

Suchmaschinen Optimierung

Sascha Frank

14. August 2008

1 Ablauf und Ziele des Kurses

2 Einführung

- Begriffe

3 Basis Optimierung

- Domain
- On Page
- Off Page

4 Fazit und Ausblick

- die ersten Antworten
- OCP

Zeitplan

- Grundlagen
- Analyse
- Fortgeschrittene Methoden
- Off Topic

1. Ziel

- OCP
 timize
 ontent
 resentation

Warum?

Surfer

→ Besucher

→ Nutzer

Wann und Wo?

Launch

(Vor dem) Start eines Projektes

Re-Launch

Neuausrichtung eines Projektes

Kontrolle

Verbesserung eines Projektes

Job

Im Berufsleben

Suchmaschinen I

- Deep vs. Surface Web
- bekannt vs. indiziert
- Echtzeit?
- Ergebnisse ?

Vier Fragen

- Wie kommen wir ins Surface Web?
- Wie werden wir indiziert?
- Wie schaffen wir es in die Serps?
- Und wie kommen wir dort an die Spitze?



Antworten

- später . . . zuerst
- Homepage
- Webseite
- Website



Abgrenzung

SEO

Präsentierte Daten sollen durch Nutzer leichter gefunden werden.

SMO

virtuelle Gemeinschaften

SEM

Gekaufte Anzeigen im Umfeld der Ergebnislisten.

SES

Durch Manipulation wird die Platzierung erhöht.

Domain I

TLD

Top Level Domain

URL

Adresse zw. Name

Struktur

Aufbau der Domain

Server

Informationen

TLD

.de

Deutschland

.com

US-Unternehmen

.info / .net / .org

Informationsanbieter, Netzverwaltungseinrichtungen, Non-Profit-Organisation

Keine TLD

Konstruktionen wie etwa *.de.vu

Name

- Inhaltsorientiert
- Markenrecht
- Kurz
- Fantasie

Struktur

- Verzeichnis Struktur
- Verzeichnis Namen
- Datei Namen
- Sitemap

Server

- Robot.txt
- Logs
- Subdomains
- Weiterleitungen

On Page

META TAGs

Ergänzende Informationen über die Seite.

HTML TAGs

Darstellungssprache.

Links

Verweis auf andere Informationsquellen.

Meta Tags

- title
- description
- keywords
- robots
- revisit-after

Html Tags

- Titel
- Überschriften
- Textauszeichnung
- Grafiken
- Tabellen

interne Links

- Mensch
- Maschine
- Website
- Seiten

Externe Verlinkung

Inhalt

Content

Bekannte

befreundete Webmaster

Verzeichnisse

www.dmoz.org

Linktausch

wechselseitige Verlinkung

Verzeichnisse u.ä.

- Webkataloge
- Linklisten
- Blogs
- Artikelverzeichnisse
- virtual social networks

Webkataloge

- Vorteile
- Nachteile
- Zukunft?
- Liste mit Webkas

Linklisten

- Vorteile
- Nachteile
- Zukunft?

Blogs

- Vorteile
- Nachteile
- Zukunft?
- Alternativen?

Artikelverzeichnis

- Vorteile
- Nachteile
- Zukunft?
- Alternativen?

virtual social networks

- Übersicht
- Vorteile
- Nachteile

die Großen 4

Google

`http://www.google.de/addurl/`

Yahoo

`http://de.search.yahoo.com/info/submit`

MSN

`http://search.msn.com/docs/submit.aspx`

BAIDU

`http://www.baidu.com`

Was wir nicht brauchen

Sumas

Keine Anmeldung in 600 Suchmaschinen.

Name

Der Name spielt für Suchmaschinen keine Rolle.

Links

Qualität nicht Quantität ist entscheidend.

Gästebuch2.0

Blogspam und ähnliches