

Digitale Sprechstunde | 25.
März 2021

SEO UND SEA MIT
BENJAMIN FRITZ
VON DIGITAL LOKAL

Agenda

Folie 3

Grundlagen

Folie 14

Fakten

...zum lokalen Suchverhalten

Folie 32

Einflussfaktoren

...der lokalen Suche

Folie 37

Tools

...für SEO und SEA

Folie 41

**Beispiele &
Fragerunde**



Grundlagen

Was ist SEO und SEA überhaupt?

Fakten

Wissenswertes zum lokalen Suchverhalten

Einflussfaktoren

Wie funktioniert die lokale Suche?

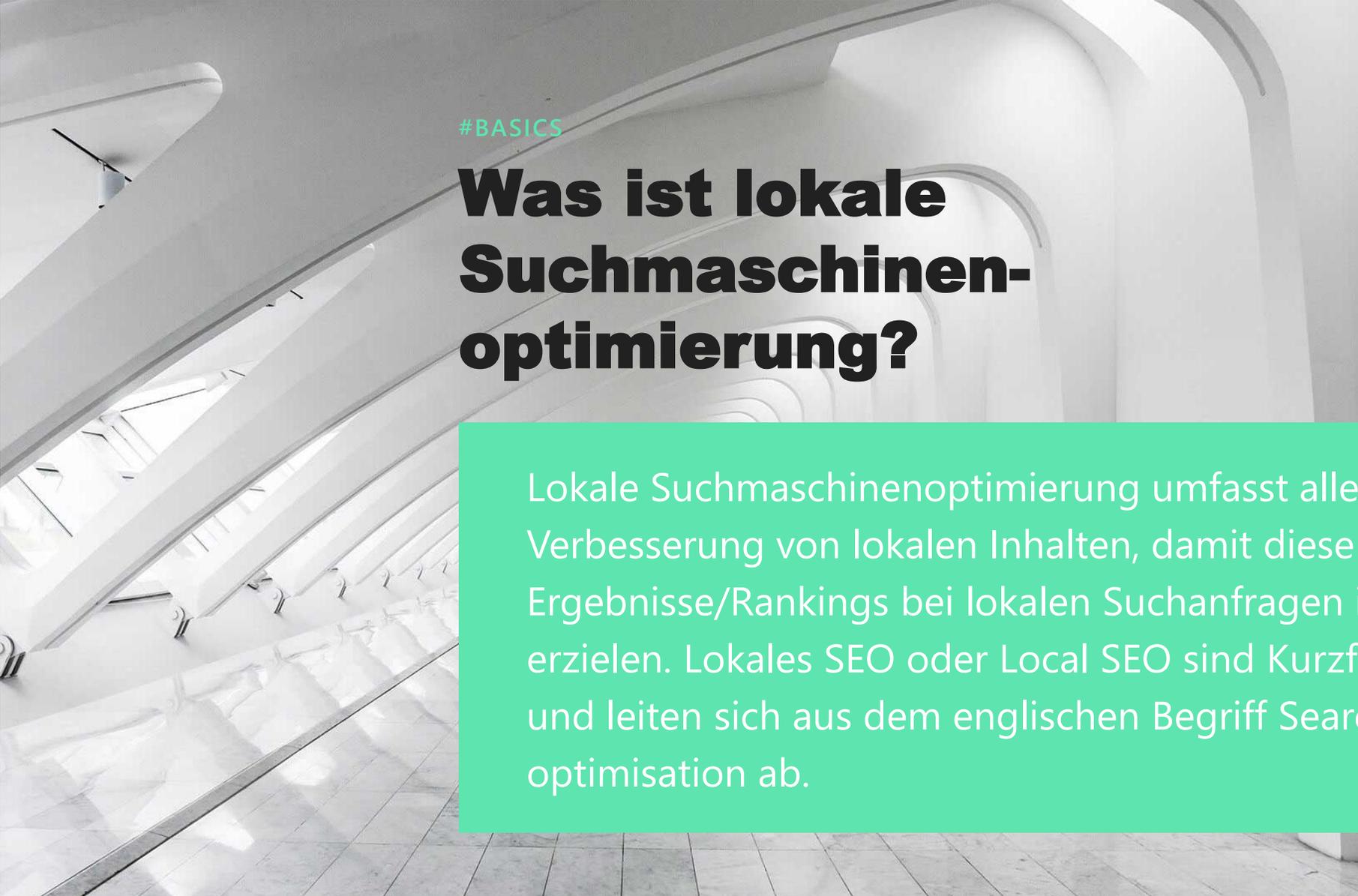
Tools

Welche kostenlosen Tools helfen weiter?

Beispiele & Fragerunde

Stellen Sie Ihre Fragen...





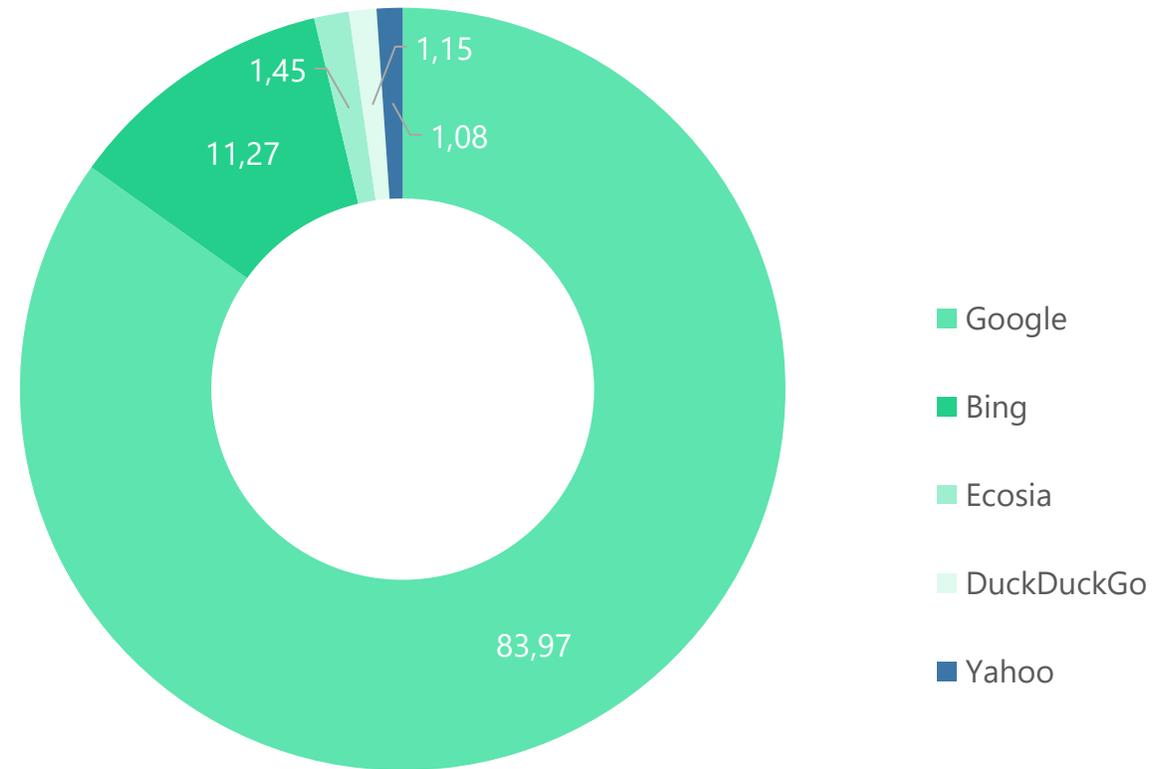
#BASICS

Was ist lokale Suchmaschinenoptimierung?

