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

ERFOLGREICH HANDELN

Search Engine Optimization (SEO) - Einführung in die Suchmaschinenoptimierung

ERFOLGREICH HANDELN

Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie

Agenda

01 Initiative „Erfolgreich handeln“

02 Funktionsweise und Ziele

03 Optimierungsmöglichkeiten

04 SEO-Strategie und Keywords

05 Tipps und Tools

ERFOLGREICH HANDELN

01 Initiative „Erfolgreich handeln“

Projekt „Erfolgreich Handeln“ des Bayerischen Wirtschaftsministeriums

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 Kundenbedürfnisse, hohe Energiekosten – wer in Zukunft noch erfolgreich sein will, muss sich anpassen.

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

Projektlaufzeit: Januar 2023 bis Dezember 2024

Vorgängerprojekt: Die Förderinitiative „Bayern hilft seinen Händlern“

www.erfolgreich-handeln.bayern

ERFOLGREICH HANDELN

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

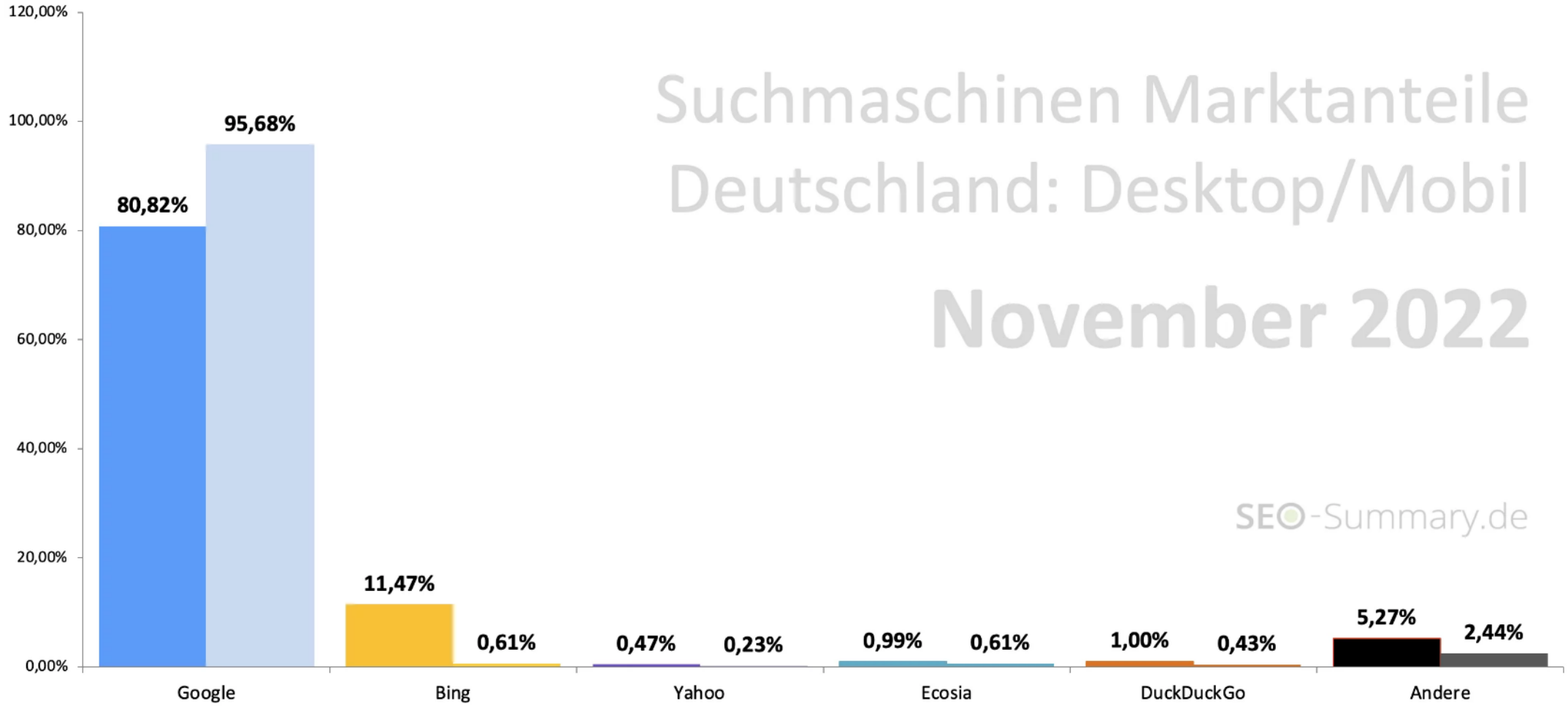
ERFOLGREICH HANDELN

Search Engine Optimization (SEO) - Einführung in die Suchmaschinenoptimierung

ERFOLGREICH HANDELN

Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie

An Google führt kein Weg dran vorbei…



https://seo-summary.de/suchmaschinen/

…hier müssen Sie gefunden werden

9 Mrd. Suchanfragen täglich bei Google weltweit

70 % beginnen ihre Kaufentscheidung bei Google

