



© **future**
Training & Consulting
GmbH

SEO-Seminar: Nachhaltige Suchmaschinenoptimierung

Kursangebot

Kursnummer: WEB1631

1-Tages-Kurs

In diesem SEO-Seminar mit individueller SEO-Beratung zeigen wir Ihnen, wie Sie ganz legal und ohne großen Aufwand Top-Rankings bei Google und anderen Suchmaschinen erreichen. SEO (Suchmaschinenoptimierung) ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor für Websites. Wer in Google und anderen Suchmaschinen nicht 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. Aufgrund der kleinen Gruppengrößen in diesem Seminar (maximal 8 Teilnehmer) geht der Dozent auf Wunsch auf die Websites der einzelnen Seminarteilnehmer ein und gibt individuelle Ratschläge.

Inhalt

- **Aktueller Marktanteil von Google und anderen Suchmaschinen**

Wer regiert wo: Marktanteile von Google, Yahoo!, Bing, Baidu & Yandex in verschiedenen Ländern der Welt

- **Architektur und grundsätzliche Funktionsweise von Suchmaschinen**

Das Webcrawler-Subsystem Der Suchindex Das Such-Interface Der Scheduler

- **Google und das PageRank-Verfahren**

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? Was leistet der aktuelle Google-Index »Caffeine«? TrustRank und Authority Domains

- **Das Google-Suchinterface**

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

- **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? Welchen PageRank haben meine Webseiten? Backlink-Analyse: Wer verlinkt auf mich und welche Links sind die wertvollen? Was taugt der HTML-Code meiner Webseiten? Die Google Webmaster-Tools

- **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-Tool Welche Keywords lohnen? Der Suchvolumen-Konkurrenz-Index (SKI) und

"Money Keywords" Suchtrends aufspüren: Google Insights for Search

- **SEO Schritt 2: Die Onpage-Optimierung**

Was ist bezüglich des HTML-Codes zu beachten? Die optimale Keyword-Verteilung Schreiben für Suchmaschinen: Was ist zu beachten? Wichtige Meta-Tags Rich Snippets: Semantische Informationen für Rich Snippets mit der HTML5-Mikrodaten-Spezifikation erstellen.

- **SEO Schritt 3: Die Offpage-Optimierung**

Optimierung der Web-Anwendung: Suma-freundliche 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"

- **SEO Schritt 4: Linkaufbau und strategische Optimierung**

Strategien für den Link-Aufbau: Linkbaits und andere Ansätze Trust Rank: Authority Domain , Trusted Domain und Trusted Sources Google Bombing und was wir daraus lernen können Google und Social Media: Social SEO

- **SEO Schritt 5: Local SEO**

Welche Suchanfragen haben einen "lokalen Bezug"? Die Google Ranking-Kriterien für lokale Unternehmen

- **SEO Schritt 6: Die Erfolgskontrolle**

Tools und Techniken zur Erfolgskontrolle

- **Unerlaubte Tricks: Die Google Don'ts**

Doorway Pages, Cloaking, Link Farms und andere unerlaubte Tricks: Was Sie nicht tun sollten

- **Up to date bleiben: Wichtige Informationsquellen**

Wichtige Blogs, Autoren und Experten: Wie bleibt man am einfachsten up to date?

Zielgruppe

IT-Projektleiter/innen Werbe- und Marketing-Fachleute Webdesigner/innen Webentwickler/innen Webmaster

Voraussetzungen

Fundierte PC-Kenntnisse (Windows oder Mac), Internet-Anwenderkenntnisse HTML-Kenntnisse von Vorteil

Abschluss

Anbieterspezifisch

Preis

kompletter Kurs: **500,00 €** (595,00 € inkl. 19% MwSt.)

Im Preis enthalten sind

- Getränke (kalt und warm)
- Pausensnacks
- Kursunterlagen
- future-Zertifikat

Ihr Ansprechpartner

Klaus-Peter Krause

Trainingscenterleiter
Telefon: 0371 56044 805
E-Mail: klaus-peter.krause@futuretrainings.com

Annaberger Straße 73
09111 Chemnitz
Im Wirkbau Haus E, Eingang B, 4 Etage Facebook Besuchen Sie uns auch auf Facebook

Weitere Infos unter

Telefon: 0371 56044 801

www.futuretrainings.com

Unsere Standorte

Halle (Saale), Berlin, Berlin-Neukölln, Chemnitz, Hannover, Köln, Leipzig, Reutlingen, Stuttgart, Ulm