

A promotional graphic with a dark grey background. On the left is a portrait of Alex, a man with a beard and mustache, wearing a dark suit jacket over a white shirt. On the right is a portrait of Tabea, a woman with long, dark, wavy hair, wearing a dark turtleneck. In the center, white text reads 'Was zusammengehört, soll man nicht trennen:' followed by 'SEA+SEO' in a large, bold font. Below that, in a smaller font, is 'Ein SEO spricht über SEA (experience sharing)'. At the bottom left, 'Alex SEA' is written, and at the bottom right, 'Tabea SEO' is written.

Was zusammengehört,
soll man nicht trennen:

SEA+SEO

Ein SEO spricht über SEA
(experience sharing)

Alex SEA

Tabea SEO



Christian Paavo Spieker

- SEO (CEO) bei One Advertising
- 47 Jahre SEO Opi (Tandler)
- Annalena, SEO, Mountainbike Downhill, Motorsport
- SEA-SEO Balancing
- paavo@advertising.de

Organizer



Conceptual Advisor



risingmedia



1997 SEO war Suchmaschine bescheißen



1997/1998 Google



10 results clustering on Search

Current Repository Size: ~25 million pages (searchable index slightly smaller)

You can find the older [Backrub web page here.](#)

Current Development: [Sergey Brin](#) and [Larry Page](#)

Design and Implementation Assistance: [Scott Hassan](#) and [Alan Sterenberg](#)

Faculty Guidance: [Hector Garcia-Molina](#), [Rajeev Motwani](#), [Jeffrey D. Ullman](#), and [Terry Winograd](#)

Equipment Donations: [IBM](#), [Intel](#), and [Sun](#)

Software: [GNU](#), [Linux](#), and [Python](#)

2002 Google Adwords goes Germany



- Holger Meyer & Jörg Berlage
- SEOs sind Affiliate Freaks und SEM (SEA) ist verkaufen und Umsatz machen
- 25 EUR TKP 1 EUR rein, 2 EUR raus

2003 Erste Google Adwords Zertifizierung



IBM

Lotus

QVC

→ Marc Schmidl erstes Adwords Zertifikat

QUELLE.

neckermann.de

OTTO

→ Bidding Plattform

BAUR

SportScheck

hessnatur

→ SEA Klickpreis +8% / Monat

TUI

Expedia

Condor

→ Seo wurde wieder spannender

Erstes SEO Spam Team 2004 Dublin



Besuch bei SEA Team in Dublin

SEA



SEO



Sinnvoll? Chinese wall

Aus EU Sicht und Wettbewerbsrecht: **JA**

- SEA Start: Keywording > Ziel: Umsatz > Kostet Adwords
- SEO Start: Siteclinic > Ziel: Sichtbarkeit > Kostet nichts FTE
- Jedes Produkt hat ein Logo nur SEO nicht
- SEOs **aber @johnmu**
- Google Digitalworkshop: SEO ist Technik und SEA ist Marketing

SEA

SEO



Meine Sicht auf SEO+SEA



Wenn es rankt, ist es SEO,
wenn nicht, ist es sch**doof**.



SEO

“Content, RankBrain und Links sind die Top-3-Rankingsignale”

Andrey Lipattsev - SearchQuality Senior Strategist bei Google

Das wichtigste Ranking Signal SEO/SEA:

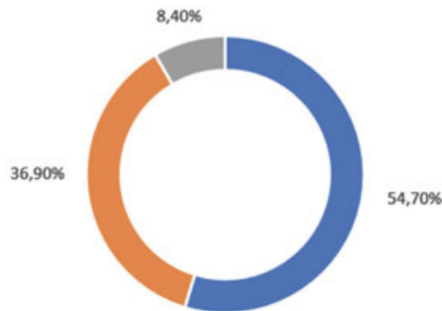
User Experience
Customer Experience
Nutzererlebnis
(auch Mobile First Index)

