



# SemProCon

**Wer wir sind...**



**Was wir machen...**



© Copyright SemProCon, Germany, 2011, All rights reserved.

2011/07

Alle Rechte vorbehalten, besonders die der Verbreitung und Vervielfältigung durch (auch auszugsweisen) Nachdruck, fotomechanische Wiedergabe, Film, Funk und Fernsehen, Ton-, Bild- oder Datenträger jeder Art (auch CD-ROM), Einspeicherung und Rückgewinnung in Datenverarbeitungsanlagen aller Art.



Start

Beratung/Analysen

Seminare

Webdesign

## Über uns

Informationen zum Unternehmen SemProCon

### Seminare • IT-Dienstleistungen • Beratung



**SemProCon** ist ein junges Internet- und Technologieunternehmen aus Berlin. Gegründet im Jahr 2010 reichen unsere Wurzeln sogar bis in das Jahr 1998 zurück.

Die gebündelte und vielseitige Erfahrung aus über 10 Jahren kontinuierlichem Aufbau und Betrieb verschiedener Webplattformen bilden das Fundament unseres heutigen Unternehmens.

**Wir konzentrieren uns auf 3 Geschäftsfelder:**

1. → [Internet Analyse- und Beratungsleistungen](#)
2. → [Web & IT Seminare, Workshops und Schulungen](#)
3. → [Klassisches Webdesign und CMS Implementierungen](#)

### Unser Team

Unser Team besteht aus einem Netzwerk von sympathischen und engagierten Freunden, Partnern und Freelancern, die sich jeweils individuell zur Erfüllung gemeinsamer Projekte zusammenschließen.

Der größte Schatz ist das vielfältige und kostbare Know How "unserer jungen wilden Kreativen". Es ermöglicht flexible, moderne und erfolgreiche Lösungen für unsere Kunden und Ihre Projekte.

Unsere Seminarleiter und freien Dozenten sind ausgestattet mit Professionalität und Eloquenz und erbringen qualitativ hochwertige Seminar- und Beratungsleistungen.



[Share / Save](#)   

[Start](#)[Unternehmen](#)[Leistungen](#)[Produkte](#)[Kontakt](#)[Impressum](#)



### SemProCon

Web & IT Solutions  
Seminars.Projects.Consulting



**Start**

[Beratung/Analysen](#)

[Seminare](#)

[Webdesign](#)

**Veranstaltungen,  
News & Events**

**JUnEx**  
Schritt  
vorwärts Konferenz und Softtag  
im Rathaus Lichtenberg

→ JUnEx Kontakt- und Infotag, am 12. Mai 2011 in Berlin (mit Gratis-Seminar von SemProCon)



**SemProCon**  
Happy Summer Days 2011  
**27. - 29. Juni**  
**DRUPAL 7**  
3 Tage Intensivkurs

**-50%** Jetzt anmelden!

→ SemProCon Happy Summer Days 2011 (Drupal7)

## Lassen Sie Ihre Ideen fliegen!

Nutzen Sie unser Know How für Ihren Erfolg

### Web & IT Lösungen von SemProCon



SEMPROCON bietet professionelle Lösungen im Bereich Web- und IT. Aufgrund unserer langjährigen Erfahrung in den Bereichen Planung, Entwicklung und Umsetzung von Internetprojekten sind wir der ideale Partner für die Betreuung Ihrer individuellen Anforderungen.

Darüber hinaus unterstützen wir Sie mit passgenauen und lösungsorientierten Beratungsleistungen und Schulungsangeboten.

### Seminare und Firmenschulungen

In Seminaren, Firmenschulungen und Workshops bietet SemProCon fachliches Know How auch ausserhalb von konkreten Projektanforderungen. → [Mehr...](#)



→ [Offene Seminare](#) → [Firmenschulungen](#)

### Web und IT Projekte

SemProCon bietet Komplettlösungen an, sowie die Unterstützung bei der Planung, Umsetzung und Pflege Ihrer individuellen Projektziele.

