

**Florian Kiel**

Synergieeffekte zwischen  
Suchmaschinen-Marketing und  
Suchmaschinen-Optimierung

**Studienarbeit**

# BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei [www.GRIN.com](http://www.GRIN.com) hochladen  
und kostenlos publizieren



# **Synergieeffekte zwischen Suchmaschinen-Marketing und Suchmaschinen-Optimierung**

SIP Arbeit

5. Trimester

Fachbereich Medienwirtschaft – Studiengang BA-MW-05-VZ

Fachhochschule des Mittelstands

Abgabe: 12. April 2010

Vorgelegt von:

Florian Kiel

# Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis .....	II
Abkürzungsverzeichnis .....	III
1 Einleitung .....	1
2 Online-Marketing.....	2
2.1 Definition Online-Marketing .....	2
2.2 Definition Suchmaschinen-Marketing .....	3
2.3 Definition Suchmaschinen-Optimierung.....	3
2.4 Definition Paid Search Engine Marketing .....	5
3 Suchmaschinen-Marketing in der Anwendung .....	6
3.1 Mit Google AdWords zur Conversion.....	6
3.2 Aufbau einer AdWords Kampagne .....	7
3.3 Qualitätsfaktor .....	10
3.4 Ziel einer SEM Kampagne.....	12
4 Suchmaschinen-Optimierung in der Anwendung.....	13
4.1 Wie funktioniert Suchmaschinen-Optimierung .....	13
4.2 On-Page SEO .....	14
4.2.1 Struktur der Internetpräsenz .....	15
4.2.2 Valider Quelltext .....	17
4.2.3 Relevanter Inhalt .....	19
4.3 Off-Page SEO .....	20
4.3.1 Link Popularity.....	21
4.3.2 Anchor-Texte.....	21
4.3.3 Eintrag in Verzeichnisse .....	22
4.3.4 Social Media Optimierung.....	22
5 Problematik SEO / SEM.....	24
6 Fazit – Handlungsempfehlung.....	25
Literaturverzeichnis.....	27