SEA Adwords ist schon komplexer und anspruchsvoller als SEO

Über 25 Google Adwords Produkte

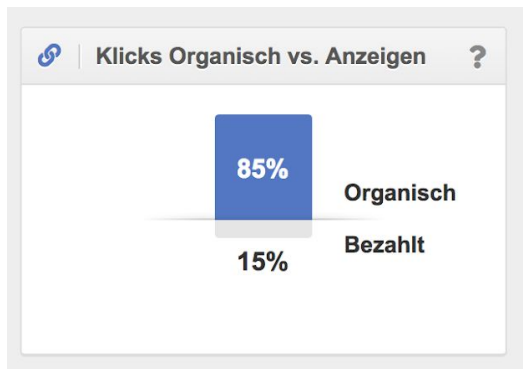
- Adwords
- Retargeting for Search
- Product Listing Ads
- DSA
- Anzeigenerweiterung
- Anzeigenanpassungen
- (IF,Countdown,Keyword Insearch..)
- Remarketing
- Discovery
- In-Stream
- Shopping
- Bumper Ads
- Remarketing
- Shopping
- Showcase
- Remarketing
- Smart-Display
- Responsive Ads
- Bildanzeigen
- DYN_Remarketing (shopping feed)
- Smart-Display
- Responsive Ads
- Bildanzeigen
- DYN_Remarketing (shopping feed)
- Lightbox Ads
- In-Stream
- App-Installationsanzeige

SEOs sagen: kein Mensch klickt SEA Anzeigen



■ Nein ■ Ja, aber ich klicke sie nicht an ■ Ja und ich klicke sie an

- SEO Informational und SEA Transactional?
- Wissen Sie, welche Google Ergebnisse bezahlte Anzeigen sind?
- 54% Nein
- Rest Ja
- Marken in Sistrix 85/15



Fragen: paavo@advertising.de

Johannes von Sistrix: für SEOs wieder der Beweis. Aber ...

Nur 6,8% aller Google-Klicks gehen auf AdWords-Anzeigen

Johannes Beus • 7. März 2018 • 17
Kommentare

- Ich finde 6,8% ist schon sauviel, wenn man bedenkt das es ja alles Suchanfragen sind.
- Wenn man das Verhältnis von Transaktionalen Suchanfragen dagegen stellt ist das echt viel.
- 1,68% der Keywords gab es mindestens einen Klick auf eine AdWords-Anzeige
- Und: im Long Tail findet SEA fast gar nicht statt



Wenn der Quality Score
kleiner 6 ist, ist es auch
doof.

doof

Kriterien für den Quality Score

- Nutzererfahrung mit der Zielseite
- Struktur der Seite
- Beziehen sich die Texte auf den Suchbegriff
- Welche Zielseiten verhelfen zu Conversions?

Ist ein guter QS im SEA auf Keywords im SEO übertragbar?

Keyword	Qualitätsfaktor	Anzeigenrelevanz ?	Nutzererfahrung mit der Zielseite ?	Erwartete CTR ?		
[haibike fahrrad]	10/10					
+Haibike +SDURO +FullNine	6/10	Unterdurchschnittlich	Überdurchschnittlich	Durchschnitt	46,43 %	3,36
[Haibike SDURO Trekking]	7/10	Überdurchschnittlich	Durchschnitt	Durchschnitt	43,06 %	2,65
[Haibike SDURO Cross]	8/10	Überdurchschnittlich	Überdurchschnittlich	Durchschnitt	33,33 %	5,83

- Absprungrate steht im Verhältnis zum QS!
- Der Qualityscore basiert auf bisherigen Leistungsdaten

Qualityscore?

1,00 (Grundwert) +

Anzeigenrelevanz

- 0,00 bei „Unterdurchschnittlich“
- 1,00 bei „Durchschnittlich“
- 2,00 bei „Überdurchschnittlich“ +