Lokale Suchmaschinenoptimierung umfasst alle Maßnahmen zur Verbesserung von lokalen Inhalten, damit diese bessere Ergebnisse/Rankings bei lokalen Suchanfragen in Suchmaschinen erzielen. Lokales SEO oder Local SEO sind Kurzformen des Begriffs und leiten sich aus dem englischen Begriff Search engine optimisation ab.

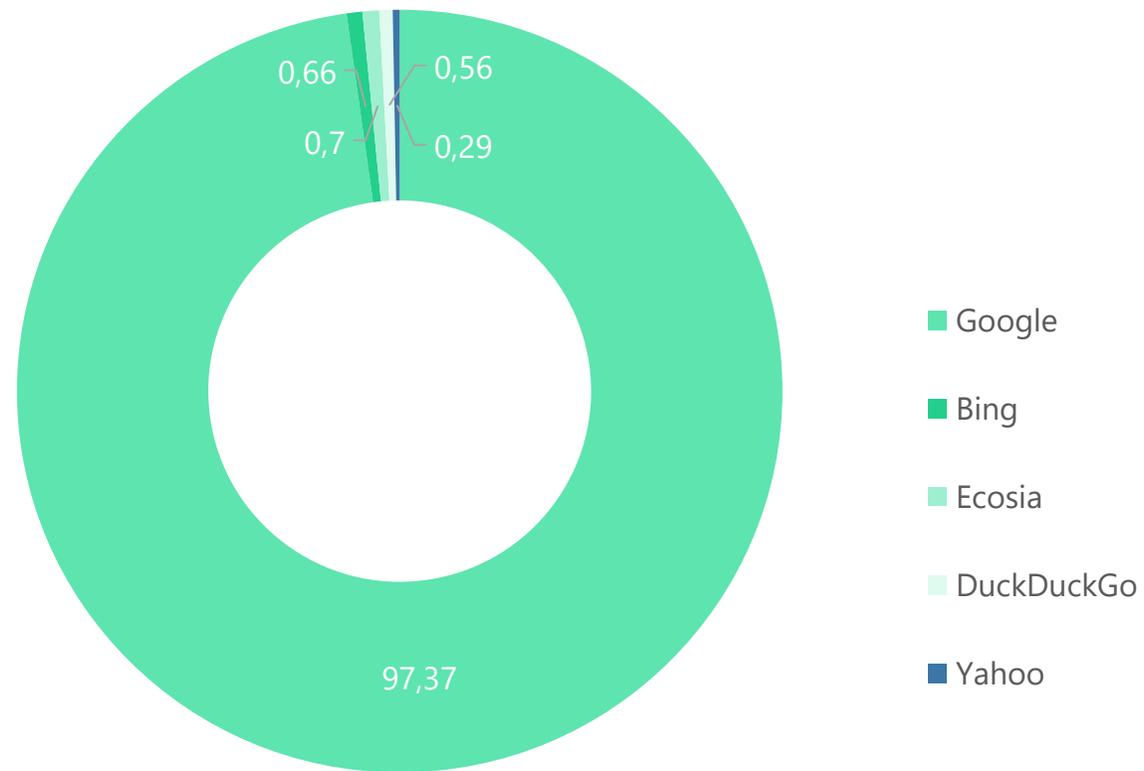
Desktop-PC | 2021

Marktanteile von Suchmaschinen



Smartphone | 2021

Marktanteile von Suchmaschinen





#BASICS

Suchergebnisse variieren nach...

- Endgerät
- Person
- Standort
- Suchintention
- Kontext
- U.v.m.

