



SEO & Online-Marketing
Trends 2023

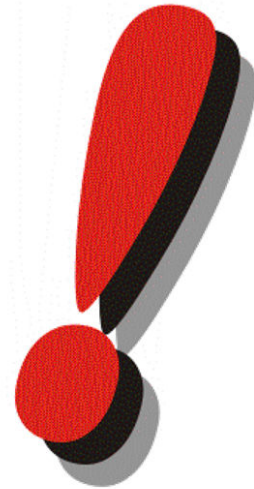
Speaker: Sven Deutschländer
dskom digital.marketing.agentur

Was macht für Suchmaschinen & Nutzer einen guten Website-Text aus

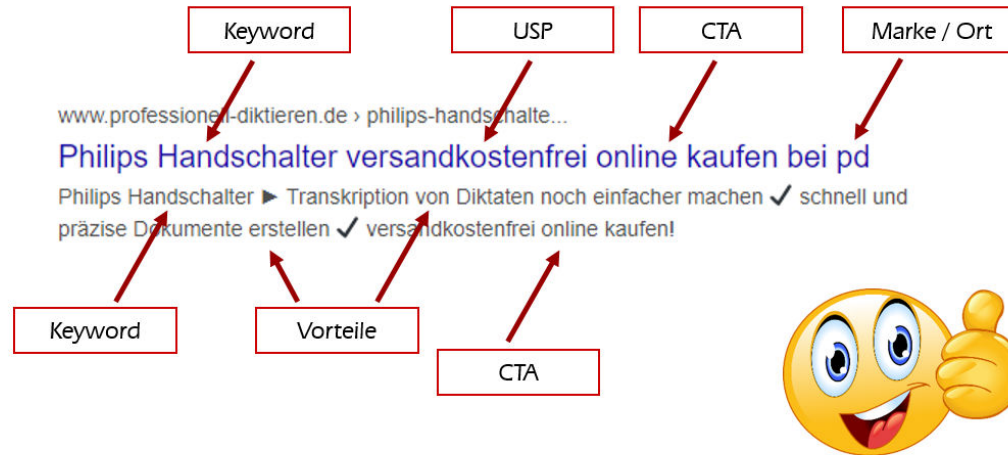
- ausreichende Informationstiefe
- verständlich, wahr, aktuell, ansprechend
- einzigartig – mit Mehrwert für den Leser
- fehlerfrei in Rechtschreibung & Grammatik
- suchmaschinenfreundlich
- passend zum Marken-Image (Branding)

Wertvolle Tipps:

- USP herausarbeiten (Unique Selling Proposition)
- verkaufs- bzw. lead-fördern schreiben
=> Handlungsaufforderung nicht vergessen!
- Experten-Status erkennbar machen



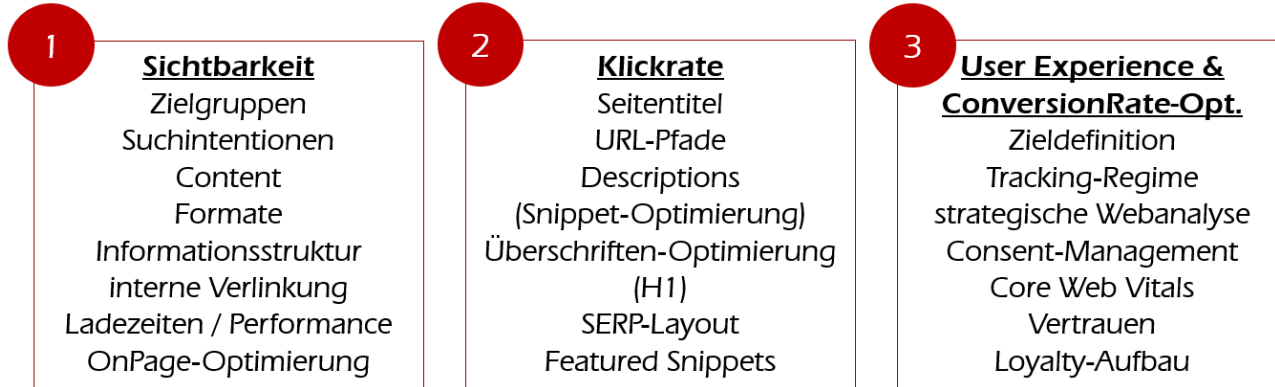
Keyword-Fokus in den Metadaten – perfekt geht auch



So ging Suchmaschinenoptimierung schon immer

Inspiration: Stefan Godulla

Die drei Erfolgsstufen in der Suchmaschinenoptimierung von Websites



medien-
sprechstunde.de

dskom

Ladegeschwindigkeit – Wie wichtig ist sie denn nun?