Durch langjährige Erfahrung, hohe Kompetenz und kundenspezifische Durchführung erreichen wir stets zielorientiert und vertrauensvoll die Zufriedenheit unserer



**Kontakt:**

tel: +49 (0)30 633 700 50  
fax: +49 (0)30 633 700 49  
mail: [info@semprocon.com](mailto:info@semprocon.com)

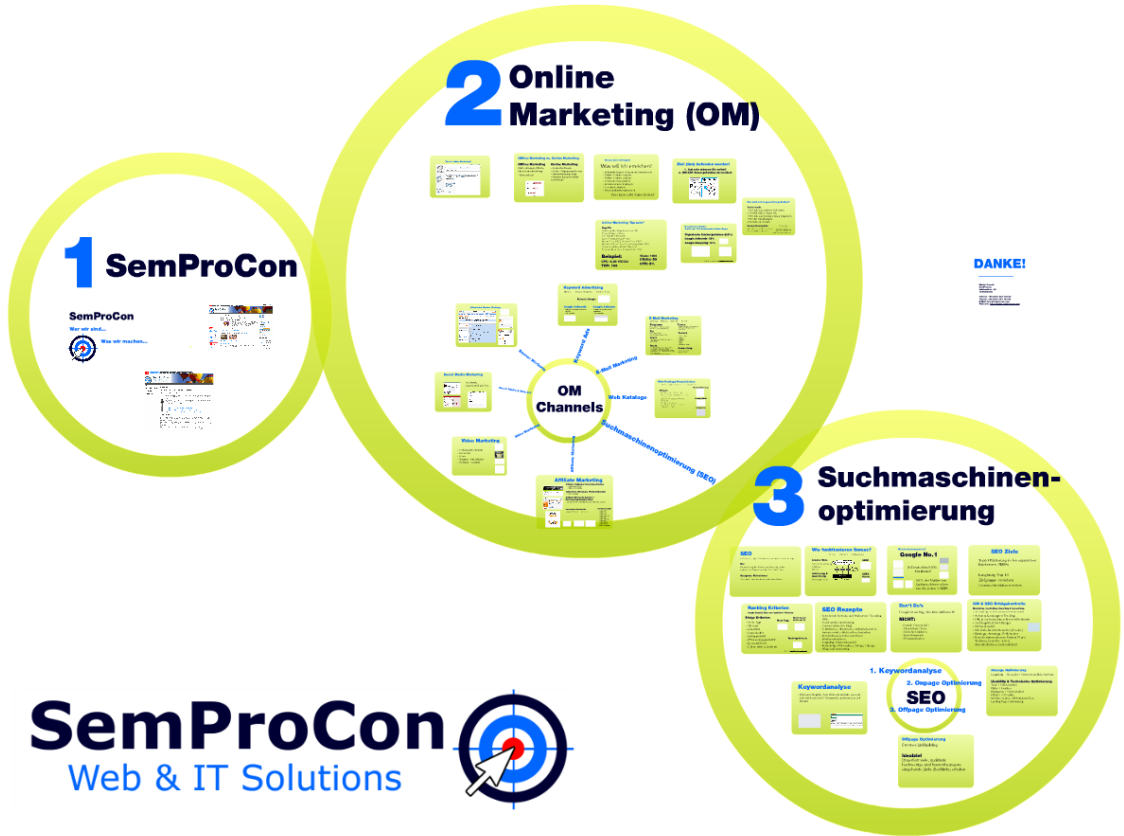
**Referenzen**

→ [Referenzen von SemProCon Webdesign und CMS Integration.](#)

Internet-Anbieter von  


**Nächste Seminare**

- DRU1 in Berlin, 9. - 10. Mai 2011
- DRU2 in Berlin, 11. Mai 2011
- DRU3 in Berlin, 12. Mai 2011
- TXT1 in Berlin, 13. Mai 2011
- WEB1 in Berlin, 16. Mai 2011
- PRE1 in Berlin, 16. - 17. Mai 2011
- HTML1 in Berlin, 17. - 19. Mai 2011



**SemProCon**  
Web & IT Solutions



**SemProCon**  
Web & IT Solutions





## Was ist Online Marketing?

 Anmelden / Benutzerkonto erstellen



**WIKIPEDIA**  
Die freie Enzyklopädie

Hauptseite  
Über Wikipedia  
Themenportale  
Von A bis Z  
Zufälliger Artikel

▼ Mitmachen  
Hilfe  
Autorenportal  
Letzte Änderungen  
Kontakt  
Spenden

► Drucken/exportieren

► Werkzeuge

▼ In anderen Sprachen  
العربية  
Български

Artikel

Diskussion

Lesen

Quelltext anzeigen

Suche



### Online-Marketing

**Online-Marketing** (auch *Internetmarketing* oder *Web-Marketing* genannt) sind alle Marketing-Maßnahmen, die mit Hilfe des Internets erfolgen können. Teilgebiete sind klassische Bannerwerbung, Suchmaschinenmarketing, E-Mail-Marketing und -Werbung und Affiliate-Marketing. Diese Marketing-Leistungen werden von sogenannten *Werbeportalen* (meist kostenpflichtig) angeboten. Eine spezielle Form des Online-Marketings ist das sogenannte *Videomarketing*.