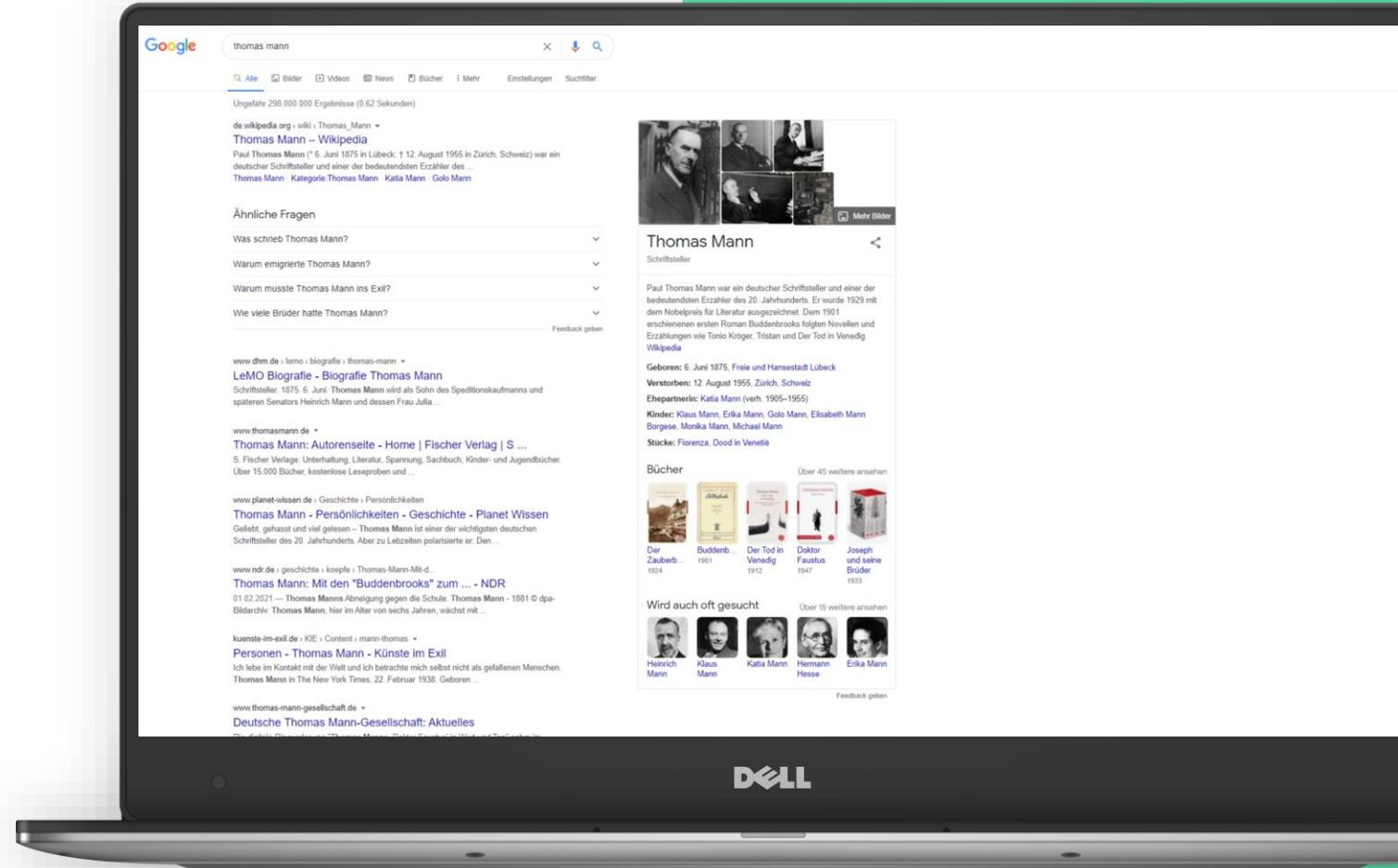
Mehr dazu



#BASICS

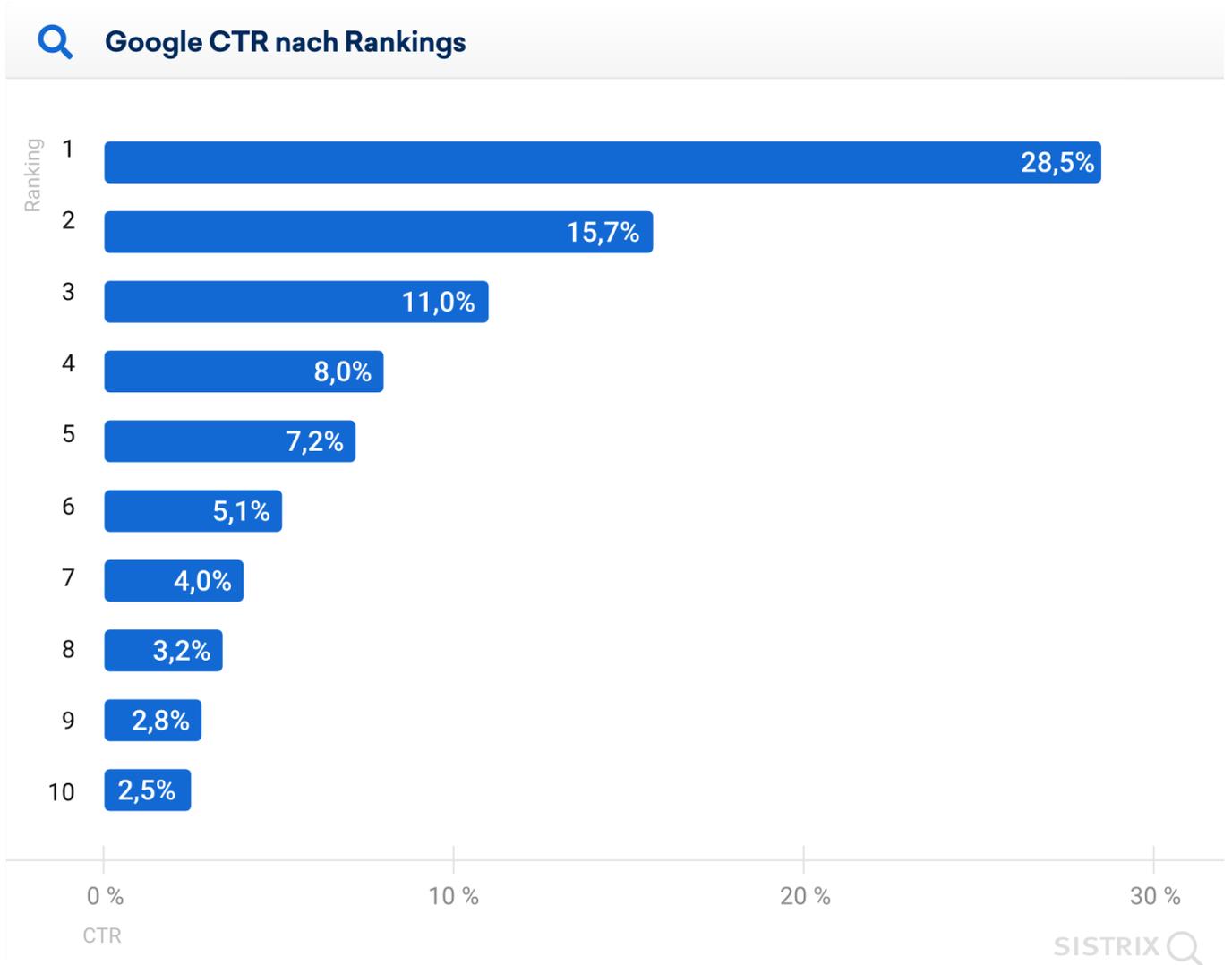
Organische Suchergebnisse

Die organischen Suchergebnisse umfassen all jene Suchergebnisse, die aus dem individuellen Algorithmus der Suchmaschine resultieren. Es gibt eine Vielzahl verschiedener Faktoren, die das Ranking beeinflussen. Das Ziel der Suchmaschinenoptimierung ist es, das Ranking einer Webseite oder bestimmter Unterseiten in Suchmaschinen zu beeinflussen.



Wenn nur organische Treffer
angezeigt werden...

