

31. März 2020

Hands-On-E-Commerce – Thema Online-Werbung – Teil 1

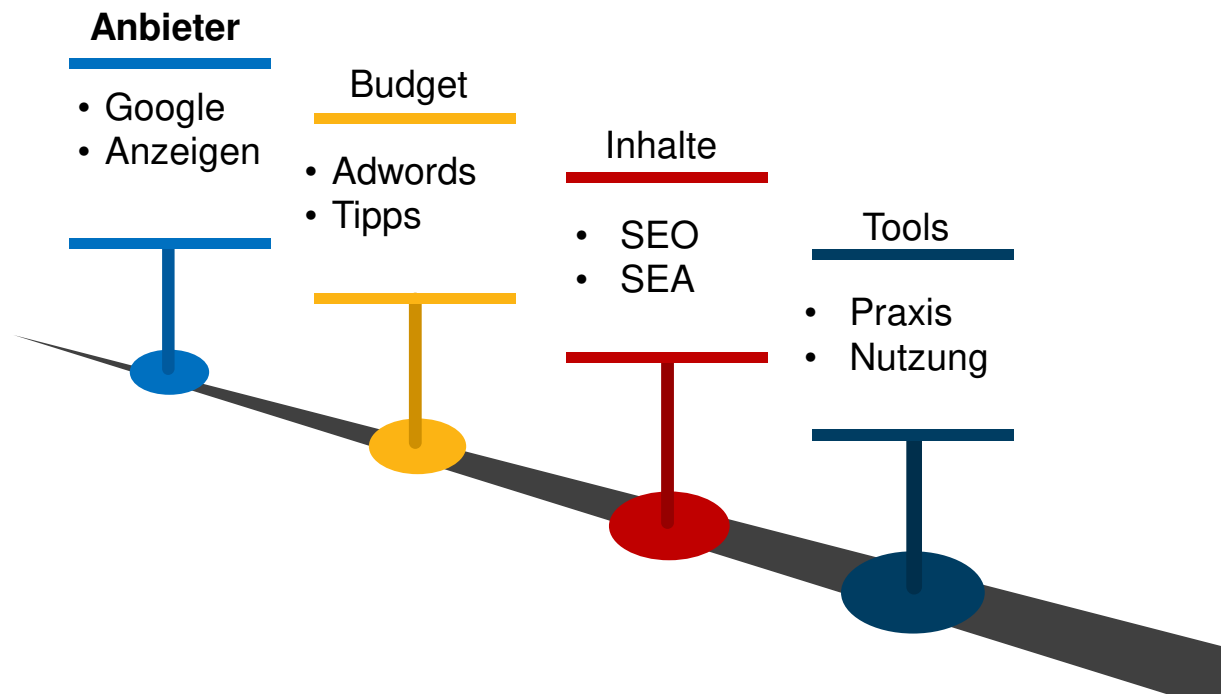
Mit Experten und Expertinnen der Hochschule Offenburg

Themenüberblick

- Webseite: Aufbau, Struktur, Inhalte, Rechtliches
- Marktplätze: Attraktivität, Konditionen, Inhaltsaufbereitung
- Online-Shop: Aufbau, Umfang, Systeme, Rechtliches
- **Online-Marketing: Anbieter, Budget, Marketinginhalte**
- Social Media: Zielgruppe, Reichweite, Rechtliches



Online-Marketing



Was ist Online-Marketing?

