

Suchmaschinenmarketing SEM/SEO

Lernbereich: Online Marketing Business

Moduldauer: 4 Wochen in Vollzeit, 8 Wochen in Teilzeit

Relevanz: Optimierung von Website, um eine hohe Platzierung im Ranking der organischen Suchergebnisse zu erzielen und Sichtbarkeit zu erhöhen.

Zielgruppe:

Dieses Modul ist genau dann das Richtige für dich, wenn du deine bisherigen Berufserfahrungen mit fundiertem Suchmaschinenmarketing-Wissen vertiefen möchtest. Auch, wenn du als Quereinsteiger*in im Bereich SEM/SEO durchstarten willst, bietet dieses Modul dir fundiertes Wissen, das den Einstieg im Bereich SEO leicht macht.



schneller Kursstart



individuelles Angebot



fachspezifische Tools



praktische Vertiefung



mit Zertifikat

Sofortberatung:

0800 – 376 55 37

Montag – Freitag: 8 – 18 Uhr

Kurzbeschreibung:

In dem Modul bekommst du einen Überblick über das organische Treffer-Ranking bei Google. Davon ausgehend lernst du wichtige Kriterien kennen, die du bei der Erstellung von Webinhalten beachten solltest. Zudem werden dir wichtige

Kennzahlen und Tools wie die Google Search Console und WordPress vorgestellt.

Berufliche Perspektiven:

Die Auffindbarkeit über Suchmaschinen für Websites und Webshops ist einer der wichtigsten Faktoren für Unternehmen und Dienstleister sämtlicher Branchen. Auch in Werbeagenturen, Start-Up's oder NGO's gehören Specialist SEM/SEO (w/m/d) zum gesuchten Fachpersonal. Die

beruflichen Möglichkeiten sind vielfältig und davon abhängig, in welchem Bereich du dich in Zukunft siehst. Es gibt das eher generalistische Berufsbild SEO Manager*in, aber auch spezifischere Positionen, wie z.B. SEO Strateg*in.

Modulinhalte:

Zieldefinition & Keywords	Stellenwert von Google, Ziele, Strategien und Kennzahlen bei SEO, sinnvolle Keywords und wie man sie findet, Keyword-Eigenschaften und Keyword-Tools
Suchprozess & Ranking	Treffer-Liste zu einer Suchanfrage, statistische Gewichtungsmodelle, PageRank, TrustRank und das Cluster-Verfahren, User-Signale, suchmaschinenfreundliche Website
Onsite-, Onpage- & Offpage	suchmaschinenoptimierter Content, Aufbau des eigenen Linkprofils, Analyse des eigenen Linkprofils
Google Features & Controlling	Ergebnis-Typen bei Google, Controlling und Tracking für eine Website, rechtliche Regelungen, Content Management Systeme