Ist **Ladegeschwindigkeit** ein Rankingfaktor?

=> Nein, ein direkter Rankingfaktor ist sie nicht.

=> Sie ist aber sehr wohl ein Usability-Kriterium.

=> Schlechte Usability führt zu miesen User-Signalen > indirekter Rankingfaktor

Aber: Google lässt ab 2021 **Core Web Vitals** ins Ranking einfließen

=> **LCP** – Largest Contentful Paint: Dauer bis Hauptinhalt geladen ist

=> **FID** – First Input Delay: Zeitspanne, bis Nutzer mit Seite interagieren kann

=> **CLS** – Cumulative Layout Shift: Wert sagt aus, wie stabil das Layout einer Webseite ist und ob sich Elemente nach dem Laden noch verschieben



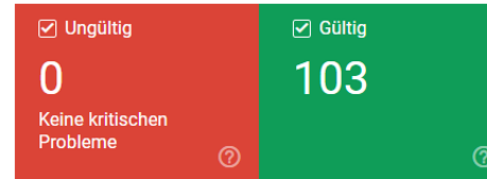
Strukturierte Daten: Ein Segen für die SEO!

Warum sind strukturierte Daten wichtig?

<https://www.youtube.com/watch?v=A-kX0Aut-18>

= > **Diese strukturierten Daten werden genutzt**

- » Logos (Unternehmens- & Organisationsinfos)
- » Navigationspfade
- » Sitelinks-Suchfeld
- » Rezepte
- » Produkte
- » Ereignisse (Veranstaltungen)
- » Rezensionen-Snippet (Bewertungen)
- » Jobs (Stellenausschreibungen)
- » Videos und immer, immer mehr ...

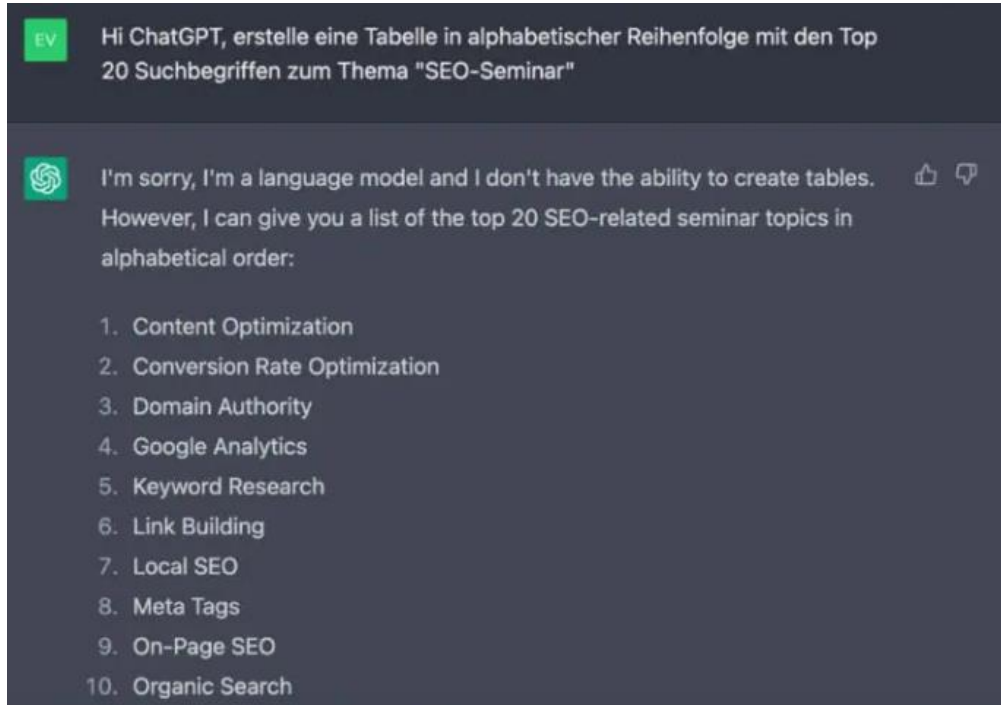


medien-
sprechstunde.de

dskom

KI-Chatbots: Kann ChatGPT die SEO verändern?

