

Tipps und Tools

Wo kann ich anfangen?



Prüfe Deine Webseite mit Seobility

https://ibi.de/

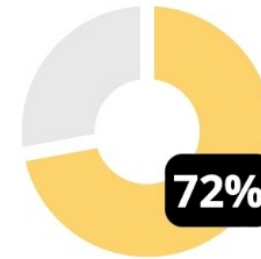
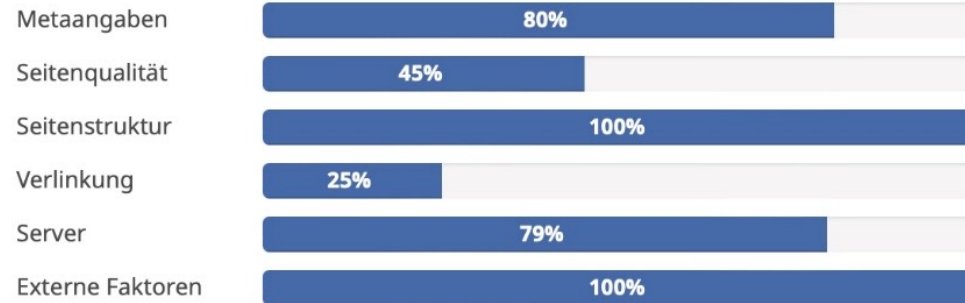
Webseite analysieren

Ibi.de - SEO Check

PDF Export

Übersicht der SEO Analyse

SEO Score



[SEO Score einbinden](#)

🕒 Antwortzeit	📄 Dateigröße	📄 Wörter	🖼️ Medien	🔗 Anzahl Links
0,33 s	64,50 kB	352	52	96 Intern / 10 Extern

To-do Liste mit SEO Optimierungen

4 To-dos

- Reduziere die Anzahl der eingebundenen JavaScript-Dateien. **Sehr wichtig!**
- Verbessere den Text der Meta-Description. **Wichtig!**
- Passe die H1 Überschrift besser an den Text an. (Nicht alle Wörter werden im Text wieder verwendet) **Wichtig!**

Willkommen bei Google Analytics

Mit Google Analytics können Sie die Daten Ihres Unternehmens mit kostenlosen Tools zentral analysieren und so bessere Entscheidungen treffen.

Achtung: Aktuell rechtlich sehr umstritten!

Messung starten

Umfassende Informationen

Sie erhalten ein detailliertes Bild der Nutzer Ihrer Website oder App. So können Sie unter anderem die Leistung Ihrer Marketingaktivitäten, Ihres Contents und Ihrer Produkte analysieren.

Einblicke, die Sie nur bei Google bekommen

Mit umfassenden Statistiken und maschinellem Lernen ermöglicht Ihnen Google, das volle Potenzial Ihrer Daten auszuschöpfen.

Mehr Erfolg durch die Analyse von Daten



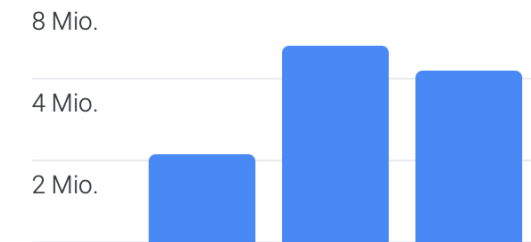
So funktioniert der Keyword-Planer

Lassen Sie sich bei der Recherche und der Auswahl der Keywords unterstützen.

Keywords recherchieren

Mithilfe des Tools zur Keyword-Recherche erfahren Sie, wie oft ein bestimmtes Wort gesucht wurde und wie sich das Suchvolumen im Laufe der Zeit verändert hat. So können Sie die wirklich wichtigen Begriffe in Ihre Keyword-Liste aufnehmen.

Suchanfragen für "Bekleidung"



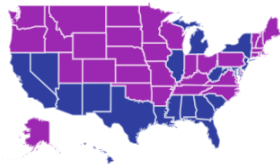
Diese Themen interessieren die Welt

Suchbegriff oder Thema eingeben

Möchten Sie mit einem Beispiel loslegen?

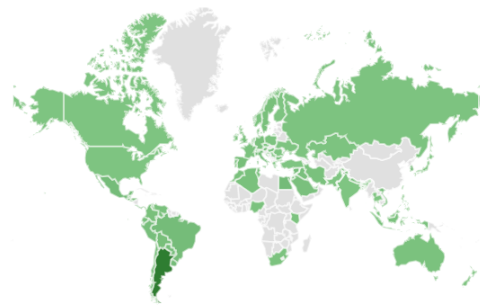
AUSBLENDEN

● Taylor Swift ● Kim Kardashian



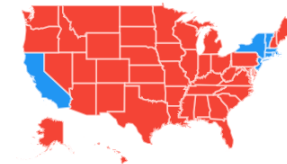
Interesse nach Unterregion, Letzte 7 Tage, Vereinigte Staaten

● Fußball-Weltmeisterschaft



Interesse nach Region, Letzte 7 Tage, Weltweit

● Fußball ● American Football



Interesse nach Unterregion, 2004 - heute, Vereinigte Staaten

Startleitfaden zur Suchmaschinenoptimierung



Für Anfänger und Fortgeschrittene...