#### Inhaltsverzeichnis [Verbergen]

- 1 Website
- 2 Banner-Werbung
- 3 Online Video Advertising
- 4 Suchmaschinenmarketing
- 5 E-Mail-Marketing
- 6 Affiliate-Marketing
- 7 Social Media Marketing
- 8 Couponing
- 9 Ausbildung
- 10 Literatur
- 11 Weblinks
- 12 Fußnoten

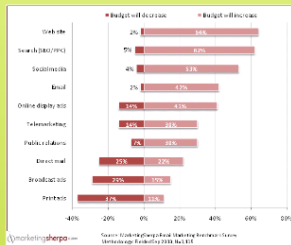
## Offline Marketing vs. Online Marketing

### Offline Marketing

Print, Anzeigen, Plakate,  
Flyer, Fernsehwerbung  
- Streuverluste

### Online Marketing

+ Hohe Reichweite  
+ Hohe Zielgruppenrelevanz  
+ Internetnutzung steigt  
+ Kunden kommen direkt  
auf Website





## Welche Ziele verfolgen?

# Was will ich erreichen?

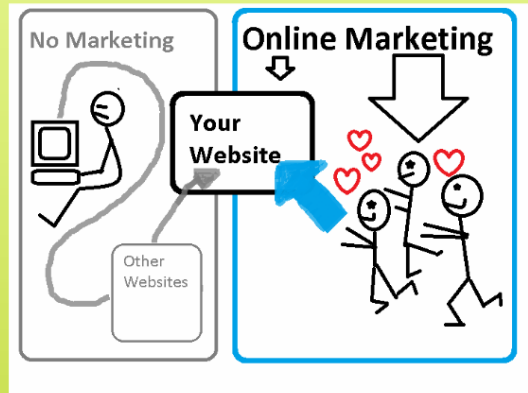
- Bekanntheitsgrad steigern und informieren
- Online Verkauf steigern
- Offline Verkauf steigern
- Neu-Kunden gewinnen
- Bestands-Kunden pflegen
- Feedback erhalten
- Kommunikation optimieren

Was kann OM dabei leisten?



# Ziel: (Gut) Gefunden werden!

1. Gut sein müssen Sie selbst!
2. OM hilft Ihnen gefunden zu werden!





## Wie wird online gesucht & gefunden?

### Traffic Kanäle

41% Links von anderen Webseiten

24% Paid Links & Suma Ads

19% Links von Suchmaschinen (organisch)

15% URL Direkteingabe

<1% Links aus E-Mails

### Internetdatenverkehr

65% des Internetdatenverkehrs  
von rund 100 Netzwerken

7% Google

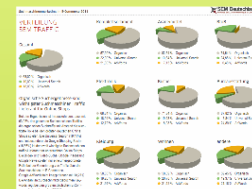
20% Video

Quelle: [www.webseoanalytics.com](http://www.webseoanalytics.com)

