



SEO-Seminar (2-tägiges Intensivseminar Suchmaschinenoptimierung)

SEO-Seminar: Mit Google- Suchmaschinenoptimierung (SEO) zum Erfolg im Web!

Achtung: Derzeit bieten wir hierfür keine Präsenzseminare an. Bei der Webmasters Fernakademie gibt es aber einen entsprechenden **Fernlehrgang zum Certified SEO Manager.**

■ Beschreibung des SEO-Seminars

SEO (Suchmaschinenoptimierung) ist ein kritischer Erfolgsfaktor für Websites und ein wesentliches Element des **Online Marketing Mix**. Wer in Google und anderen Suchmaschinen nicht gut gefunden wird, ist für die Internet-Nutzer praktisch nicht existent! Gute Google-Rankings sparen nicht nur tausende Euro an Marketing-Kosten, sondern können Ihre Umsätze auch signifikant steigern.

Suchmaschinenoptimierung ist in den letzten Jahren zwar deutlich komplexer und aufwändiger geworden, kann jedoch im Prinzip von jedem Webseiten-Betreiber relativ einfach selbst durchgeführt werden. Voraussetzung dafür ist das notwendige **SEO-Knowhow**.

In dieser **2-tägigen SEO-Schulung** mit individueller **SEO-Beratung** zeigt Ihnen unser **SEO-Experte Dr. Thorsten Schneider**, wie Sie ganz legal und ohne großen Aufwand Top-Rankings bei Google und anderen Suchmaschinen erreichen.



Außerdem erhält jeder Teilnehmer das top-aktuelle Lehrbuch des Trainers zum Thema Suchmaschinenoptimierung "Das SEO-Praxisbuch 2017". Das SEO-Seminar ist daher eine Mischung aus Vortrag, Workshop und individueller **SEO-Beratung**.

► In zwei Tagen lernen Sie mehr!

Das 2-tägige SEO-Seminar ist in zwei Abschnitte gegliedert: Am ersten Tag lernen Sie alle wichtigen Grundlagen zur Funktionsweise von Google, der marktführenden Suchmaschine (> 90% Marktanteil in Deutschland), die Sie benötigen, um die Prinzipien der Optimierung Ihrer Webseiten für die Auffindbarkeit in Google zu verstehen. Dabei lernen Sie auch, wie das Ranking funktioniert und wie die 60 wichtigsten Rankingfaktoren aussehen. Außerdem erfahren Sie, was es mit Googles selbstlernendem KI-Algorithmus **RankBrain** auf sich hat.

Am zweiten Tag geht es dann gezielt um die konkreten Schritte und Maßnahmen der Suchmaschinenoptimierung. Dabei können die Projekte der Seminarteilnehmer als Beispiel verwendet werden, so dass Sie im Seminar direkt eine **kostenlose SEO-Analyse** Ihrer Website sowie konkrete Tipps für die SEO Optimierung bekommen.

► Maximal 8 Teilnehmer garantieren intensives Training

Aufgrund der kleinen Gruppengrößen in diesem Seminar (maximal 8 Teilnehmer) geht der Referent intensiv auf Fragen der Seminarteilnehmer ein und gibt individuelle Ratschläge.

Hinweis: Das Seminar findet ab 2 Teilnehmern garantiert statt!

► Extras

- » Im Preis enthalten sind zwei warme Mittagessen, heiße u. kalte Getränke und Pausensnacks
- » Jeder Teilnehmer erhält ein Teilnahme-Zertifikat der Webmasters Akademie

► Exklusive Seminar-Nachbetreuung

Ihr besonderer Vorteil: Der Referent steht Ihnen nach dem Seminar noch per E-Mail für Fragen zum Gelernten zur Verfügung, da sich erfahrungsgemäß die meisten Fragen ergeben, wenn Sie das Gelernte selbstständig umsetzen.

► Auch als Inhouse-Seminar

Wir führen dieses Seminar bundesweit auch als **Inhouse SEO-Schulung** durch - auch in Ihrem Unternehmen! Kontaktieren Sie uns für ein unverbindliches Angebot!