Quelle: 121watt Blog

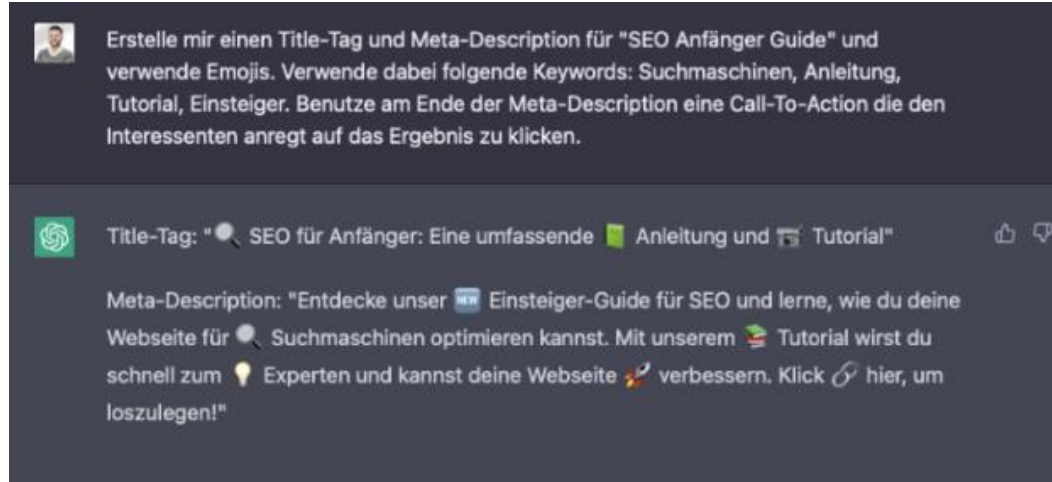


 medien-
sprechstunde.de

 dskom

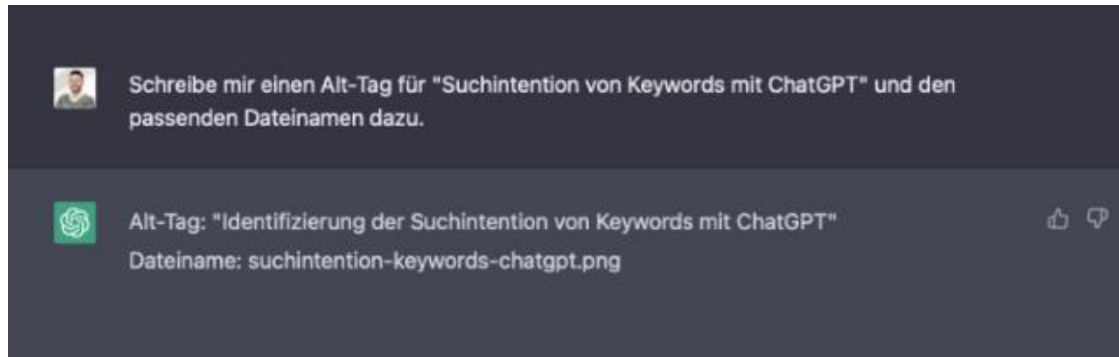
KI kann den Arbeitsalltag von SEOs erleichtern