80 % suchen nach lokalen Informationen

SEO vs. SEA

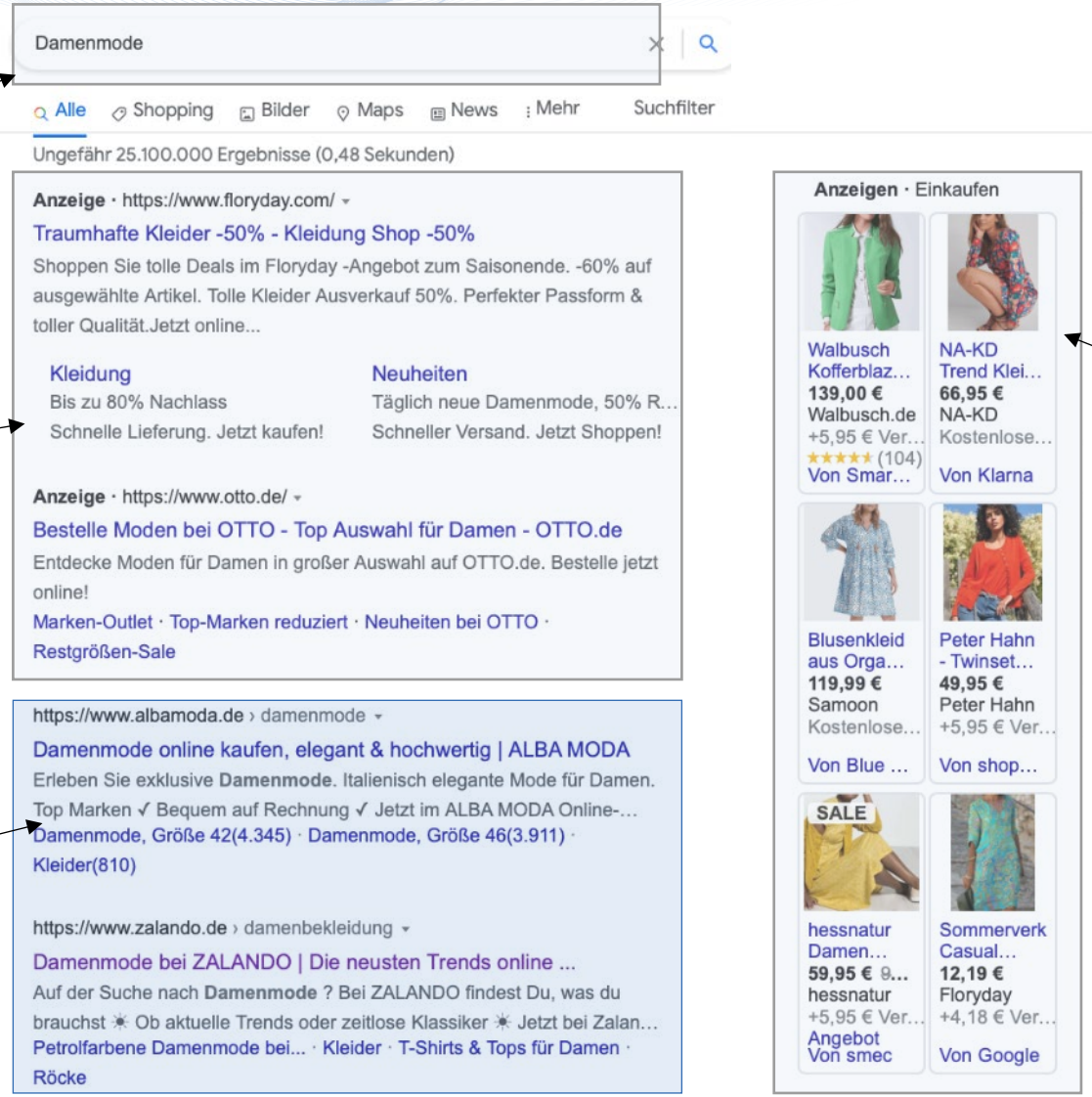
Suchleiste

SEA (Search Engine Advertising)

- Anorganische Suchergebnisse
- Schalten von bezahlten Werbeanzeigen

SEO (Search Engine Optimization)

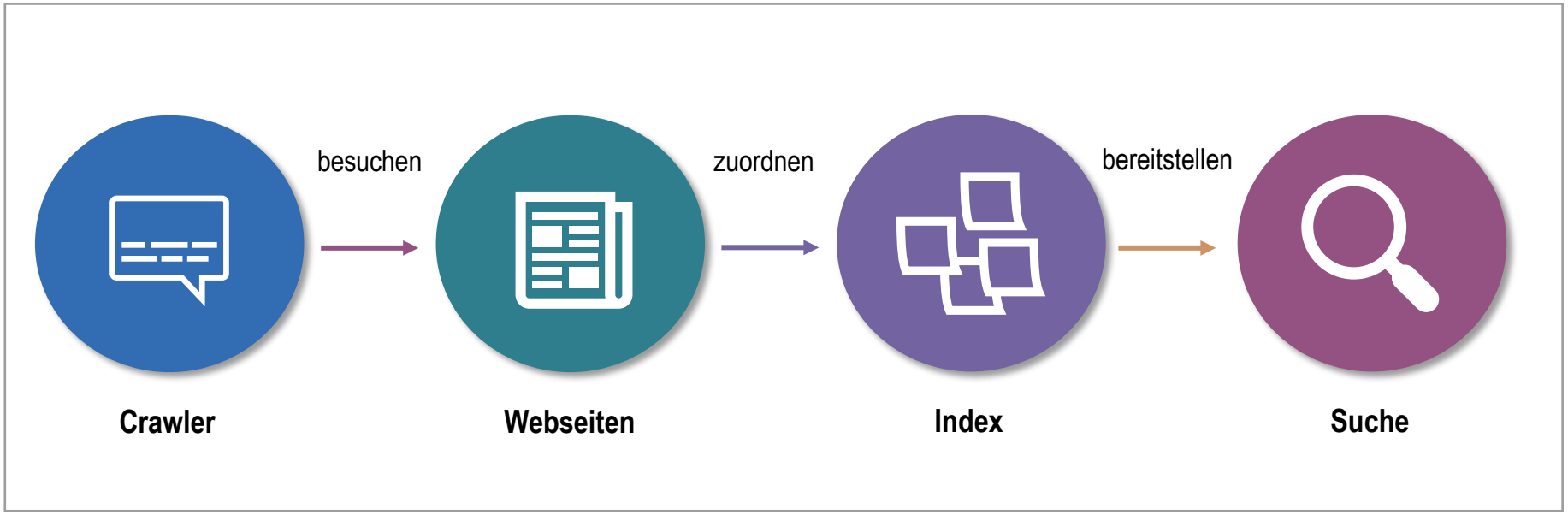
- Organische Suchergebnisse
- Technische und inhaltliche Anpassung der Webseite zur Platzierung



Google Shopping

02 Funktionsweise und Ziele

Funktionsweise der Suchmaschine



Ziele einer Suchmaschine

- 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**: Schnell das richtige und beste Ergebnis finden

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

Wie wird meine Seite geranked?