■ Überblick Seminarthemen 1. Tag

- » Das Unternehmen Google: Marktmacht und Marktanteile in verschiedenen Ländern
- » Aufbau (Architektur) und Funktionsweise moderner Web-Suchmaschinen
- » Der berühmte PageRank-Algorithmus
- » Der PageRank ist tot - es lebe der PageRank!? Wie wichtig ist PageRank heute noch?
- » BadRank, Trust und Authority Domains
- » Von PageRank zu RankBrain: Was leistet Googles KI-Algorithmus?
- » Wie verändert sich SEO durch RankBrain?
- » Die Googlebots
- » Der Google-Index "Caffeine"
- » Das Google-Suchinterface; Google Instant und Universal Search
- » Aufbau der SERP (Search Engine Results Page): die Google Spezielsuchmaschinen (vertical search), Rich Snippets
- » Google Knowledge Graph und das semantische Web
- » Site Clinic: SEO-Analyse einer Website
- » Seiten im Google-Index, Backlink Checker
- » Alternative Metriken zum Google Toolbar-PageRank
- » Trust-Metriken
- » bedeutende Google-Updates: Panda, Penguin und Hummingbird

- » die 60 wichtigsten der ca. 200 Ranking-Faktoren im Detail

■ Überblick Seminarthemen 2. Tag

- » Die 8 Schritte der Suchmaschinenoptimierung
- » Definition erreichbarer und sinnvoller SEO-Ziele
- » Relevante Keywords finden: Für welche Keywords sich zu optimieren lohnt
- » Der Keyword Efficiency Index und seine Interpretation
- » Onpage-Optimierung: HTML-Struktur, Keyword-Verteilung
- » Keyword-Dichte, Theming und Termgewichtung mit der $wdf*idf$ Formel
- » Semantische Optimierung mit HTML-Mikrodaten und schema.org
- » Umgang mit Duplicate Content
- » Offpage-Optimierung: Domainname und URLs
- » Informationsarchitektur und interne Verlinkung
- » Linkaufbau und strategische Optimierung: Linkbaits und Content Marketing Strategien
- » TrustRank und Authority Domains
- » Sistrix Sichtbarkeitsindex
- » Local SEO: SEO für lokale Unternehmen
- » Erfolgskontrolle und SEO KPIs (Key Performance Indicators)
- » Warnung vor unerlaubten Tricks und "Black Hat SEO"
- » Eine Google Penalty erkennen und diese abwehren
- » Schädliche Backlinks loswerden bzw. bei Google für ungültig erklären
- » Überblick über die wichtigsten kostenlosen und kostenpflichtigen Tools
- » Bleiben Sie up to date: Wichtige Informationsquellen für SEO-Experten

■ Themen

- » Aktueller Marktanteil von Google und anderen Suchmaschinen
 - › Wer regiert wo: Marktanteile von Google, Yahoo!, Bing, Baidu & Yandex in verschiedenen Ländern der Welt
- » Aufbau und Funktionsweise von
 - › Das Webcrawler-Subsystem
 - › Der Suchindex
 - › Das Such-Interface
 - › Der Scheduler

Dauer: 2 Tage (9:00 - 17:00 Uhr)

Ort: Nürnberg

Dozent: Dr. Thorsten Schneider

Preis: 900,00 €

(1.044,00 € inkl. USt. 16.0%)

Teilnehmerzahl ist auf 8 begrenzt

» Die Google-Suchergebnisseite

- › Die Google-Spezialsuchmaschinen (vertical search)
- › Universal Search: Woher kommen die Treffer auf der Suchergebnisseite (SERP)?
- › Personalized Search: Wie personalisiert Google das Suchergebnis?
- › Wie ändert sich das Suchverhalten durch die Google Instant Search?
- › Rich Snippets
- › Die Google Answer Box
- › Der Google Knowledge Graph

» Das Ranking

- › Das Problem der Relevanzberechnung
- › Wie funktionierten Suchmaschinen vor Google?
- › Die Hypothese der Google-Gründer Larry Page und Sergey Brin
- › Link Popularity und Domain Popularity
- › Das Modell des Zufalls-Surfers und das PageRank-Verfahren
- › Der Toolbar-PageRank
- › Weiterentwicklung des PageRank-Verfahrens
- › Welche Bedeutung hat der PageRank heute?
- › TrustRank und Authority Domains
- › Alternative PageRank und Trust-Metriken (MOZ, LRT, TrustFlow etc)
- › BadRank
- › Kampf dem Web-Spam: Panda, Penguin und Hummingbird
- › RankBrain: Wie funktioniert der selbstlernende KI-Algorithmus?
- › Rankingfaktoren sind nicht mehr statisch, sondern dynamisch
- › Auf den Punkt gebracht: Was ist wirklich wichtig, um gut zu ranken?
- › Die ca. 60 wichtigsten Google Ranking-Signale im Detail

» Google und das semantische Web

- › Was ist das semantische Web?
- › Der Google Knowledge Graph
- › Semantische Auszeichnung von Webinhalten mit HTML-Mikrodaten

» IST-Analyse: Wo steht meine Site?

- › Wie viele meiner Seiten sind schon im Google-Index?
- › Wie gut sind meine Seiten global verlinkt? Google Toolbar PageRank und alternative Metriken
- › Backlink-Analyse: Wer verlinkt auf mich und welche Links sind die wertvollen?
- › Was taugt der HTML-Code meiner Webseiten?