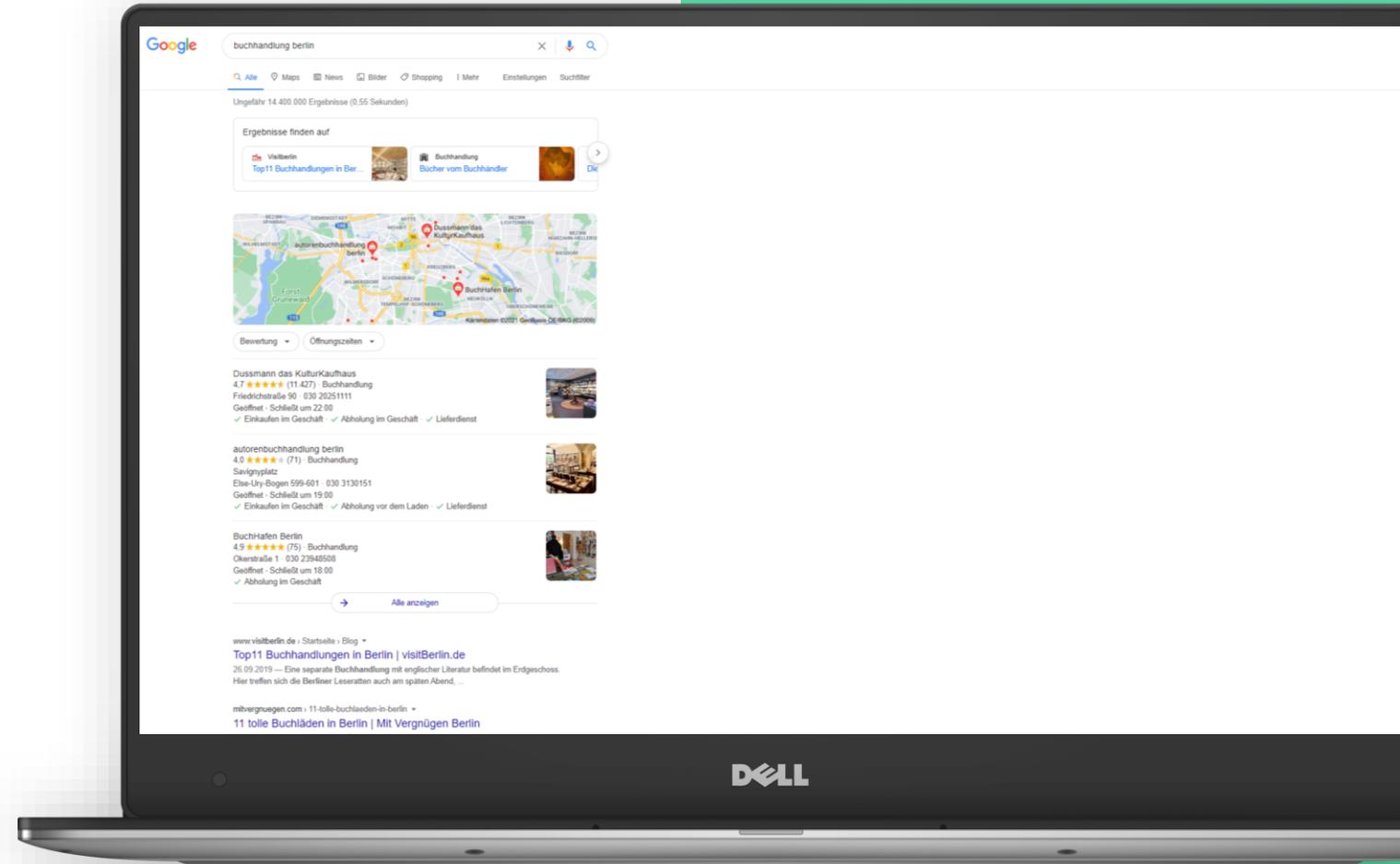
Klickrate (CTR) bei organischen Suchergebnissen