## E-Commerce-Studie: Traffic auf 100 bedeutende Online Shops

**Organische Suchergebnisse (63%)**  
**Google Adwords 18%**  
**Google Shopping 16%**

Shop	Organische Suchergebnisse	Google Adwords	Google Shopping
1	63%	18%	16%
2	63%	18%	16%
3	63%	18%	16%
4	63%	18%	16%
5	63%	18%	16%
6	63%	18%	16%
7	63%	18%	16%
8	63%	18%	16%
9	63%	18%	16%
10	63%	18%	16%
11	63%	18%	16%
12	63%	18%	16%
13	63%	18%	16%
14	63%	18%	16%
15	63%	18%	16%
16	63%	18%	16%
17	63%	18%	16%
18	63%	18%	16%
19	63%	18%	16%
20	63%	18%	16%
21	63%	18%	16%
22	63%	18%	16%
23	63%	18%	16%
24	63%	18%	16%
25	63%	18%	16%
26	63%	18%	16%
27	63%	18%	16%
28	63%	18%	16%
29	63%	18%	16%
30	63%	18%	16%
31	63%	18%	16%
32	63%	18%	16%
33	63%	18%	16%
34	63%	18%	16%
35	63%	18%	16%
36	63%	18%	16%
37	63%	18%	16%
38	63%	18%	16%
39	63%	18%	16%
40	63%	18%	16%
41	63%	18%	16%
42	63%	18%	16%
43	63%	18%	16%
44	63%	18%	16%
45	63%	18%	16%
46	63%	18%	16%
47	63%	18%	16%
48	63%	18%	16%
49	63%	18%	16%
50	63%	18%	16%
51	63%	18%	16%
52	63%	18%	16%
53	63%	18%	16%
54	63%	18%	16%
55	63%	18%	16%
56	63%	18%	16%
57	63%	18%	16%
58	63%	18%	16%
59	63%	18%	16%
60	63%	18%	16%
61	63%	18%	16%
62	63%	18%	16%
63	63%	18%	16%
64	63%	18%	16%
65	63%	18%	16%
66	63%	18%	16%
67	63%	18%	16%
68	63%	18%	16%
69	63%	18%	16%
70	63%	18%	16%
71	63%	18%	16%
72	63%	18%	16%
73	63%	18%	16%
74	63%	18%	16%
75	63%	18%	16%
76	63%	18%	16%
77	63%	18%	16%
78	63%	18%	16%
79	63%	18%	16%
80	63%	18%	16%
81	63%	18%	16%
82	63%	18%	16%
83	63%	18%	16%
84	63%	18%	16%
85	63%	18%	16%
86	63%	18%	16%
87	63%	18%	16%
88	63%	18%	16%
89	63%	18%	16%
90	63%	18%	16%
91	63%	18%	16%
92	63%	18%	16%
93	63%	18%	16%
94	63%	18%	16%
95	63%	18%	16%
96	63%	18%	16%
97	63%	18%	16%
98	63%	18%	16%
99	63%	18%	16%
100	63%	18%	16%



Quelle: SEM OM Studie 2011, <http://www.sem-deutschland.de>



**Keywords:** adidas schuhe

**Google Adwords:** adidas@Online Shop - Die größte adidas Auswahl online

**Google Shopping Suchergebnisse:** ADIDAS SCHUHE GOODYEAR STREET, ADIDAS SCHUHE VESPA PX 2 LO M

**Google Organische Suchergebnisse:** Amazon.de: adidas schuhe - Sport & Freizeit, Adidas Originals Online-Shop | Adidas Originals versandkostenfrei

**Anzeigen:** Adidas Schuhe, Adidas Schuhe, Adidas Sportschuhe, Adidas Schuhe, adidas Originals Sneaker, adidas@ Schuhe, Sportschuhe von Deichmann

## Online Marketing "Sprache"

### Begriffe

Seitenzugriffe = Page Impressions (PI)

Einblendungen = Views

Suchbegriffe = Keywords

Aktion = Lead, Verkauf = Sale

Pay per Click (PPC), Cost per Click (CPC)

Verhältnis PI zu Click = Click-Through-Rate (CTR)

Conversion-Rate = Käufer / Besucher

Einzelner Besucher = Unique Visitor (UV)