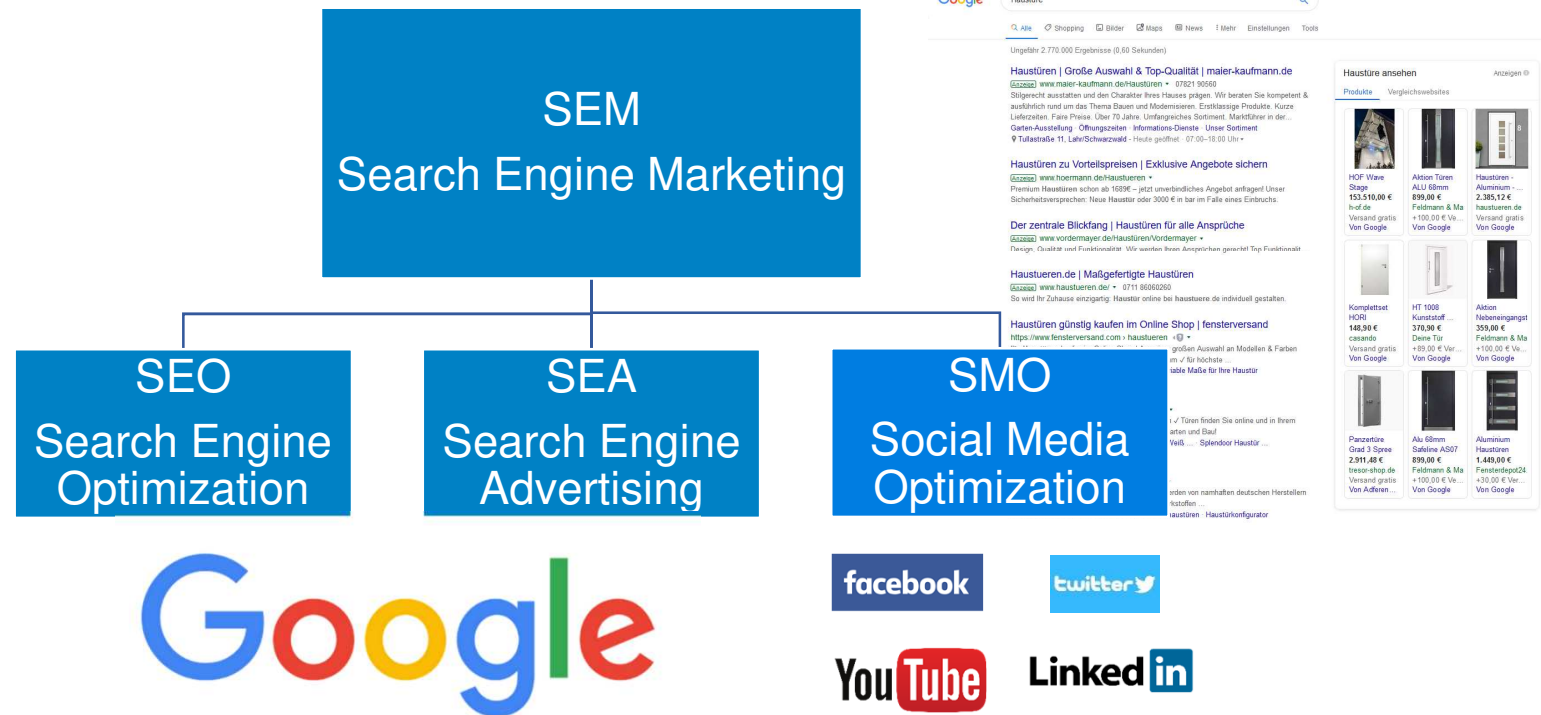
- Methoden um die Präsenz von Websites in den Suchmaschinen zu erhöhen
- SEO bzw. Suchmaschinenoptimierung
- Google Werbung