- › Die Google Webmaster-Tools
- › Sistrix Sichtbarkeitsindex
- » SEO Schritt 1: Relevante Keywords finden
 - › Was unterscheidet Keyword-Kandidaten von relevanten Keywords?
 - › Methoden zur Findung von Keyword-Kandidaten
 - › Ermittlung des Suchvolumens mit dem Google Keyword-Planer
 - › Welche Keywords lohnen? Der Keyword Efficiency Index (KEI) und "Money Keywords"
 - › Suchtrends aufspüren: Google Trends
 - › Semantische Keywords finden
 - › Keywords finden mit Hilfe der wdf*idf-Analyse
- » SEO Schritt 2: Die Onpage-Optimierung
 - › Was ist bezüglich des HTML-Codes zu beachten?
 - › Die optimale Keyword-Verteilung
 - › Theming
 - › Wichtige Meta-Tags
 - › wdf*idf optimierte Texte erstellen: Nutzen und Fallstricke
 - › Onpage Web Performance Optimization
 - › Optimierung von Bildern, PDFs und Videos
 - › Optimierung von eingebundenem CSS und JavaScript-Dateien
- » SEO Schritt 3: Semantische Optimierung mit Mikroformaten
 - › Was ist das "semantische Web"?
 - › Technische Ansätze für das semantische Web
 - › Die HTML5 Microdata
 - › Das Google Test Tool für strukturierte Daten
 - › Optimierung für Rich Snippets
- » SEO Schritt 4: Die Site-Optimierung
 - › Domain-Name und URLs
 - › Struktur der Website: Interne Verlinkung und PageRank-Verteilung
 - › Technische Anforderungen an den Webserver: Was ist wichtig?
 - › Die Datei robots.txt
 - › Google Sitemap
 - › Duplicate Content und der Link mit dem Attribut rel="canonical"
 - › Offpage Web Performance Optimization
- » SEO Schritt 5: Backlink-Management
 - › Wie wichtig sind Backlinks heute noch?

- › Was bedeutet Backlink-Management?
- › Backlink-Analyse
- › Das natürliche Link-Profil
- › Link Building Strategien, die funktionieren
- › Schädliche Links finden und entfernen
- › Von einer Google Penalty recovern

- » SEO Schritt 6: Local SEO
 - › Welche Suchanfragen haben einen "lokalen Bezug"?
 - › Die Google Ranking-Kriterien für lokale Unternehmen

- » SEO Schritt 7: Die Erfolgskontrolle
 - › Ermittlung des Google-Rankings: Personalisierungsfunktionen umgehen
 - › Erfolgskontrolle mit semrush
 - › Erfolgskontrolle mit Web Analyse Verfahren

- » SEO Schritt 8: Der SEO-Check (Site Clinic)
 - › Schneller Ranking Check
 - › Die Seiten im Google-Index
 - › Backlink-Profil, PageRank und Trust
 - › Sichtbarkeitsindex
 - › Seitenanalyse mit Hilfe von Web Developer Tools

- » Up to date bleiben: Wichtige Informationsquellen
 - › Wichtige Blogs, Autoren und Experten: Wie bleibt man am einfachsten up to date?
 - › Die wichtigsten SEO-Konferenzen und Meetings

■ Beratung & Kontakt

Für alle Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

Tel: 0911 / 49 52 23-0

Fax: 0911 / 49 52 23-99

E-Mail: info@webmasters.de

■ Faxanmeldung

zum Seminar *SEO-Seminar (2-tägiges Intensivseminar Suchmaschinenoptimierung)*

Faxnummer: 0911-49 52 23-99

Termin: _____

► **Teilnehmer**

Anrede: Herr Frau

Titel: _____
Vorname: _____
Name: _____
E-Mail: _____

► **Rechnungsadresse**

Herr/Frau/Firma: _____
Name: _____
Straße u. Hausnummer: _____
PLZ: _____
Ort: _____
Telefon für Rückfragen: _____

Hiermit melden wir den o.g. Teilnehmer verbindlich zum Seminar an.

Ort, Datum

Unterschrift

ggf. Firmenstempel:

Vertragsbedingungen: Mit Eingang des Faxes bei uns kommt ein Kaufvertrag zwischen Ihnen und der Webmasters Akademie Nürnberg GmbH zustande. Ein Rücktritt vom Vertrag ist bis 24 Stunden vor Seminarbeginn kostenfrei möglich, danach wird der volle Seminarpreis fällig. Ein Ersatzteilnehmer kann benannt werden. Die Rechnungsstellung erfolgt am Seminartag mit einem Zahlungsziel von 8 Tagen.

Online-Anmeldung unter

<https://www.webmasters-akademie.de/seminare/seo-seminar.html>