



© **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

---

## Preis

kompletter Kurs: **500,00 €** (580,00 € inkl. 16% MwSt.)

### Im Preis enthalten sind

- Getränke (kalt und warm)
- Pausensnacks
- Kursunterlagen

- future-Zertifikat

---

## Termine am Standort Jena

Mo, 05.10.2020  
Mo, 19.10.2020  
Mo, 02.11.2020  
Mo, 16.11.2020  
Mo, 30.11.2020  
Mo, 14.12.2020  
Mo, 28.12.2020

---

## Ihr Ansprechpartner

### Marcel Romanek

Trainingscenterleiter  
Telefon: 03641 452355  
E-Mail: marcel.romanek@futuretrainings.com

Löbstedter Strasse 101  
07749 Jena

---

## Weitere Infos unter

Telefon: 03641 452355

[www.futuretrainings.com](http://www.futuretrainings.com)

---

## Unsere Standorte

Halle (Saale), Berlin, Berlin-Neukölln, Chemnitz, Hannover, Leipzig, Reutlingen, Stuttgart, Ulm, Erfurt, Jena, Marburg, Nordhausen, Brand-Erbisdorf