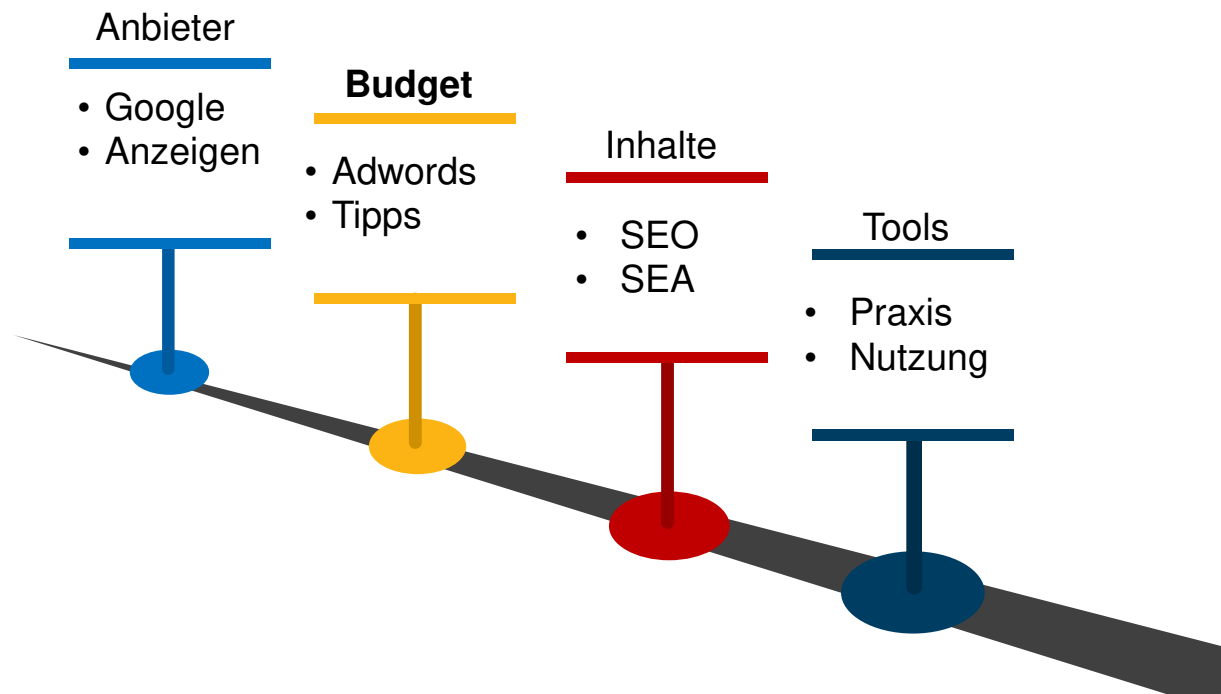
Google Marketing Platform
Attribution



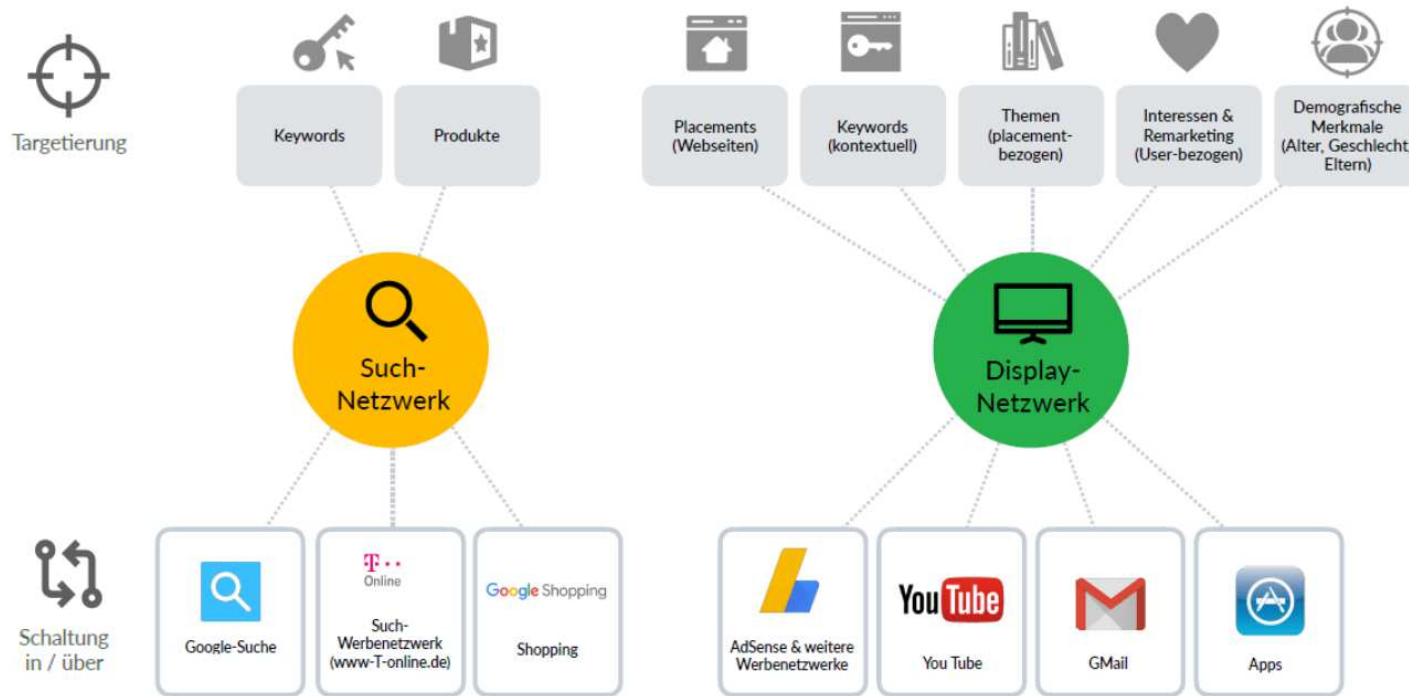
Was umfasst Online-Marketing?



Online-Marketing

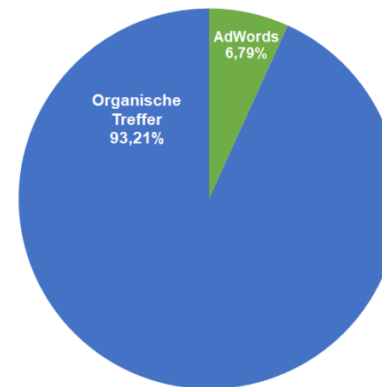


AdWords Targetierungs-Möglichkeiten



Vorteile von SEO

- SEO ist in erster Linie kostenlos
- SEO bringt relevanten Traffic
- SEO ist relevanter als SEA (93% der Klicks bei Google)
- SEO verdrängt die Konkurrenz
- SEO stärkt das Image
- SEO ist messbar