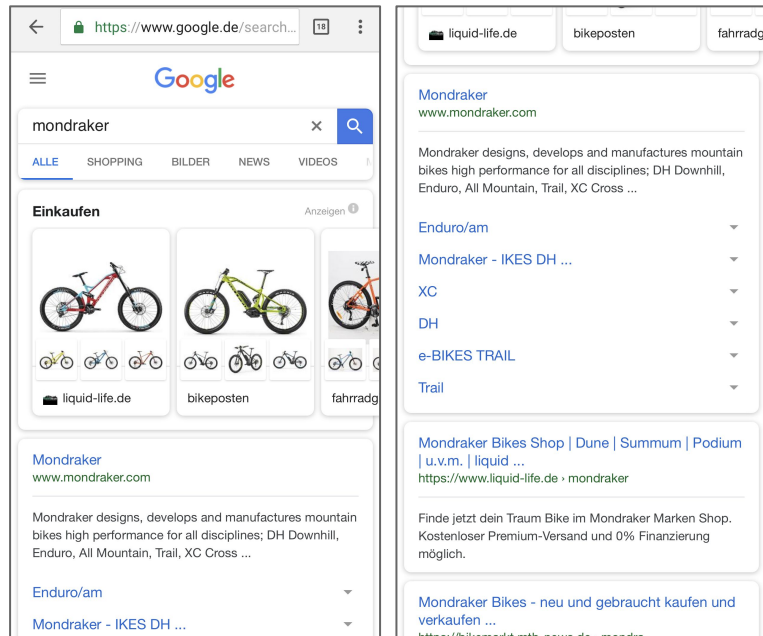
Nutzererfahrung mit der Zielseite

- 0,00 bei „Unterdurchschnittlich“
- 1,75 bei „Durchschnittlich“
- 3,50 bei „Überdurchschnittlich“ +

Voraussichtliche Klickrate

- 0,00 bei „Unterdurchschnittlich“
- 1,75 bei „Durchschnittlich“
- 3,50 bei „Überdurchschnittlich“





Maximaler Umsatz geht nicht ohne SEA

ohne PLA geht Mobile nichts mehr

SEA-SEO Balancer

Warum machen wir SEA-SEO Balancing?

- Warum zwei Strategien fahren?
- Warum SEA und SEO trennen?
- SEA und SEO gehören zusammen
- SEA und SEO ergänzen sich

SEA-SEO Balancing Sistrix

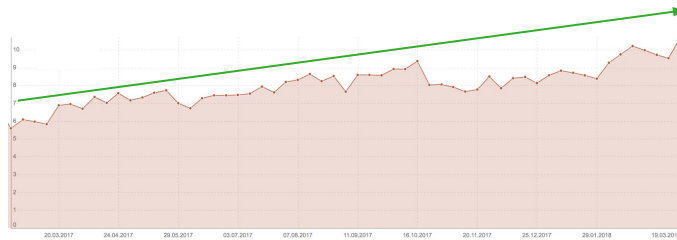
SISTRIX 



Travel

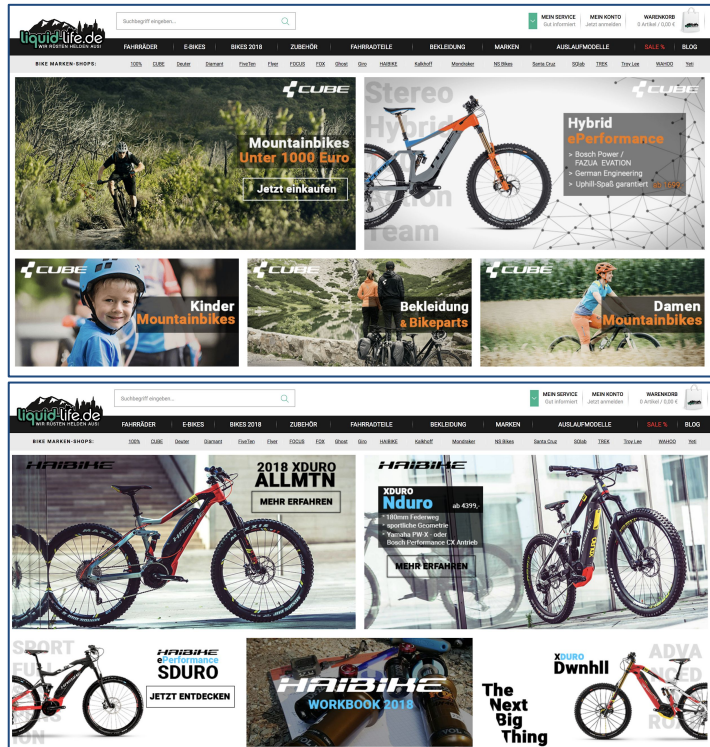


Versicherung



Retail

Mit SEA-SEO Balancing “Fahrräder verkaufen”



Liquid-Life.de Bikeshop

- E-Bikes = Haibike
- Bikes = Cube, Focus
- E-Bike / Bike Wie Gender in Fashion Damen / Herren