**Beispiel:**

**CPC: 0,20 €/Click**

**TKP: 10€**

**Views: 1000**

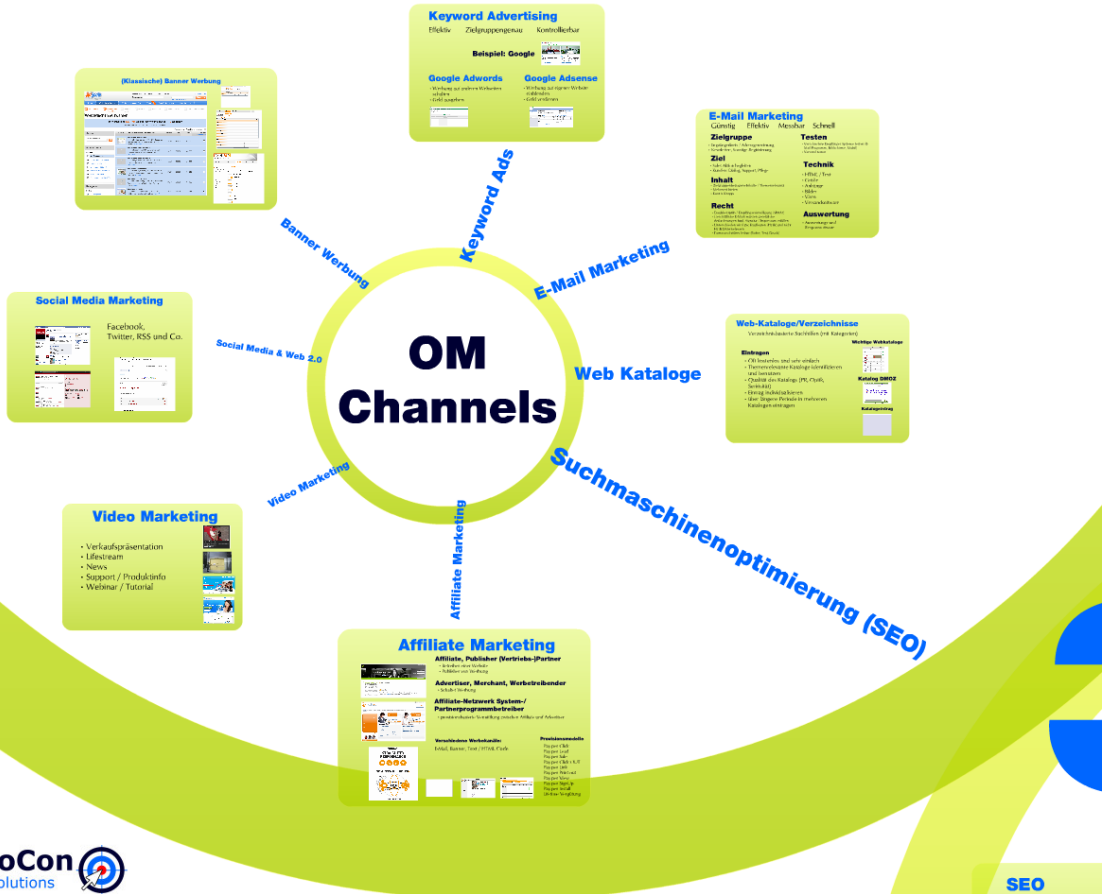
**Clicks: 50**

**CTR: 5%**



CPA: 0,20 €/Click  
TKP: 10€

CTR: 5%



# Keyword Advertising

Effektiv    Zielgruppengenau    Kontrollierbar

## Beispiel: Google



## Google Adwords

- Werbung auf anderen Webseiten schalten
- Geld ausgeben

Name	Status	Budget	...
...	...	...	...
...	...	...	...
...	...	...	...
...	...	...	...

## Google AdSense

- Werbung auf eigener Website einblenden
- Geld verdienen

Name	Status	...
...	...	...
...	...	...
...	...	...
...	...	...



## (Klassische) Banner Werbung

Support: 0800 2 37 22 53 Mo. bis Fr. 9.00 - 18.00 Uhr Anmelden | Hilfe

Berutzername  Passwort  Einloggen

Home Werbefläche kaufen Werbefläche verkaufen Video **TKP** Top-Werbeflächen Über AdScale

Kampagnenart Werbeflächen auswählen Budget & Laufzeit Anzeige Bestätigung Anmeldung/Login Zahlungsinformationen

### Werbeflächen auswählen

Ihre Buchung: 1.894.955 Ad Impressions pro Tag auf 140 Websites

Werbeflächen: 348 @ TKP: 10,37 Kosten/Tag: 19.646,49

Ausgewählte Werbeflächen anzeigen

Vorschau	Verfügbare Websites (Werbeflächen)	Als/Tag	TKP	€/Tag	Buchen (alle) (Buhrate)
	<a href="http://www.freexmedia.de">http://www.freexmedia.de</a> Banner Medium rectangle (300 x 250) Mitte zentral Netzwerkrolation D: <a href="http://www.freexmedia.de/portal/">http://www.freexmedia.de/portal/</a> Mehr Infos	34.448	40,00€	1.377,92€	<input checked="" type="checkbox"/>
	<a href="http://www.strassenkatalog.de">http://www.strassenkatalog.de</a> Banner Leaderboard (728 x 90) Oben rechts Der „strassenkatalog.de“ ist eine nützliche Inform... Mehr Infos	46.725	20,00€	934,50€	<input checked="" type="checkbox"/>
	<a href="http://www.strassenkatalog.de">http://www.strassenkatalog.de</a> Banner Skyscraper (120 x 600) Oben zentral Der „strassenkatalog.de“ ist eine nützliche Inform... Mehr Infos	45.853	20,00€	917,08€	<input checked="" type="checkbox"/>
	<a href="http://www.ferien-direkt.de">http://www.ferien-direkt.de</a> Banner Wide skyscraper (160 x 600) Oben zentral 220.000 Ferienwohnungen und Ferienhäuser bei Deutsch. Mehr Infos	28.278	30,00€	849,34€	<input checked="" type="checkbox"/>
	<a href="http://www.oms.eu/bayern">http://www.oms.eu/bayern</a> Banner Medium rectangle (300 x 250) Mitte zentral Tagesnews - Reise-/Stadtportale in Bayern // ddron Mehr Infos	23.706	30,00€	711,19€	<input checked="" type="checkbox"/>
	<a href="http://www.berlin.de">http://www.berlin.de</a> Banner Leaderboard (728 x 90) Oben zentral offizielle Internetseite der Hauptstadt Mehr Infos	35.542	20,00€	710,84€	<input checked="" type="checkbox"/>