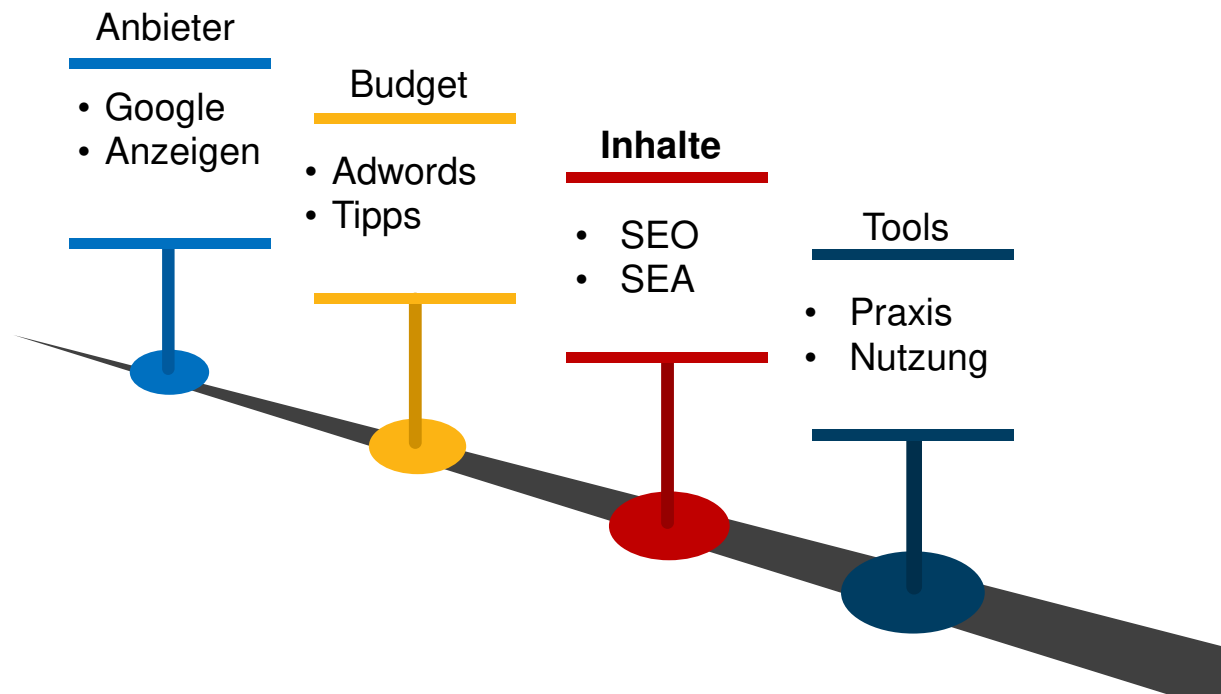
Google beim Finden der Website unterstützen

- Verlinkung aller Seiten der Website ermöglichen
- Nutze eine Sitemap-Datei
- Anzahl der Links auf einer Seite beschränken
- Nutzen des HTTP-Header If-Modified-Since
- Crawling-Budget verwalten (robots.txt)
- Website bei Google einreichen



Google beim Erkennen der Website unterstützen

- hilfreiche und informative Website erstellen
- Suchintention der Zielgruppe kennen und Website darauf ausrichten
- klare Seitenhierarchie der Website anwenden
- CMS-Konformität zur Crawlbarkeit der Seiten und Links sicherstellen
- Crawlbarkeit der Assets der Website sicherstellen (darunter bspw. CSS, JavaScript-Datei)
- Session IDs und URL-Parameter für Suchrobots vermeiden
- Crawlen von Werbelinks vermeiden (bspw. mit Hilfe der robots.txt-Datei oder rel="nofollow")

Online-Marketing



Google Ads

- früher: 
- Intelligente Suchnetzwerk-Kampagnen
- Dank Machine Learning ausgefeilte Statistiken
- Mobile Leistungsmessung -> Wechsel von Endgerät
- Einfache Automatisierung und Integration
- Zielgruppenanalyse und –aktivierung
- Systemübergreifendes Nutzen von Kundendaten
- Neu:  Search Ads 360



SEO - Search Engine Optimization

SEO = Maßnahmen, die dazu geeignet sind, die Platzierung einer Website in den organischen Suchergebnissen von Suchmaschinen zu verbessern und damit den Traffic zu steigern.

- Erstellen bzw. Aufbessern relevanter und einzigartiger Inhalte
- Einsatz entsprechender Keywords
- Title Tags oder Meta Descriptions
- internes Verlinken auf der Website
- Links von anderen Seiten