#BASICS

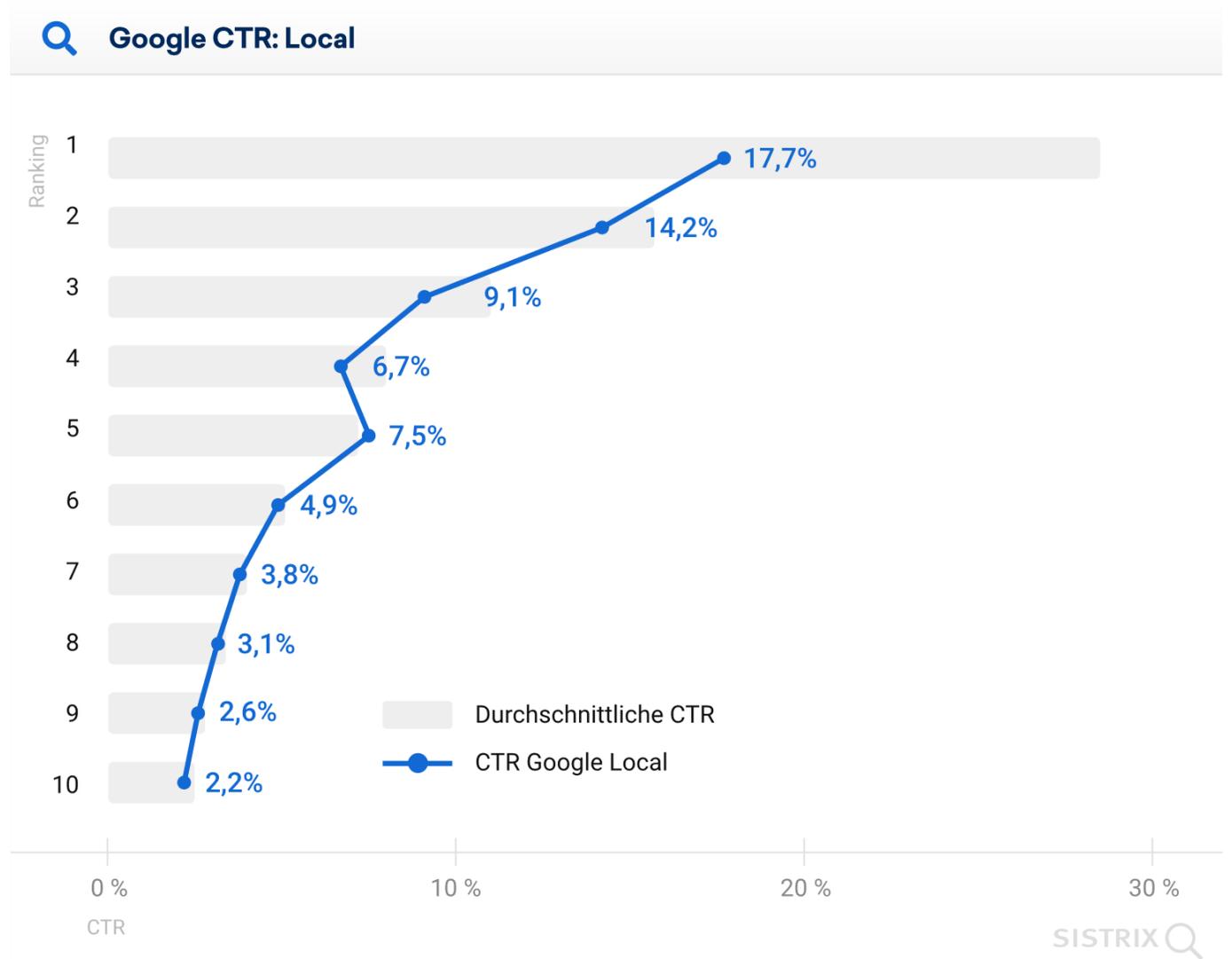
Local Pack / Google MyBusiness

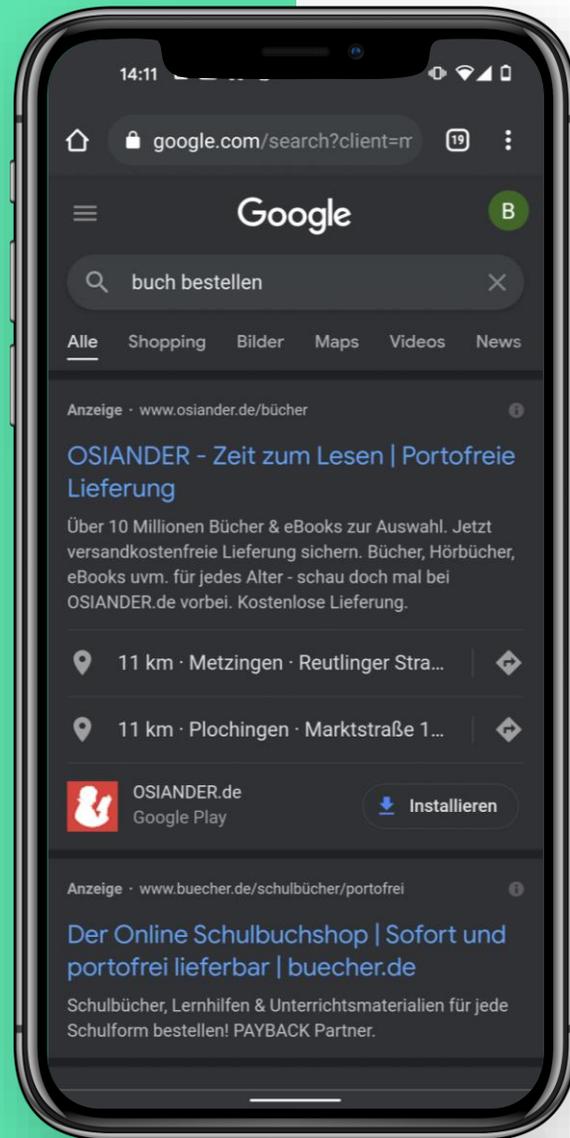
Eine Sonderform der organischen Suchergebnisse stellt das sogenannte Local Pack dar: Wann immer die Suchintention lokal ist, zeigt Google dazu passende lokale Unternehmen an. Unternehmen können ihren Google Firmeneintrag mithilfe von Google MyBusiness verwalten und optimieren.



Wenn Local Pack angezeigt wird...

Klickrate (CTR) bei organischen Suchergebnissen





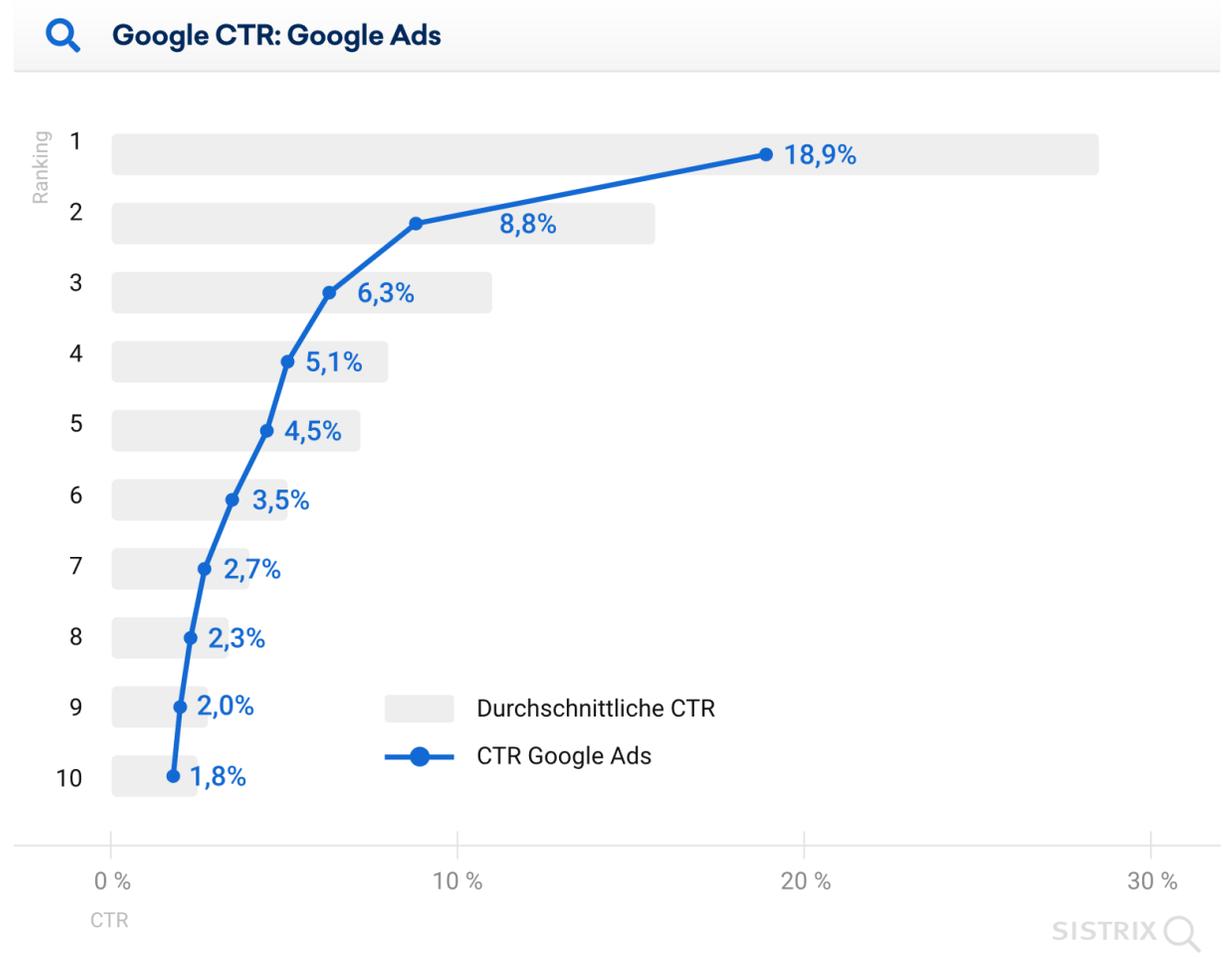
#BASICS

Bezahlte Such- ergebnisse (SEA): Google Ads

Bei Local SEA (Abkürzung des englischen Worts search engine advertising) zahlt man für lokal ausgespielte Werbeanzeigen, um in Suchmaschinen weiter oben zu ranken. Die bekannteste Werbepattform ist Google Ads (vormals Google AdWords). Diese Suchergebnisse werden mit „Anzeige“ gekennzeichnet.

WENN GOOGLE ADS ANGEZEIGT WERDEN...

Klickrate (CTR) bei organischen Suchergebnissen



Grundlagen

Was ist SEO und SEA überhaupt?



Fakten

Wissenswertes zum lokalen Suchverhalten

Einflussfaktoren

Wie funktioniert die lokale Suche?

Tools

Welche kostenlosen Tools helfen weiter?

Beispiele & Fragerunde

Stellen Sie Ihre Fragen...