Website	Format	Preis	Status
www.strassenkatalog.de	Banner Leaderboard (728 x 90)	20,00€	aktiv
www.strassenkatalog.de	Banner Skyscraper (120 x 600)	20,00€	aktiv
www.ferien-direkt.de	Banner Wide skyscraper (160 x 600)	30,00€	aktiv
www.oms.eu/bayern	Banner Medium rectangle (300 x 250)	30,00€	aktiv
www.berlin.de	Banner Leaderboard (728 x 90)	20,00€	aktiv

**SPRINGAL GO!**  
Der Premium-Vermarkter.

Online-Werbeformen

- Fullsize banner (468 x 60)
- Half banner (234 x 60)
- Leaderboard (728 x 90)
- Medium rectangle (300 x 250)
- Skyscraper (120 x 600)
- Wide skyscraper (160 x 600)



## Web-Kataloge/Verzeichnisse

Verzeichnisbasierte Suchhilfen (mit Kategorien)

### Eintragen

- Oft kostenlos und sehr einfach
- Themenrelevante Kataloge identifizieren und benutzen
- Qualität des Katalogs (PR, Optik, Seriösität)
- Eintrag individualisieren
- über längere Periode in mehreren Katalogen eintragen

### Wichtige Webkataloge



### Katalog DMOZ



### Katalogeintrag





# Affiliate Marketing

## Affiliate, Publisher (Vertriebs-)Partner

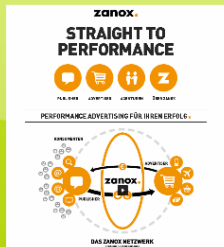
- Betreiber einer Website
- Publisher von Werbung

## Advertiser, Merchant, Werbetreibender

- Schaltet Werbung

## Affiliate-Netzwerk System-/ Partnerprogrammbetreiber

- provisionsbasierte Vermittlung zwischen Affiliate und Advertiser



## Verschiedene Werbekanäle:

E-Mail, Banner, Text / HTML Code

## Provisionsmodelle

- Pay per Click
- Pay per Lead
- Pay per Sale
- Pay per Click OUT
- Pay per Link
- Pay per Print out
- Pay per View
- Pay per SignUp
- Pay per Install
- Lifetime Vergütung



# E-Mail Marketing

Günstig    Effektiv    Messbar    Schnell

## Zielgruppe

- Empfängerkreis / Adressgenerierung
- Newsletter-, Sonstige Registrierung

## Ziel

- Sales Aktion begleiten
- Kunden: Dialog, Support, Pflege

## Inhalt

- Zielgruppenbezogene Inhalte / Themenrelevanz
- Mehrwert bieten
- Kurz & Knapp

## Recht

- Double-Opt-In / Empfängereinwilligung (SPAM)
- Geschäftliche E-Mails müssen gesetzliche Anforderungen bzgl. Signatur / Impressum erfüllen
- Unterschieden wird zw. Kaufleuten (HGB) und nicht HGB Unternehmern
- Formvorschriften: lesbar (Farbe, Text, Druck)

## Testen

- Verschiedene Empfänger Systeme testen (E-Mail Programm, Bildschirme, Mobil)
- Versand testen

## Technik

- HTML / Text
- Größe
- Anhänge
- Bilder
- Viren
- Versandsoftware

## Auswertung

- Auswertungs- und Responsoftware



# Social Media Marketing



Facebook,  
Twitter, RSS und Co.

Franklin D. Roosevelt wurde von seinem Stellvertreter als "Virtual President" oder von seinem Gegner ironisch als "Twitter-Präsidenten" bezeichnet. Er wird erstmalig als "Twitterman" bezeichnet.

DIESEN ARTIKEL...

