

Projekt Digitale Einkaufsstadt



Digitale Transformation im Marketing – Suchmaschinenoptimierung (SEO) & Suchmaschinenwerbung (SEA)

Referenten: Alexander Einödshofer & Wolfgang Drahtschmid
RevAdWise, München

Zeitraum 4/2023 - 10/2024

Ein gemeinsames Projekt von



Gefördert durch



Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie



Workshop Suchmaschinenoptimierung & Suchmaschinenwerbung (SEO/SEA)

Was versteht man unter Suchmaschinenoptimierung?

(SEO: Search Engine Optimization)

- Optimierung der Webseite, um in den organischen Suchergebnissen (unbezahlte Einträge) eine höhere Position zu erreichen
- Dies erfolgt unter anderem durch Keyword-Optimierung: Es gilt, relevante Schlüsselwörter oder Phrasen zu identifizieren, die potenzielle Besucher in Suchmaschinen verwenden. Diese Keywords werden dann strategisch in den Inhalten Ihrer Website platziert.

→ SEO als langfristige Strategie zur Steigerung der Sichtbarkeit und der Besucherzahl

Was versteht man unter Suchmaschinenwerbung?

(SEA: Search Engine Advertising)

- Bezahlte Anzeigen in den Suchmaschinenergebnissen
- Wenn Nutzer nach den von Ihnen gewählten Keywords suchen, wird Ihre Anzeige in den Suchergebnissen angezeigt, oft über oder neben den unbezahlten Einträgen. Die Platzierung hängt von Ihrem Gebot und der Qualität der Anzeige ab.

→ SEA zur sofortigen Sichtbarkeit und Kontrolle über die Anzeigenschaltung

Mehr Reichweite und Interaktivität mit Youtube und Augmented Reality

YouTube als die größte Videoplattform der Welt, generiert eine hohe Reichweite und die Möglichkeit visuelle Inhalte ansprechend zu präsentieren. Hier sind optimierte Videos entscheidend, um in den Suchergebnissen höher zu ranken.

Auch durch den Einsatz von Augmented Reality (erweiterte Realität), können Sie Ihre Produkte/Dienstleistung auf Ihrer Webseite besser erlebbar machen (z. B. virtuelle Besichtigungen Ihrer Räumlichkeiten).



Warum ist eine starke Online-Sichtbarkeit essentiell?

Die Kundenreise beginnt oder endet oft online – durch Vergleiche, Recherchen und Bewertungslektüre – rund 40% der Einkäufe im stationären Handel (Offline-Käufe) basieren auf gründlicher Online-Recherche. Das wird als der sogenannte ROPO Effekt (Research Online, Purchase Offline) bezeichnet.

→ Daher ist es entscheidend, dass Sie online gefunden werden – hier kommen SEO und SEA ins Spiel!

Bsp.: Sie haben ein Bekleidungsgeschäft für Damen und Herren in Dachau, dann sollten Sie z.B. bei der Online-Suche „herrenpullover dachau“ auftauchen, dies kann durch Suchmaschinenoptimierung und gezielte Suchmaschinenwerbung erfolgen.

Was sind hierbei die Vorteile für den stationären Handel?

- SEO dient als Rund-um-die-Uhr Verkaufsberater für Sichtbarkeit bei Kundenanfragen
- SEA sorgt für eine gezielte Ansprache im entscheidenden Kaufentscheidungsmoment
- Beide Online-Marketing-Strategien sind branchenübergreifend einsetzbar (Einzelhandel, Gastronomie und Industrie)

Empfehlungen für die Umsetzung

1. Gesunde Webseite als Voraussetzung:
Wichtige Voraussetzung, damit SEO und SEA funktioniert ist eine gesunde d. h. benutzerfreundliche und schnelle Webseite (die Hälfte der Besucher verlassen Webseiten mit mehr als 3 Sekunden Ladezeit sofort wieder).
2. Erstellung eines strategischen Aktionsplans:
Beginnen Sie mit der Entwicklung eines klaren Aktionsplans, in dem Sie sowohl Ihr Ziel als auch die Zielgruppe für Ihre Online-Marketing-Strategie definieren. Betonen Sie die Einzigartigkeit Ihrer Produkte oder Dienstleistungen, um sich von der Konkurrenz abzuheben. Legen Sie zudem relevante KPIs (Key Performance Indicators, dt. Schlüsselkennzahlen) fest, um den Erfolg Ihrer Strategie effektiv zu messen.
3. Local Marketing – auf Lokalität setzen:
 - 46% der Google-Suchen haben lokalen Bezug, betonende Bedeutung von Local SEO und Anzeigen.
 - Präsenz in lokalen Suchanfragen ist essentiell für Einzelhändler und Restaurants
 - Auch für global agierende Industrieunternehmen kann lokale Sichtbarkeit bei spezialisierten Dienstleistungen Vorteile bieten



Best-Practice-Beispiel im Zuge des Projekts Digitale Einkaufsstadt für mehr digitale Sichtbarkeit aus dem Landkreis Dachau

- 1) [Blumenfenster Dachau \(blumenfenster-dachau.de\)](https://blumenfenster-dachau.de) (Dachau), Umsetzung von [Marketingberatung Christian Lasin](#) (Dachau)
- 2) [Delicije - Feinkost aus Kroatien - Kroatische Weine und Delikatessen - Kroatische Weine, Olivenöle und Feinkost im Kroatien Shop Delicije](#) [?] Umsetzung von [unvyl](#) (Dachau)