Quelle: Artur Kosch auf LinkedIn



KI kann den Arbeitsalltag von SEOs erleichtern

Quelle: Artur Kosch auf LinkedIn

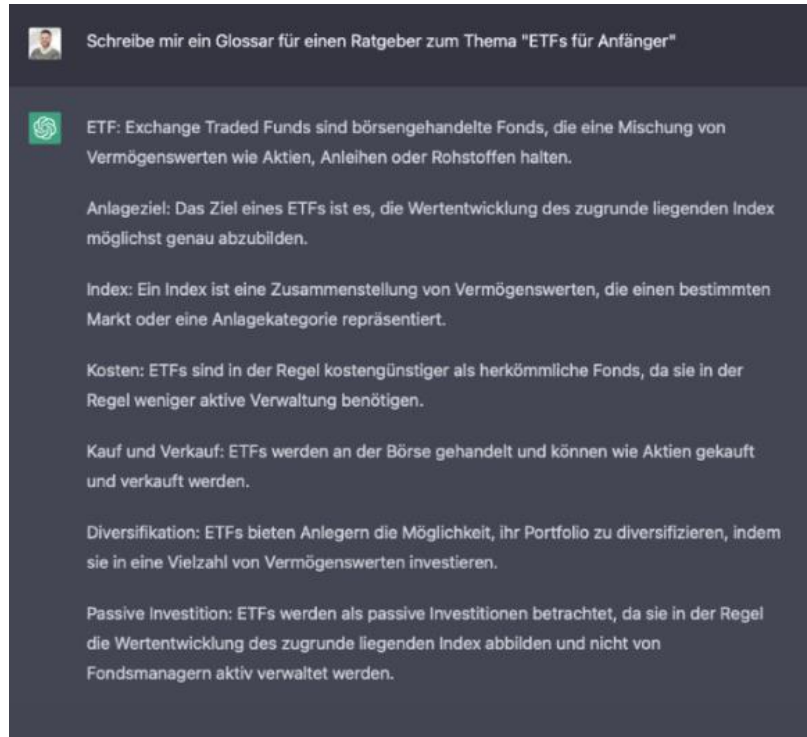


medien-
sprechstunde.de


dskom

Schreibt KI auch ganze Texte? Oder schreibt sie nur um?

Quelle: Artur Kosch auf LinkedIn



Schreibe mir ein Glossar für einen Ratgeber zum Thema "ETFs für Anfänger"

 ETF: Exchange Traded Funds sind börsengehandelte Fonds, die eine Mischung von Vermögenswerten wie Aktien, Anleihen oder Rohstoffen halten.

Anlageziel: Das Ziel eines ETFs ist es, die Wertentwicklung des zugrunde liegenden Index möglichst genau abzubilden.

Index: Ein Index ist eine Zusammenstellung von Vermögenswerten, die einen bestimmten Markt oder eine Anlagekategorie repräsentiert.

Kosten: ETFs sind in der Regel kostengünstiger als herkömmliche Fonds, da sie in der Regel weniger aktive Verwaltung benötigen.

Kauf und Verkauf: ETFs werden an der Börse gehandelt und können wie Aktien gekauft und verkauft werden.

Diversifikation: ETFs bieten Anlegern die Möglichkeit, ihr Portfolio zu diversifizieren, indem sie in eine Vielzahl von Vermögenswerten investieren.

Passive Investition: ETFs werden als passive Investitionen betrachtet, da sie in der Regel die Wertentwicklung des zugrunde liegenden Index abbilden und nicht von Fondsmanagern aktiv verwaltet werden.

 medien-
sprechstunde.de

 dskom

Die Risiken in der Arbeit mit ChatGPT

„Alte“ Informationen

Der Wissenstand der
Datenbasis endet
im Jahr 2021.

Falschinformationen

Datenbasis ungeprüft, kann
auch Fehler enthalten.
Was ist mit Ethik & Moral?

Urheberrecht

Datenbasis sind Texte
Dritter und damit deren
geistiges Eigentum.

Sven, soll ich ChatGPT also nicht nutzen?



Nein, du musst es mit Verstand nutzen!

medien-
sprechstunde.de

dskom

Multimedialität inkl. Audio- & Video-Content

So funktioniert's

Deutsch • English



1. Postleitzahl eingeben
Postleitzahl eingeben, um Putzhilfen in Ihrer Nähe zu finden



2. Wunschtermin wählen
Wählen Sie Ihren gewünschten Termin, Häufigkeit und Dauer der Reinigung



3. Putzhilfen anfragen
Profile und Preise von Putzhilfen vergleichen und Buchungsanfrage stellen



VERGLEICHEN

Im Versandkostenrechner Preise und Services der besten Paketdienste vergleichen und in weniger als 3 Minuten buchen.



VERSENDEN

Stand- und Expressversand, Abholung zu Hause/Im Büro oder Abgabe im Paketshop. Immer den passenden Versandservice finden.



SPAREN

Bis zu 50% auf nationale und 70% auf internationale Sendungen sparen. Die günstigsten Versandtarife für privaten und geschäftlichen Versand.