Drucken | Senden | Feedback | Melden

[Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#) [StumbleUpon](#)

28 Tweets

Auf anderer Social Networks posten

FORUM

Diskussionen über diesen Artikel

Lesen Sie die Meinungen

NEWS VERFOLGEN

Lesen Sie sich die neuesten Diskussionen zu diesem Thema an:

also aus der Publik [Weltk](#)

also aus der Publik [Ausland](#)

also aus Themen [Frankreich](#)

© SPIEGEL ONLINE 2011

# Video Marketing

- Verkaufspräsentation
- Lifestream
- News
- Support / Produktinfo
- Webinar / Tutorial





Optimierung (SEO)

# 3 Suchmaschinen-optimierung

## SEO

Alle technischen Voraussetzungen - Suchmaschinenverträglich

**Ziel:** Verbesserung der Platzierung, Ranking in den organischen Suchergebnissen der Suchmaschinen

**Geplante Maßnahmen:** Suchmaschinen verstehen und unterstützen

## Wie funktionieren Suchmas?

**Crawler/Roboter:** Besuch & Indexierung, Spindeln, Rendern, Archivieren  
**Suchmaschinen & Entwicklung:** Suchalgorithmen

## Welche Suchmaschine?

### Google No.1

In Deutschland 90% Marktanteil

90% der Nutzer von Suchmaschinen sehen nur die ersten 3 SERPs.

## SEO Ziele

Top10 Platzierung in den organischen Ergebnissen (SERPs)

Langfristig Top 10 Zielgruppe erreichen  
Gewünschte Aktion erreichen

## Ranking Kriterien

Google bewertet über 200 "Signale" / Kriterien

### Einige Kriterien

- Meta Tags
- SiteSpeed
- robots.txt
- Domainalter
- Linkpopulanz
- IP-Dominanzpopulanz
- Keywordreife
- Überschriften, Linktexte

### Meta Tags



### Ranking Kriterien



## SEO Rezepte

- Spezifische Domains und Pfadnamen / Spelling
- URLs
- Social Media Optimierung
- Content (publish to blog)
- Schwachere, dynamische Link/Wachstum (in Monate) (mit 1. Natural language, Keyword)
- kein Linkbait, keine umstrittenen Themen
- Suchbegriffe
- regelmäßige Keyword-Anzahl
- Software für: KW-Analyse, OnPage, OffPage
- Pflege und Monitoring

## Don't Do's

Google ist wichtig, also kein Mißbrauch!

### NICHT:

- Double Content (DC)
- "Unsichtbare" Texte
- Schlechte Linktexte
- Zettel Keywords
- SPAM Methoden

## OM & SEO Erfolgskontrolle

Marketing, Controlling, Reporting & Auswertung

- Website-Analyse, -Trends und -verlauf feststellen
- Action & Kampagnen Tracking
- ULR & Suchmaschinen-Ranking (Hörkartell)
- Suchbegriffe (On-Offpage)
- Wiederkehrender Besucher (Cookie)
- Einträge, Auslastung, Fehlerraten
- Besucherinteraktionen: Views & Pi pro Zeile zum, besuchte Seiten, Aufenthaltswaerter, Hörkartellstand

## 1. Keywordanalyse

### Keywordanalyse

- Relevante Begriffe, zum Verkaufserfolg passend
- Such-Volumen für 1-5 Keywords erheben, je 2-4 Wörter



## 2. Onpage Optimierung

# SEO

## 3. Offpage Optimierung

### Onpage Optimierung

Langfristig - Besucher - SEMA beworbene Website

### Usability & Technische Optimierung

- Texte + Überschriften
- Bilder + Grafiken
- Navigation + Seitenstruktur
- HTML + CSS valid
- Website-Action, A/B-Testen-Tests
- Landing Page Optimierung

### Offpage Optimierung

Externes Linkbuilding

### Idealziel

Dauerhaft viele, qualitativ hochwertige und kontextbezogene eingehende Links (Backlinks) erhalten

# SEO

SEO = Search Engine Optimization = Suchmaschinenoptimierung

## Ziel

Verbesserung der Platzierung (Ranking) in den organischen Ergebnissen der Suchmaschinen

## Geeignete Maßnahmen

Suchmaschinen verstehen und unterstützen



# Wie funktionieren Sumas?

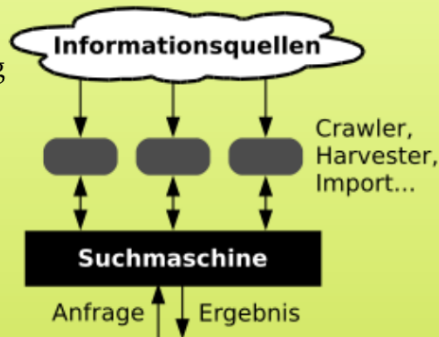
Schnell    Geheim    Indexbasiert

## Crawler/Bots

Deep & Fresh Crawling  
Sandbox  
Everflux

## Indizierung & Gewichtung

Sortieralgorithmus



## SERP



## SUMA Cache



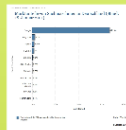
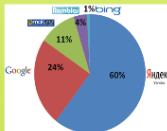