Verschiedene Faktoren beeinflussen, ob und wann ihre Website angezeigt wird

Eine Auswahl der wichtigsten Faktoren:

- Links, die auf Ihre Website zeigen
- Keywords
- Inhalt, Qualität und Tiefe
- Website-Geschwindigkeit und Ladezeit
- Mobile-Only Optimierung

- Woher weiß ich, welche meiner Seiten indexiert sind?

  site:ibi.de

über

200

Faktoren beeinflussen das Website-Ranking

Quelle

03 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

OnPage - Beispiele

Individueller Content

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

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

Was sind Ihre Fragen? Nach was suchen sie?

- Keywörter nutzen → vor allem Synonyme und verwandte Begriffe

Fokus auf die Zielgruppe!

OnPage - Beispiele

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

OnPage -Beispiele

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 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

OffPage und Soziale Medien

- 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!

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

- **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

04 SEO-Strategie und Keywords

SEO-Strategie formulieren

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

Don't

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

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!

SEO-Strategie formulieren

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…

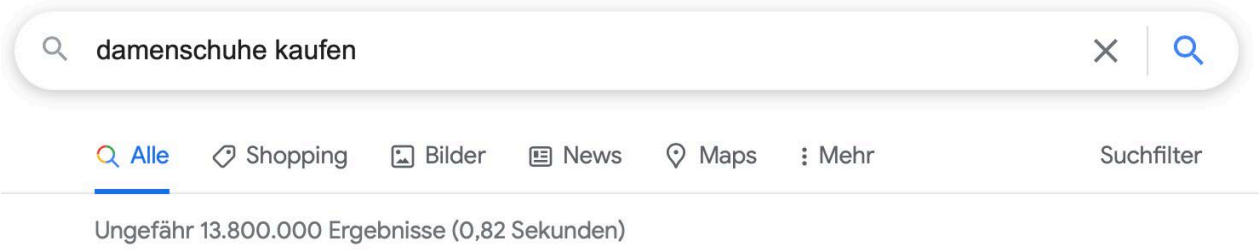
Über **15%** der Suchanfragen weltweit sind **neu** – jeden einzelnen Tag.

? Was suchen die **Nutzer** / meine **potenziellen Kunden**?

? Wie sieht die **Konkurrenz** aus?