**80 Prozent der Verbraucher suchen
unter Berücksichtigung ihres
Standorts**

#1



Art der gesuchten lokalen Informationen unterscheiden sich nach Gerätetyp

#2



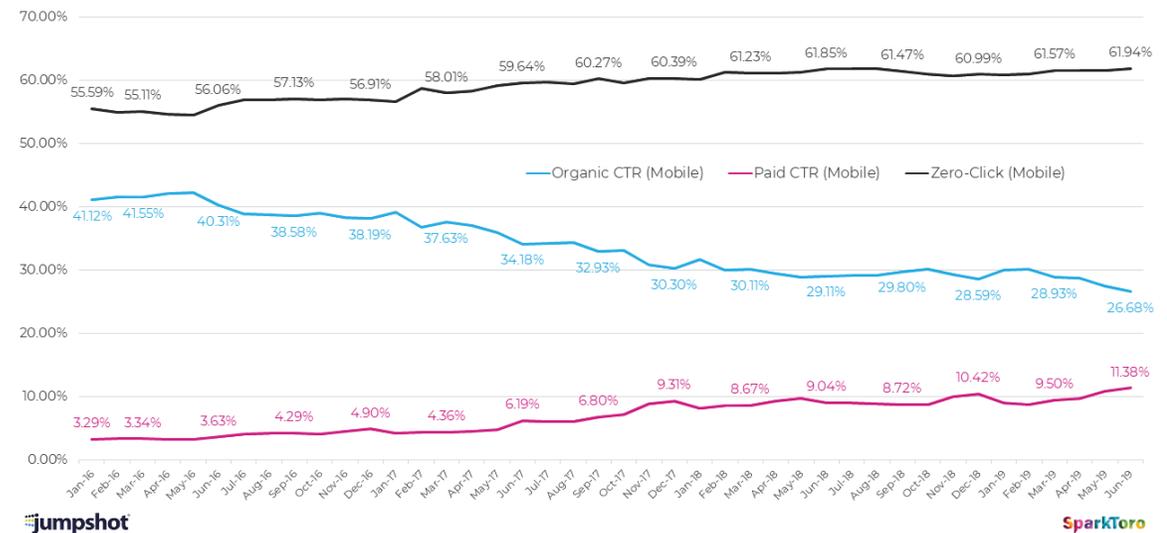
Smartphone

Daten zum Suchverhalten

Personen, die mit Ihrem Smartphone suchen, klicken oftmals gar nicht mehr auf eine Website, da sie bereits alle Infos direkt in Google finden. Über 60 Prozent der Suchenden finden bereits alle Infos in den Suchergebnissen wie z.B. im Local Pack und brechen ihre Suche erfolgreich ab. Die Tendenz, über die letzten Jahre gesehen, ist sogar steigend.

Google Mobile Search Clicks & Zero-Click Searches (2016-2019)

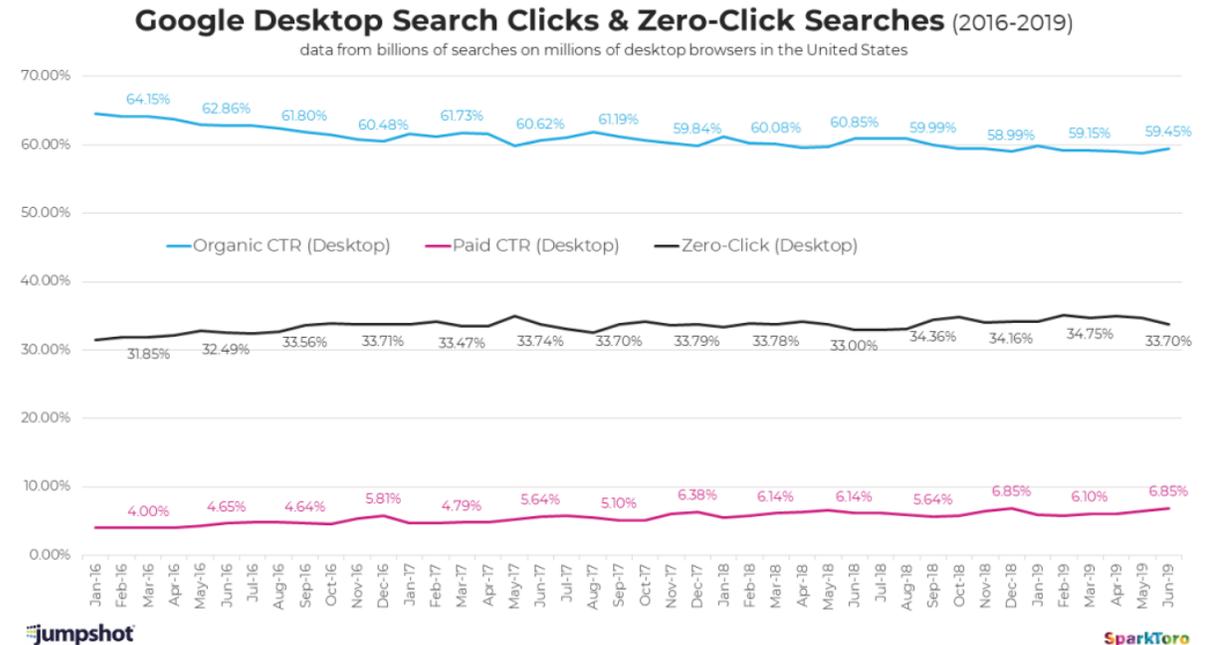
data from billions of searches on millions of mobile browsers in the United States



Desktop-PC

Daten zum Suchverhalten

Über den Desktop-PC werden im Vergleich zum Smartphone meist tiefergehende Recherchen durchgeführt. Daher ist hier auch der Anteil derer, die ihre Suche direkt in Google erfolgreich abrechnen niedriger. Der Großteil klickt auf die Websites, die in den organischen Suchergebnissen angezeigt werden (ca. 60 Prozent).



**Nach der lokalen Suche folgt häufig
eine Kontaktaufnahme oder ein
Ladenbesuch**

#3



Smartphone

~ 50%



Desktop-PC /
Tablet

34%



Nach der lokalen Suche ist vor dem Kauf

#4



Smartphone

Auf Suche folgt Kauf

18%

Wenn ein Konsument eine lokale Suche über ein Smartphone durchführt, zieht dies in 18 Prozent der Fälle noch am selben Tag Käufe bei einem regionalen Anbieter nach sich.



**Jeder fünfte Deutsche sucht
mindestens ein mal pro Woche per
Sprachsuche.**

#5

Grundlagen

Was ist SEO und SEA überhaupt?

Fakten

Wissenswertes zum lokalen Suchverhalten



Einflussfaktoren

Wie funktioniert die lokale Suche?

Tools

Welche kostenlosen Tools helfen weiter?

Beispiele & Fragerunde

Stellen Sie Ihre Fragen...



Einflussfaktoren der lokalen Suche

Wie funktioniert der Algorithmus in Google?

01

Relevanz

Um die Relevanz eines Standorts bzw. eines lokalen Unternehmens für eine Suchanfrage festzustellen, prüft der Algorithmus: "Bietet dieses Unternehmen das Produkt oder die Dienstleistung an, nach welchem/welcher der Suchende sucht?"

02

Nähe

03

Bekanntheit

Einflussfaktoren der lokalen Suche

Wie funktioniert der Algorithmus in Google?