## Welche Suchmaschine?

# Google No.1



<https://www.haus-park.de/home/internet-fakten/suchmaschinen-marktanteile.html>



In Deutschland 90%  
Marktanteil

90 % der Nutzer von  
Suchmaschinen sehen  
nur die ersten 3 SERPs





# SEO Ziele

Top10 Platzierung in den organischen Ergebnissen (SERPs)

Langfristig Top 10  
Zielgruppe erreichen  
Gewünschte Aktion erreichen

# Ranking Kriterien

Google benutzt über 200 "geheime" Kriterien

## Einige Kriterien

- Meta Tags
- Sitemap
- robots.txt
- Domainalter
- Linkpopularität
- IP/Domainpopularität
- Keyworddichte
- Überschriften, Linktexte

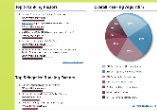
## Meta Tags



## Firefox Search Status Add On



## Ranking Criteria



Quelle: <http://www.seomoz.org>



# SEO Rezepte

- Sprechende Domains und Pfadnamen / Speaking URLs
- Social Media Optimierung
- Content (related) is King!
- Schrittweises, dynamisches Link-Wachstum (6 Monate mind.) - Nicht ad hoc bewerben
- Kein Linktausch, Keine unseriösen Werbemaßnahmen
- Sorgfältige Keywordauswahl
- Reihenfolge: KW-Analyse, OnPage, Offpage
- Pflege und Monitoring

## Don't Do's

Google ist wichtig, also kein Mißbrauch!

### **NICHT:**

- Double Content (DC)
- "Unsichtbare" Texte
- Schlechte Linklisten
- Zuviel Keywords
- SPAM-Methoden



## OM & SEO Erfolgskontrolle

### Monitoring, Controlling, Reporting & Auswertung

mit Hilfe von Log-files, Statistiken und weiteren Indikatoren:

- Action & Kampagnen Tracking
- URL & Suchmaschinen Referer (Herkunft)
- Suchbegriffe (On+Offpage)
- Webseitenpfad
- Wiederkehrender Besucher (Cookie)
- Einstiegs-, Ausstiegs-, Fehlerseiten
- Besucherinformationen: Visits & PI pro Zeitraum, besuchte Seiten, Aufenthaltsdauer, Herkunftsland



ahl  
OnPage, Offpage

Zerlegung des  
Aufenthaltsda

# 1. Keywordanalyse

## 2. Onpage Optimierung

# SEO

## 3. Offpage Optimierung

ssend  
je 2-4



o  
La  
U  
T  
B  
N  
H  
W  
L

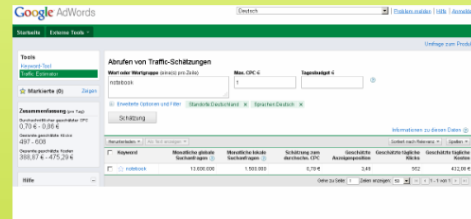
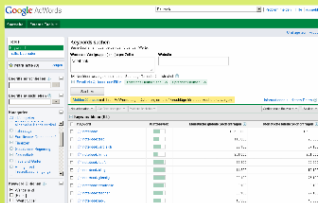
### Offpage Optimierung

Externes Linkbuilding



# Keywordanalyse

- Relevante Begriffe, zum Webseiteninhalte passend
- Jede Webseite für 1-5 Keywords optimieren, je 2-4 Wörter





## Onpage Optimierung

Langfristig Besucher + SUMA freundliche Website

## Usability & Technische Optimierung

Texte + Überschriften

Bilder + Grafiken

Navigation + Seitenstruktur

HTML + CSS valide

Website Action, A/B-Varianten-Tests

Landing Page Optimierung



## Offpage Optimierung

Externes Linkbuilding

### **Idealziel**

Dauerhaft viele, qualitativ hochwertige und kontextbezogene eingehende Links (Backlinks) erhalten

# DANKE!



**Telefon: +49 (0)30 633 700 50**

**Telefax: +49 (0)30 633 700 49**

**E-Mail: [info@semprocon.com](mailto:info@semprocon.com)**

**Webseite: <http://www.semprocon.com>**