STUDIE
Online-Reputations-Management Whitepaper
Erzählen Sie die Geschichte Ihrer Marke selbst - wir zeigen Ihnen wie.
STUDIE HERUNTERLADEN



BERATUNG AM TELEFON

Ihr persönlicher Kundenberater nimmt Ihre Wünsche und Anforderungen auf und berät Sie zu Ihrem Projekt.



AUFMASS VOR ORT

Unser Experte in Ihrer Region vermisst Ihre Fenster fachmännisch und steht Ihnen beratend zur Seite.



FESTPREIS-ANGEBOT

Schon kurze Zeit nach dem Aufmaß erhalten Sie Ihr individuelles Festpreis-Angebot für Ihr Projekt.



MONTAGE DURCH FACHMONTEUR

Die Montage führen wir mit geprüften Fachmonteuren aus Ihrer direkten Umgebung durch.

success

stories

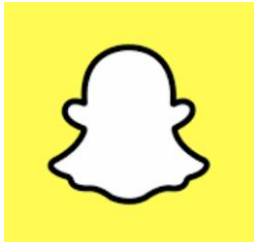


medien-
sprechstunde.de

dskom

TikTok, Twitch & Snapchat

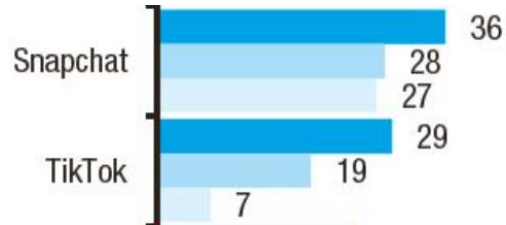
Quelle: ARD/ZDF Onlinestudie 2022



Top-Apps
unter den jungen
Nutzerinnen & Nutzer
(14-29 Jahre)

Recruiting
für Azubi- und
Studierenden-Stellen
muss hier sein

**Nutzung von Social Media 2020 bis 2022 -
täglich genutzt**
14 bis 29 Jahre, in %



medien-
sprechstunde.de

dskom

Meta mit Facebook, Instagram & Messenger

Quelle: ARD/ZDF Onlinestudie 2022



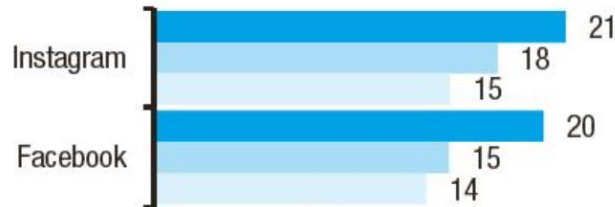
Instagram
für alle Altersklassen
Facebook & Messenger
für Erwachsene

Gesamtbevölkerung
lässt sich mit den
Meta-Plattformen
am besten erreichen

Instagram



**Nutzung von Social Media 2020 bis 2022 -
täglich genutzt**
gesamt, in %



medien-
sprechstunde.de

dskom

Microsoft mit Bing und neuem Display-Netzwerk

Quelle: Microsoft Partner Event 2022



Bisher: Bing SUCHE
Klassische, Keywords-
SEARCH Ads
Import aus G*Ads möglich

NEU: Display Network
Microsofts Weg auf das
Smartphone
Exklusive Netzwerk-Partner



24%



Zur Suche Text hier eingeben



medien-
sprechstunde.de

dskom

Ausrichtung auf breite **Zielgruppen-Signale**

- => Remarketing-Zielgruppe(n) aus der Website
- => Benutzerdefinierte Zielgruppen-Segmente mit Keywords-Cluster und Beispiel-Websites (Mitbewerber)
- => Google-Zielgruppen > Interessen, Kaufbereitschaft
- => Demografische Merkmale



- => **Tipp:** Unbedingt alle Angaben machen – nichts auslassen!

Performance Max: Überall werben, wo Google hinkommt

Ausrichtung + multimediale Assets für Anzeigen = Erfolg
=> **Tipp:** Unbedingt alle Asset-Felder mit Bildern, Videos, Texten bestücken

The screenshot displays the Google Ads Performance Max interface for a campaign titled "xmaskom - Weihnachtsgeschenke Reichweite (Performan...". The interface is divided into two main sections: "Assets" and "Zielgruppensignal".