01

Relevanz

Um die Relevanz eines Standorts bzw. eines lokalen Unternehmens für eine Suchanfrage festzustellen, prüft der Algorithmus: "Bietet dieses Unternehmen das Produkt oder die Dienstleistung an, nach welchem/welcher der Suchende sucht?"

02

Nähe

Google bewertet die Nähe indem es folgendes prüft: "Ist das Unternehmen nahe genug am Suchenden, um für diesen als zufriedenstellende Antwort auf diese Frage angesehen zu werden?"

03

Bekanntheit

Einflussfaktoren der lokalen Suche

Wie funktioniert der Algorithmus in Google?



01

Relevanz

Um die Relevanz eines Standorts bzw. eines lokalen Unternehmens für eine Suchanfrage festzustellen, prüft der Algorithmus: "Bietet dieses Unternehmen das Produkt oder die Dienstleistung an, nach welchem/welcher der Suchende sucht?"

02

Nähe

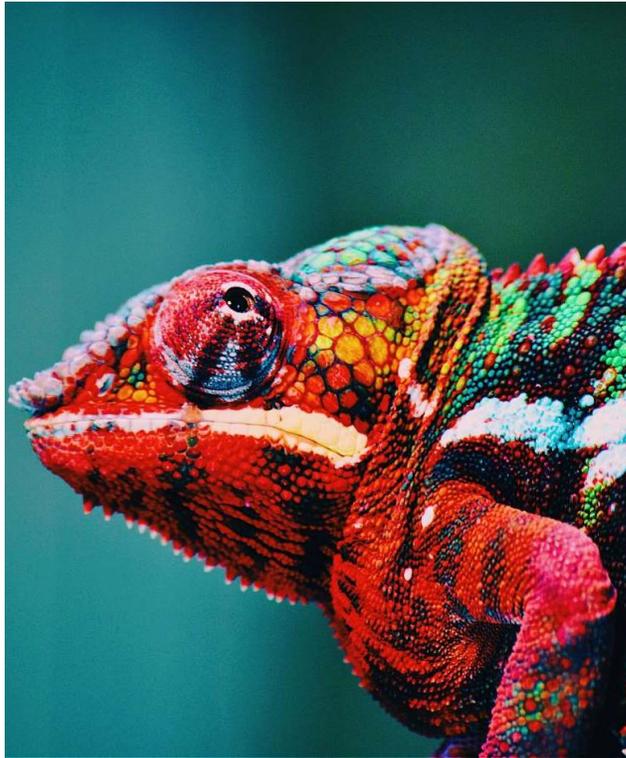
Google bewertet die Nähe indem es folgendes prüft: "Ist das Unternehmen nahe genug am Suchenden, um für diesen als zufriedenstellende Antwort auf diese Frage angesehen zu werden?"

03

Bekanntheit

Der dritte Faktor ist die Bekanntheit des Unternehmens. Der lokale Algorithmus prüft die Bedeutung eines Unternehmens für eine Suchanfrage: „Ist dieses Geschäft wichtig für Kunden? Ist es ein neues Unternehmen, über das man noch nicht viel weiß? Ist die Firma völlig unwichtig?"





Google Rank-Brain

Künstliche Intelligenz und maschinelles Lernen sind fester Bestandteil von Google.



Mehr Fragen

Trend geht dazu, ausformulierte Fragen per Spracheingabe zu googeln.



Long Tail Keywords

65 Prozent der Suchanfragen bestehen aus mindestens vier Wörtern.

Grundlagen

Was ist SEO und SEA überhaupt?

Fakten

Wissenswertes zum lokalen Suchverhalten

Einflussfaktoren

Wie funktioniert die lokale Suche?



Tools

Welche kostenlosen Tools helfen weiter?

Beispiele & Fragerunde

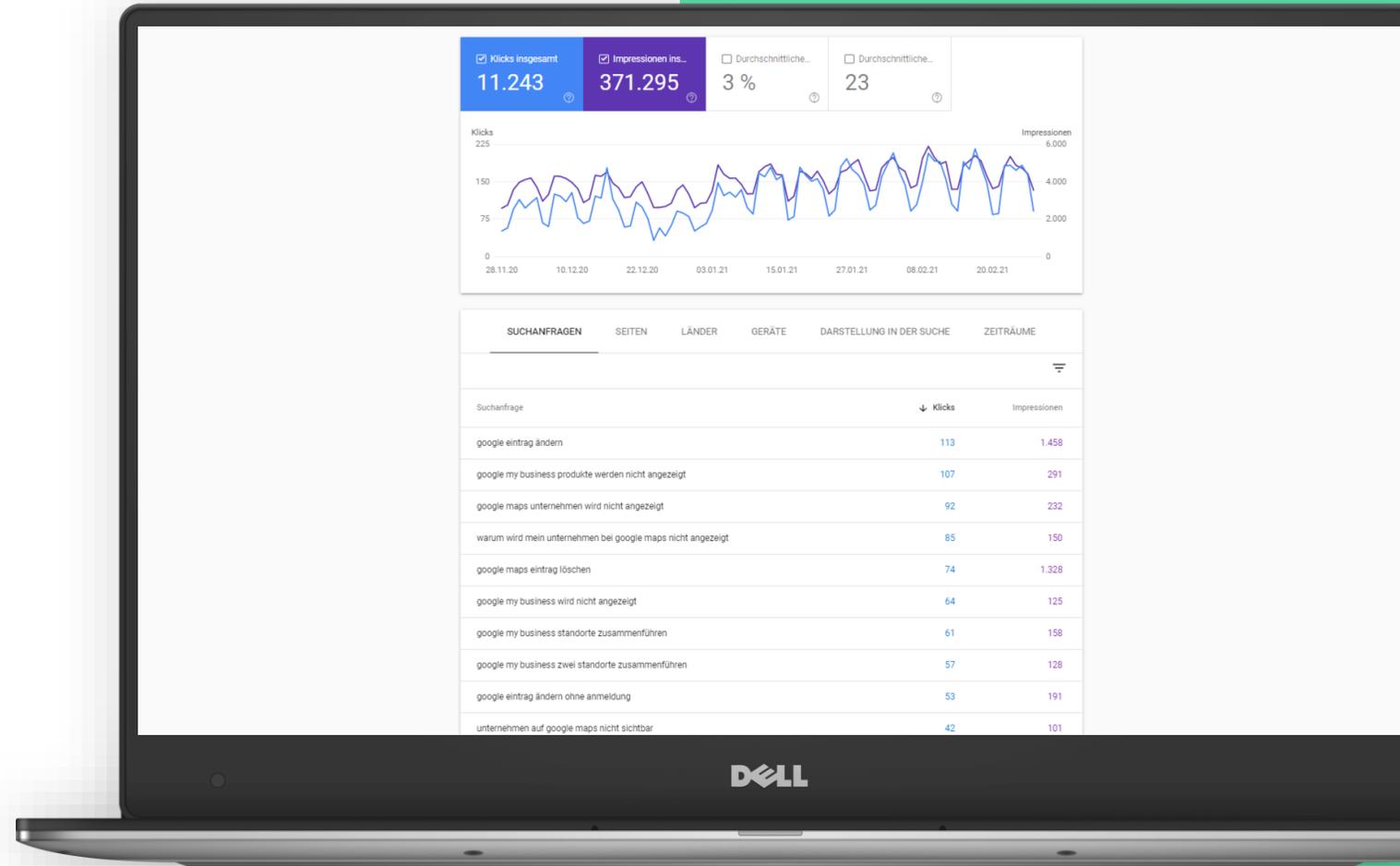
Stellen Sie Ihre Fragen...