The screenshot shows the Google Search Central documentation page. At the top, there is a navigation bar with links for 'Dokumentation', 'Support', 'Blog', 'Neuerungen', 'Veranstaltungen', and 'Fallstudie'. A search bar and a language selector set to 'Deutsch' are also present. Below the navigation bar, the 'Dokumentation' section is active, with sub-links for 'Einführung', 'Nur das Nötigste', 'SEO für Anfänger', and 'SEO für Fortgeschrittene'. The 'SEO für Anfänger' link is highlighted. The main content area features the title 'Startleitfaden zur Suchmaschinenoptimierung (SEO)' and the subtitle 'An wen richtet sich dieser Leitfaden?'. A 'Feedback geben' button is located to the right of the title. On the right side, there is an 'Inhaltsverzeichnis' (Table of Contents) with a link to 'An wen richtet sich dieser Leitfaden?' and a list of other topics including 'Einstieg', 'Glossar', 'Bist du auf Google?', and 'Was muss ich tun, damit meine Website in den Suchergebnissen...'. A blue button 'Die Search Console aufrufen' is located in the top right corner of the content area.

Google Search Central

Dokumentation ▾ Support Blog Neuerungen Veranstaltungen Fallstudie

Suche

Deutsch ▾

Die Search Console aufrufen

Dokumentation

Einführung Nur das Nötigste **SEO für Anfänger** SEO für Fortgeschrittene

Einführung

So funktioniert die Google Suche

Startleitfaden zur Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Einführung in die Indexierung

Unternehmensinformationen auf Google einrichten

Einführung in die Search Console

Startseite > Search Central > Dokumentation > SEO für Anfänger

War das hilfreich? 👍 💬

Startleitfaden zur Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Feedback geben

Inhaltsverzeichnis

An wen richtet sich dieser Leitfaden?

Einstieg

Glossar

Bist du auf Google?

Was muss ich tun, damit meine Website in den Suchergebnissen...

5 Dinge, die Sie heute mitnehmen sollten...

- 1 An Google führt kein Weg vorbei – setzen Sie hier Ihren **Fokus** und erlangen Sie neue **Verkaufschancen!**
- 2 SEO betrifft die **inhaltliche** und **technische** Optimierung der **eigenen Webseite**.
- 3 **Relevante** und **individuelle Inhalte** fördern die Qualität Ihrer Webseite – und damit Ihr **Ranking!**
- 4 Definieren Sie **klare** und **messbare Ziele** für eine erfolgreiche SEO-Strategie.
- 5 Nutzen Sie **hilfreiche Tools** und **bleiben Sie stets am Ball!**



Unsere Webseite



- ✓ Veranstaltungsübersicht und Anmeldung
- ✓ Mediathek mit Erklärvideos und Webinaraufzeichnungen
- ✓ Veranstaltungsarchiv mit Handouts
- ✓ Ansprechpartner
- ✓ Newsletter



The screenshot shows the website interface for 'Erfolgreich handeln'. At the top, there are accessibility options: 'Gebärdensprache', 'Leichte Sprache', and 'Seite vorlesen'. Below this is a navigation bar with 'Menü' and 'Suche' icons, and the text 'Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie' next to the state coat of arms. The main content area has a dark blue header with the title 'Erfolgreich handeln' and a breadcrumb 'Home > Erfolgreich handeln'. Below the header is a 'Wichtige Links' section with buttons for 'Kontakt', 'Veranstaltungen', and 'Mediathek'. The main text area is titled 'Über das Projekt' and contains two paragraphs of text. Below the text is a blue button that says '→ Finden Sie Ihr Bildungsangebot'. Further down is a 'Kommende Veranstaltungen' section with a link '→ Alle Veranstaltungen'. Two event cards are shown: one for '10. Januar 2023 Webinar Energiesparen im Handel' and another for '17. Januar 2023 Webinar Google Unternehmensprofil: Schritt für Schritt zum eigenen Profil'. Each card includes the date, event type, title, time, and a 'Termin speichern' button.



- 14.02.2023 | 08:30 Uhr | Vertrieb über Marktplätze – Chancen, Herausforderungen und erste Schritte
- 16.02.2023 | 08:30 Uhr | Veränderungen erfolgreich gestalten - 5 Schlüsselfaktoren für Ihr Unternehmen
- 28.02.2023 | 08:30 Uhr | Self-Checkout-Technologien im Handel - Einsatzmöglichkeiten und Umsetzung
- 02.03.2023 | 08:30 Uhr | Fördermöglichkeiten und finanzielle Unterstützung für bayerische Einzelhändler: innen
- 07.03.2023 | 08:30 Uhr | Produkte online optimal in Szene setzen - Produktfotografie als Umsatz-Multiplikator für Ihren Online-Vertrieb
- 09.03.2023 | 08:30 Uhr | Cybercrime Awareness: Wie anfällig ist mein Unternehmen für Cyberattacken?
- und weitere: <https://www.stmwi.bayern.de/erfolgreich-handeln/veranstaltungskalender/>



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

ibi research an der Universität Regensburg GmbH

Galgenbergstr. 25

93053 Regensburg

Tel.: 0941 943-1901

Fax: 0941 943-1888

E-Mail: info@ibi.de




Lena Mergner


 Lena.Mergner@ibi.de



Michael Heinrich

 Michael.Heinrich@ibi.de

 ibi research an der Universität Regensburg GmbH
Galgenbergstraße 25 93053 Regensburg

 0941 943 1901