SEA - Search Engine Advertising

Vermarktung über Suchmaschinen wie Google, Bing oder Yahoo

- Textanzeigen

Positionierung oberhalb der organischen Suchergebnisse

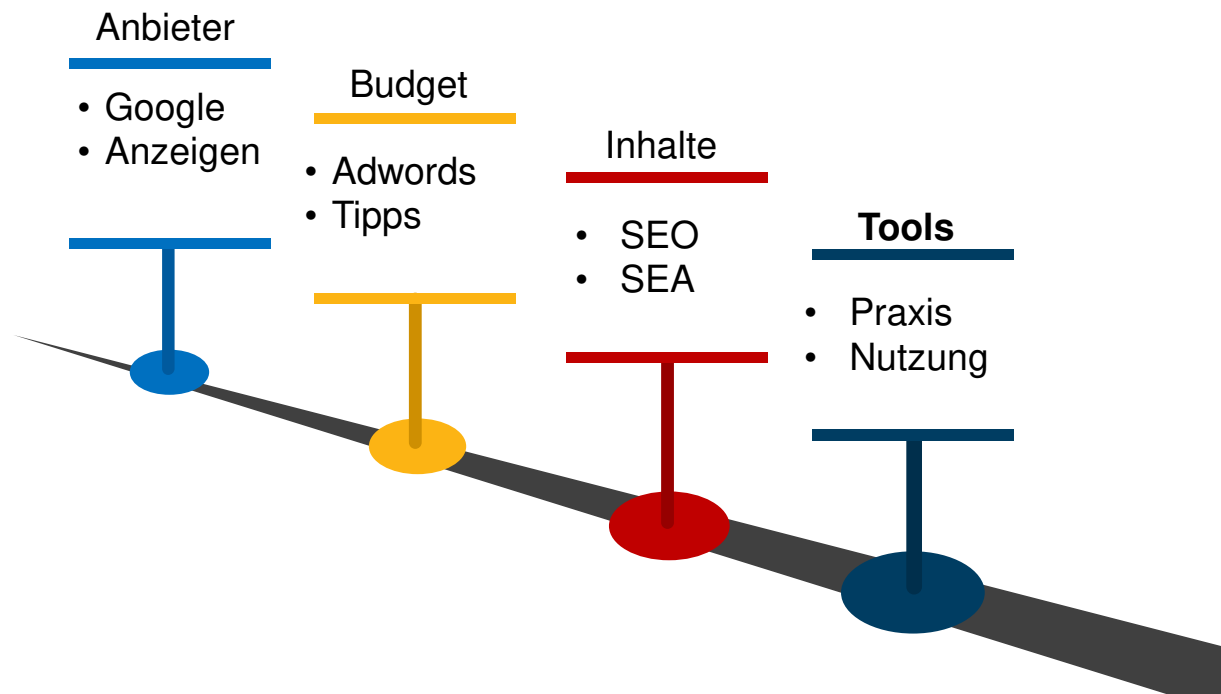
Anzeigenschaltung erfolgt über die Buchung von Keywords

- Kosten pro Klick (CPC) abhängig von:
 - Wettbewerb um ein Keyword
 - Positionierung der Anzeige
 - Qualität des Adwords-Kontos (Qualitätsfaktor)
- Qualitätsfaktor der Keywords

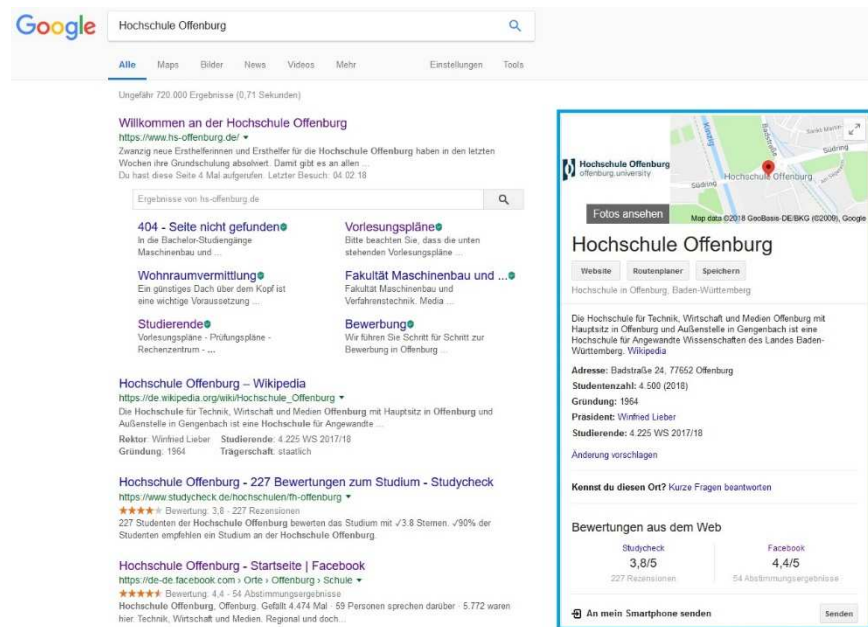
Wann ist SEA sinnvoll?