Für die organische Suche...

Google Search Console

Die Google Search Console ist ein kostenloses Analyse- und Servicetool von Google. Mit Hilfe der Google Search Console können zahlreiche Einstellungen an Webseiten oder Apps vorgenommen, Statistiken eingesehen sowie Optimierungen durchgeführt werden.





Wichtigstes Local-SEO-Tool...

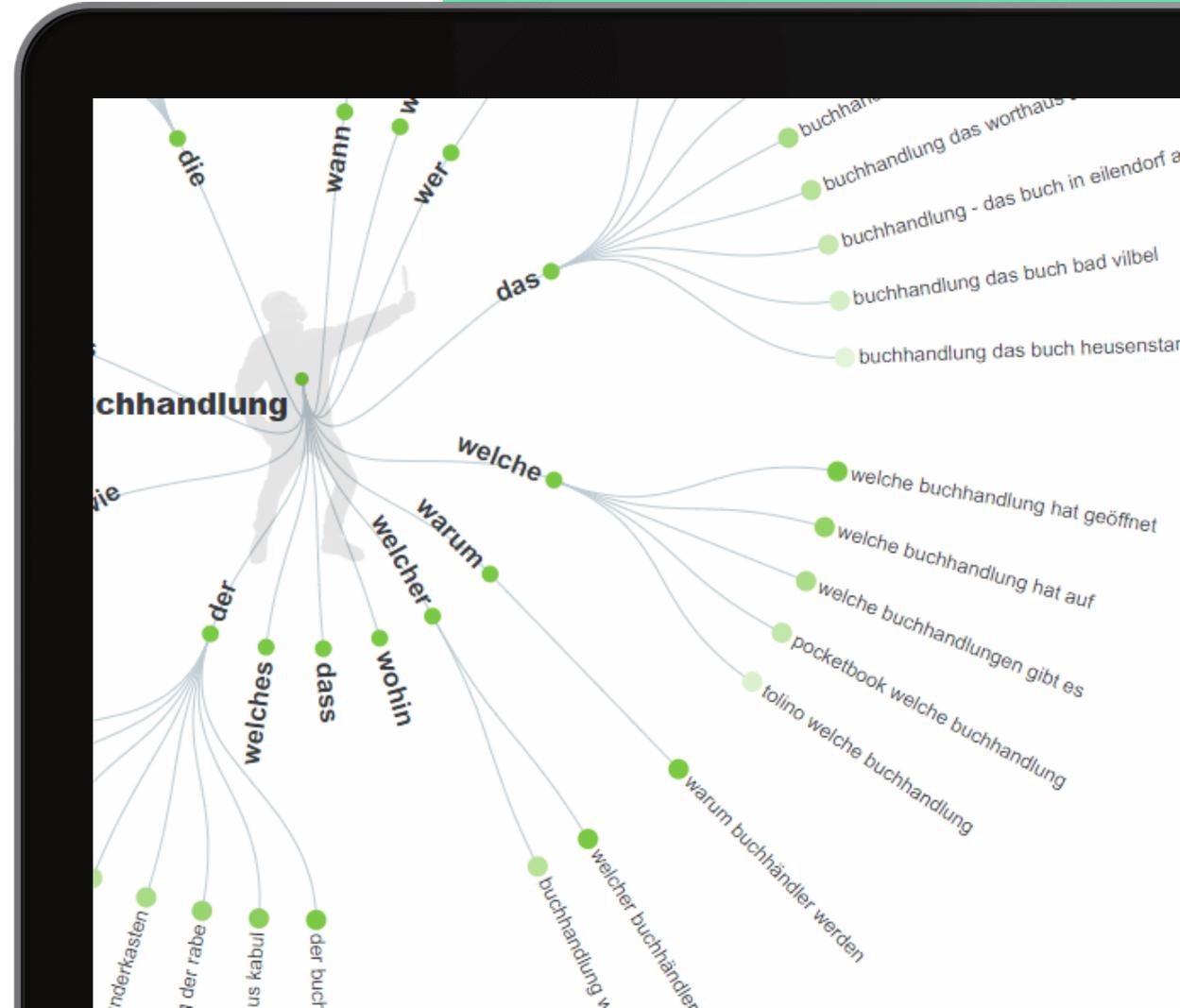
Google MyBusiness

Verwaltung & Optimierung des Google Maps-/ Google-Unternehmenseintrags: Von den Öffnungszeiten über COVID-19-Unternehmens-Updates bis zum Beantworten von Google Rezensionen.

Für die Keyword Recherche...

Keyword-Tools

- Google Ads Keyword Tool
- Answer the public (siehe rechts)
- Mangools Keyword Finder (Ehemals KW Finder)



Grundlagen

Was ist SEO und SEA überhaupt?

Fakten

Wissenswertes zum lokalen Suchverhalten

Einflussfaktoren

Wie funktioniert die lokale Suche?

Tools

Welche kostenlosen Tools helfen weiter?



Beispiele & Fragerunde

Stellen Sie Ihre Fragen...



Mögliche förderfähige Leistungen...

Neustart Kultur

Leistung	Beispiele
Sämtliche Beratungs- und Analyseleistungen rund um lokales SEO und Onlinemarketing	Entwicklung einer digitalen Kommunikationsstrategie – von der Definition der Zielgruppen über die Auswahl der Kanäle bis hin zu konkreten Kommunikationsleitfäden
Implementierung und Einrichtung von SEO/SEA-Tools	<ul style="list-style-type: none">• Implementierung & Schulung Google Search Console• Implementierung Google Ads, Einrichtung erster Suchkampagnen & Schulung• Implementierung, Optimierung & Schulung Google MyBusiness
Suchmaschinenoptimierung für Unternehmens-Website	<ul style="list-style-type: none">• Keyword- und Wettbewerbsanalyse• Grundlegende SEO-Einstellungen• Erstellung suchmaschinenoptimierter Texte• Schulung lokales SEO• Erstellung Handlungsleitfaden



Mehr Umsatz.

Bei einem lokalen Einzelhändler wurde der **Umsatz für Geschenkgutscheine** durch SEA-Maßnahmen **gesteigert** (bei rückläufigen Zahlen in den Vorjahren).

34%

1/3

Reduktion CPA.

Bei einem lokalen Energieversorger wurde durch gezielte SEO- und SEA-Maßnahmen der CPA (Kosten pro Vertragsabschluss Strom) auf ein Drittel reduziert.

Vielen Dank.



Benjamin
Fritz

E-Mail: b.fritz@digital-lokal.de

Telefon: +497022 9902731