Die richtigen Keywords…

Der SKI – Suchvolumen-Konkurrenz-Index



Suchvolumen

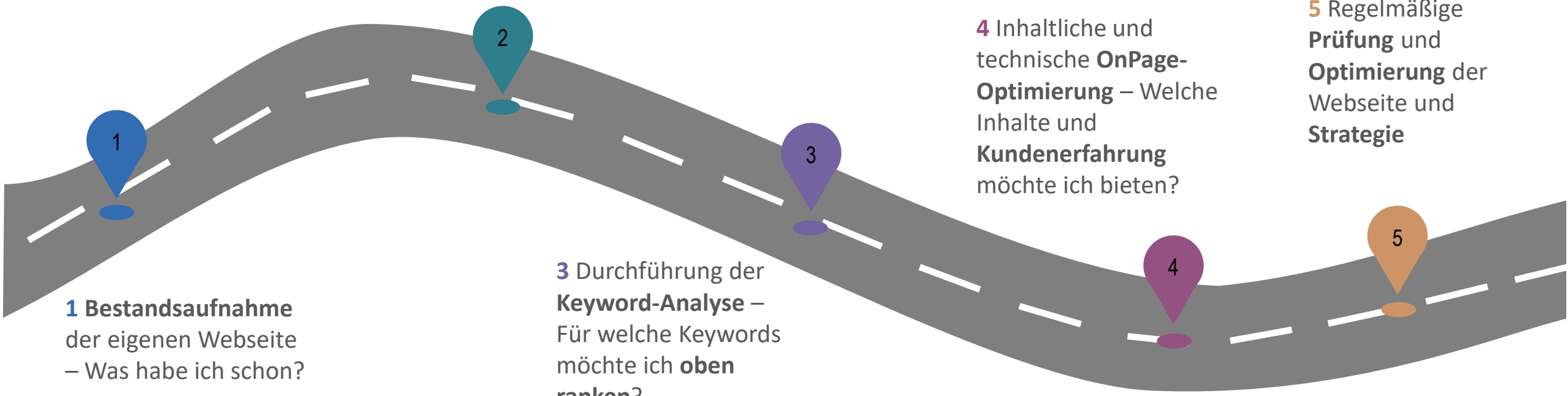
Suchergebnisse

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%

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

04 Tipps und Tools

Wo kann ich anfangen?



1 Bestandsaufnahme der eigenen Webseite – Was habe ich schon?

2 Definition der **SEO-Ziele** und der **Zielgruppe** – Was möchte ich erreichen?

3 Durchführung der **Keyword-Analyse** – Für welche Keywords möchte ich **oben ranken**?

4 Inhaltliche und technische **OnPage-Optimierung** – Welche Inhalte und **Kundenerfahrung** möchte ich bieten?

5 Regelmäßige **Prüfung** und **Optimierung** der Webseite und **Strategie**

seobility

Preise & Leistungen | Blog | DE | Login | Kostenlos Testen

Startseite ▸ SEO Check

Prüfe Deine Webseite mit Seobility
Noch 0 von 3 Checks heute möglich

https://ibi.de/ | Webseite analysieren

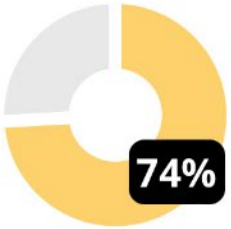
Ibi.de - SEO Check

PDF Export | Jetzt kostenlos registrieren!

Übersicht der SEO Analyse

Metaangaben	77%
Seitenqualität	48%
Seitenstruktur	95%
Verlinkung	78%
Server	78%
Externe Faktoren	100%

SEO Score



SEO Score einbinden

Antwortzeit	Dateigröße	Wörter	Medien	Anzahl Links
1,36 s	91,00 kB	354	51	111 Intern / 9 Extern

To-do Liste mit SEO Optimierungen

6 To-dos

- [ ] Füge eine Meta-Description hinzu. — Sehr wichtig!
- [ ] Verbessere die Antwortzeit Deiner Seiten. — Sehr wichtig!
- [ ] Passe den Seitentitel besser an den Inhalt an. (Nicht alle Worte werden im Text wieder verwendet) — Wichtig!

Quelle: www.freetools.seobility.net/de/seocheck/www.ibi.de

Willkommen bei Google Analytics

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

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

© 2021 Google | Analytics-Startseite | Nutzungsbedingungen | Datenschutzerklärung | Feedback geben

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.