- Schnell Ergebnisse sichtbar
- Schnell mehr Traffic und damit mehr Verkäufe/Vertragsabschlüsse
- Genaue Zielgruppe erreichen
- Großen und schnellen Erfolg bei neuer Webseite/Aktion/Onlineshop
- Markenbekanntheit steigern
- Stärkung der organischen Suche
- Förderung des Trust der Seite und damit Steigerung der Sichtbarkeit

Online-Marketing



Google Firmeneintrag



The screenshot shows a Google search for 'Hochschule Offenburg'. The search results include a welcome message, a list of related links (e.g., '404 - Seite nicht gefunden', 'Vorlesungspläne', 'Wohnraumvermittlung', 'Studierende'), and a detailed local listing for 'Hochschule Offenburg'. The local listing includes a map, contact information, and user reviews.

Hochschule Offenburg
Hochschule in Offenburg, Baden-Württemberg

Adresse: Badstraße 24, 77652 Offenburg
Studentenzahl: 4.500 (2018)
Gründung: 1964
Präsident: Winfried Lieber
Studierende: 4.225 WS 2017/18
Änderung vorschlagen

Kennst du diesen Ort? Kurze Fragen beantworten

Bewertungen aus dem Web

Studcheck	Facebook
3,8/5	4,4/5
227 Rezensionen	54 Abstimmungsergebnisse

An mein Smartphone senden

- Kostenlos
- Wichtige Informationen im Überblick
- Kontaktmöglichkeiten
- Route und Anruf auf Knopfdruck
- Rezensionen anderer Nutzer
- Bilder
- Infos zum Ort über Google Local Guides

Google Firmeneintrag

Google my Business

- Zentrale Stelle zum Verwalten der Firmeninformationen
- Informationen für Google Suche, Google Maps
- **Ziel:** schnelles Finden des Unternehmens,
auch über Schlüsselwörter



Google My Business

Google - Rezensionen

Wie man auf positive Bewertungen antwortet:

- Den Verfasser der Bewertung namentlich adressieren
- sich für das positive Herausstellen bestimmter Aspekte bedanken
- Hilfreiche Infos geben



Google - Rezensionen

Wie man auf negative Bewertungen antwortet:

- Erneut namentlich adressieren
- Bedauern über das negative Erlebnis ausdrücken/Bedanken für die Kritik
- Auf die einzelnen Kritikpunkte höflich aber bestimmt eingehen
- Lösungen anbieten, bereits geschehene Änderungen/Verarbeitung betonen
- Weiteren Kontakt anbieten
- Kommentator einladen, sich von den Änderungen zu überzeugen



Google Analytics

- Schnelle Antworten auf Analysedaten
- Bericht-Tools ermöglichen Einblick in das Interagieren der Besucher
- Visualisieren der Analysedaten
- Analysedaten einfach zu verwalten
- Marketingentscheidungen gezielter treffen

- Neu:  Analytics 360





Google Marketing Platform Attribution



Display & Video 360



Google Data Studio



Optimize 360



Tag Manager 360



Surveys 360

Vielen Dank für Ihr Interesse!

- Hat Ihnen das Thema gefallen?
- Sehen Sie sich die weiteren Teile der Workshopreihe an!
- Wagen Sie nun den ersten Schritt in die Digitalisierung Ihres Leistungsangebots!
- Viel Spaß!