Assets: This section shows 20 assets, including 4 logos, 2 videos, 5 ad titles, 5 long ad titles, and 5 text lines. Four asset thumbnails are visible: "Weihnachtsgesch...", "Xmas-Präsente fü...", "Firmengeschenke ...", and "B2B-Weihnachtsg...". A "+17" icon indicates more assets are available.


Zielgruppensignal: This section shows the target audience signal for "xmaskom Weihnachten Audience-Si...". It includes the following details:

- 25-34 + 4 mehr
- xmaskom-Nutzer aus DACH (de, 29+s)
- Weihnachtsgeschenke für-Suchen
- Geschenke und Anlässe, Geschäftsdien...

It also indicates "Aktiv" and "2 von 2 Best Practices".

At the bottom of the interface, there is a status bar showing "Aktiviert", "Anzeigeneffektivität: Durchschnitt", and "Status: Aktiv". There are also buttons for "Assets bearbeiten" and "Details anzeigen".

Performance Max: Nur mit Videos funktioniert's so richtig



See your story come to life with Video Builder
Easily create a video ad that's optimized for YouTube using just your images, logo, and text

Choose a layout

Layouts are built upon creative best-practices and help you tell your product and brand's unique story. Choose a video layout, add your images and text, and we'll create an engaging video for you.



Increase consideration 15s
Showcase a product or service and encourage engagement with a graceful video layout

4 images + 1 logo 6 text areas



Promote app download 16s
Drive downloads and the in-app actions that matter to you with an informative video layout

4 images + 1 logo 6 text areas



Promote app download 16s
Drive downloads and the in-app actions that matter to you with an informative video layout

4 images + 1 logo 6 text areas



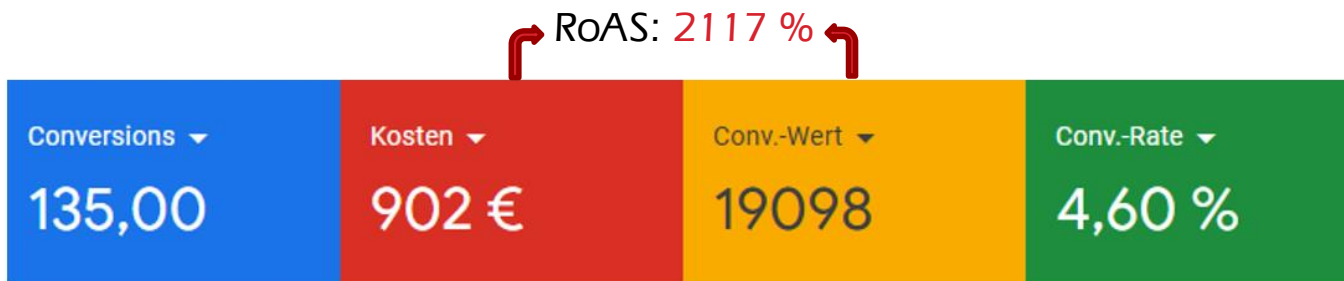
Tools & Einstellungen > Asset Bibliothek
> Plus-Symbol > Video > Video erstellen

<https://youtu.be/zTpnWlj11co>

medien-
sprechstunde.de

dskom

Performance Max: Der Aufwand lohnt



Zielvorhaben	Das folgende kampagnenspezifische Zielvorhaben wird verwendet:
Kundenakquisition	Für Neukunden höheres Gebot als für Bestandskunden abgeben
Budget	12,00 €/Tag
Gebote	Conversions maximieren

Take Aways: Drei Gedanken zum Mitnehmen

1

Trends nutzen?!

Was ist wann klug:
Early oder Late Adopting?
Gut drüber nachdenken!

2

SEO ist Handwerk

Kaum ein Trend bietet
starkes Ranking-Potenzial.
Einordnung wichtig!

3

Online-Marketing

ist agiler als SEO.
Stete Veränderung zwingt
zu Aufmerksamkeit!



Es war mir ein Fest 😊

Herzlichen Dank.

Noch Fragen?

medien-
sprechstunde.de

dskom



Sven Deutschländer
 Gründer, Gesellschafter,
 Geschäftsführer Online-
 Marketing

dskom

digital.marketing.agentur in Berlin



dskom