Google Trends

Deutschland

Anmelden

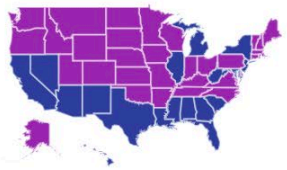
Diese Themen interessieren die Welt

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

1 - 3 von 6 Beispielen werden angezeigt

Startleitfaden zur Suchmaschinenoptimierung

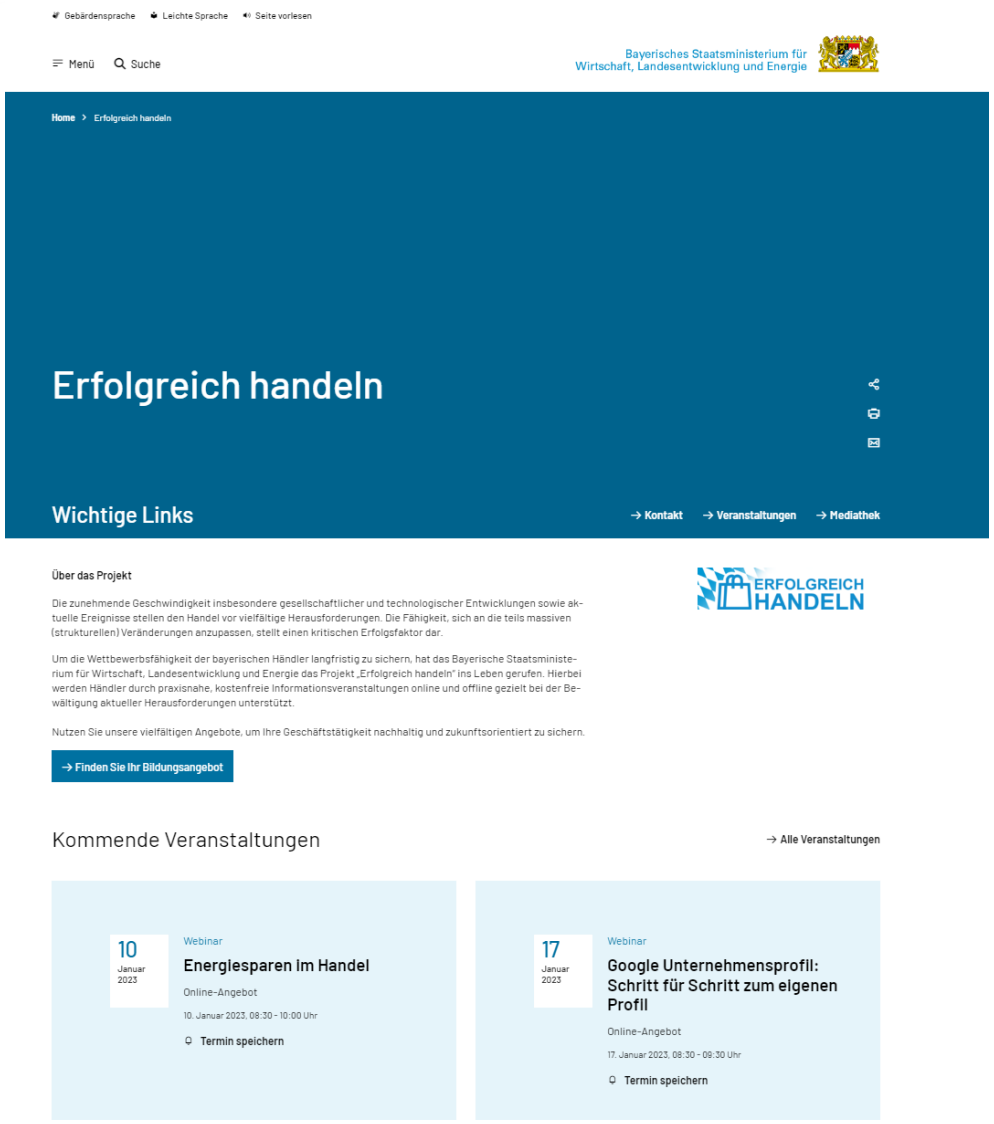
Für Anfänger und Fortgeschrittene…

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



Fragen?

Über ibi research

- 1993 gegründet mit dem Ziel des Wissenstransfers in der Wirtschaftsinformatik zwischen Akademia und Praxis
- Angewandte Forschung und Beratung in der Digitalisierung zweier Bereiche: Finanzdienstleistungen sowie Handel
- Arbeit mit der Objektivität der Wissenschaft an den Anwendungen des Praktikers
- Partnernetz von über 40 großen und kleinen Unternehmen
- Ca. 20 Mitarbeiter vom erfahrenen Manager bis zum innovativen Doktoranden

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

ERFOLGREICH HANDELN

Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie

Kontakt

Lena Mergner

Lena.Mergner@ibi.de

ibi research an der Universität Regensburg GmbH
Galgenbergstraße 25 93053 Regensburg

0941 943 1901