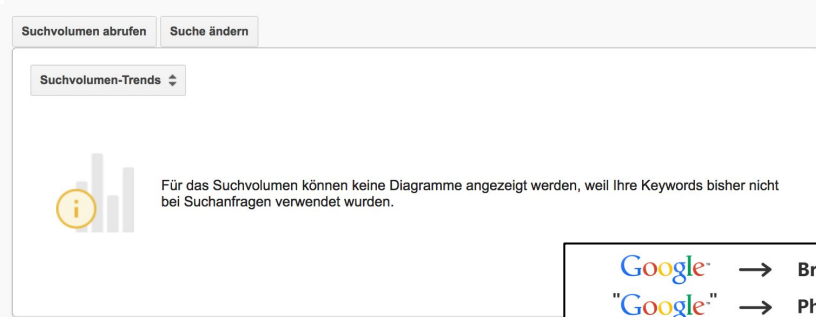
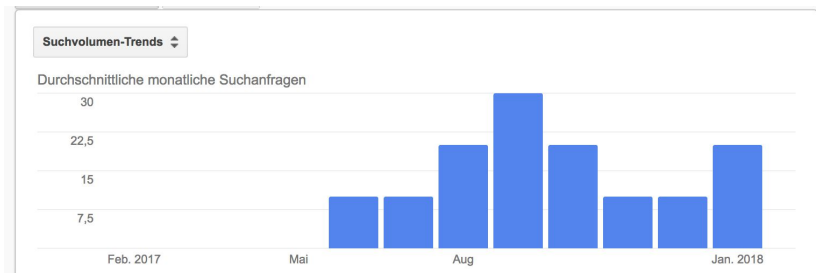
“SMX20”

20% auf alles

10% auf reduzierte Ware



SEA: Das bestes MAFO Tool: Der Google Keyword-Planer kann keine Trends erkennen - SEA schon



Google	→ Broad Match
"Google"	→ Phrase Match
[Google]	→ Exact Match

→ Sommer 2017:

Focus Bikes 2018

→ Frühjahr 2018:

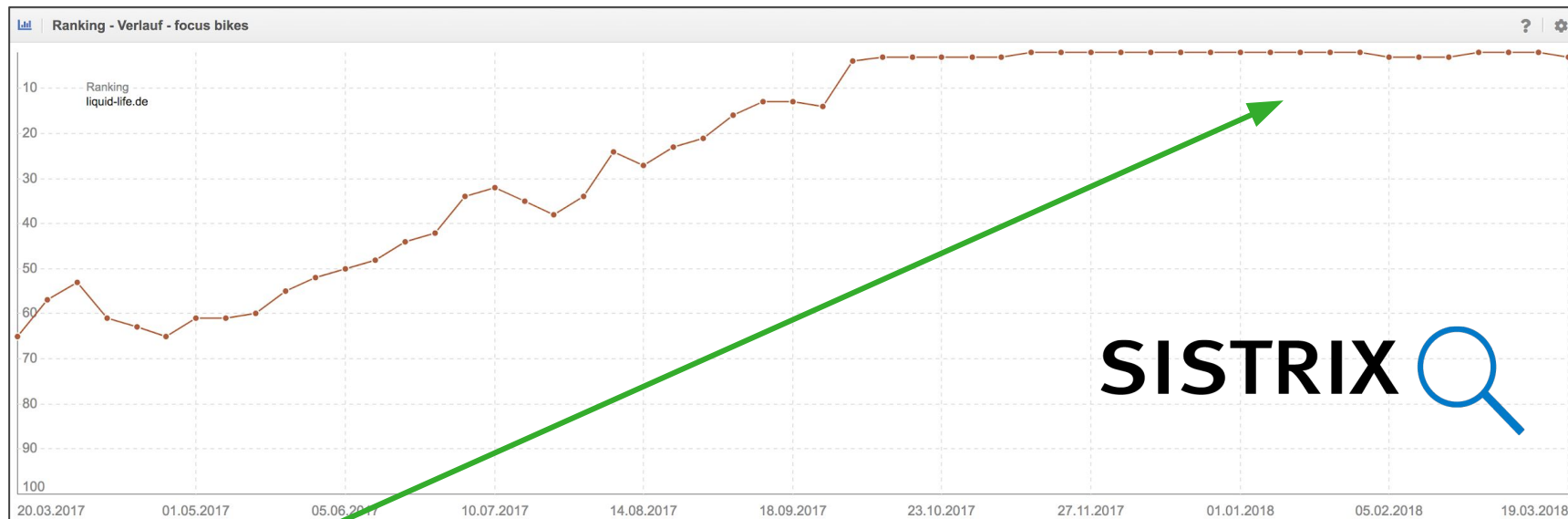
Focus Bikes 2017

→ Immer: Fokus Bikes

→ Title: Focus Bikes 2018 -
Focus 2017

**Auslaufmodelle Stark
Reduziert**

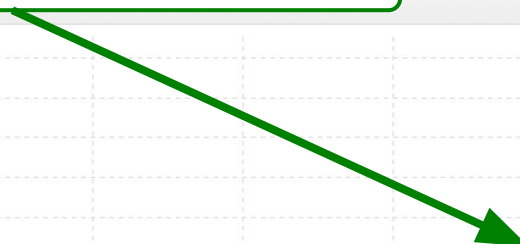
Marke/Keyword: Focus Bikes



1. Sichtbarkeit SEO

Jan 2017 Start SEA-SEO
Balancing

SISTRIX



2. Impressions SEO

Jan 2017 Start SEA-SEO
Balancing



3. SEA

Longtail Keyword
hochgefahren Dez 2017



4. Ergebnis: Umsatz Gesamt - Im Januar Umsatzzuwachs

Umsatz und Conversion-Rate

Transaktionen

Umsatz

68,44 %

Transaktionen

22,40 %

Durchschn. Bestellwert

37,61 %



Echte Liebe macht Sinn

Search Team (SEA-SEO) neu strukturieren

Einheitliche Search Strategie = Cross-Functional Teams



SEO von SEA

Für SEOs: SEA kennt kein “Not provided”



The screenshot shows a web interface for keyword tracking. At the top, it says 'Keywords - Zeige 1 bis 100 von 1.610'. Below this is a pagination bar with '« 1 2 3' where '1' is highlighted. A table follows with two columns: 'Keyword' and 'Posit...'. The table lists four keywords, all with a position of '1'.

Keyword	Posit...
alltours mallorca	1
alltours mallorca 2010	1
alltours reisen mallorca	1
alltours reise mallorca	1

The Problem: Keyword “Not Provided”

- Beispiel: mallorca oder Brand + Mallorca - Woher kommt der Umsatz
- **Geiles SEO: 1.610 Keyword für eine URL**
- Adwords hat das **GOLD** alle Daten
- Umsatz kann per Suchanfrage ausgewertet werden
- Bullshit SEO Tools “We fixed your not provided problem”

Für SEOs: Linkquellen mit SEA identifizieren

- Eventuell kann man über das Google Werbenetzwerk sogar Linkpartner finden
- indem man einfach schaut auf welchen Seiten, die Anzeigen über SEA ausgespielt werden
- Wenn Google der Meinung ist, dass die Seiten gut passen und hohe Klickpreise wert sind, können die Seiten vielleicht auch als Linkquelle dienen

Für SEOs: Snippet Optimierung nach SEA Klicks

- SEO Ranking nur mit entsprechender CTR
- CTR Verbesserung durch Snippet Optimierung
- Aber was funktioniert?
- Orientiere dich an gut geklickten SEA Anzeigen

Für SEOs: Shopping Keywords-Anfragen aus Merchant Center

- Google Shopping liefert relevante Keywords / Anfragen
- Neu Keywords auf Produktebene
- Wenn PDS ranken muß bei Produktwechsel (Auslauf) Nachfolgeprodukt bestimmt werden
- Wenn neues Produkt über ERP kommt, wird alte URL mit eingetragen und bei Ausverkauf auf neues Produkt per 301 redirectet (Info per Javascript)

SEA von SEO

Für SEAs: Viel Impressions aber keine Klicks

Google Search Console besser als Keyword Planner

Suchanalyse

Mit diesem Bericht können Sie Ihr Abschneiden in der Google-Suche analysieren. Sie haben die Möglichkeit, Ihre Ergebnisse zu filtern und zu vergleichen, um das Suchverhalten der Nutzer besser nachvollziehen zu können. [Weitere Informationen.](#)

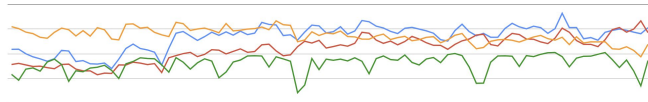
☒ Klicks
 ☒ Impressionen
 ☒ Klickrate
 ☒ Position

☒ Suchanfragen
 ☐ Seiten
 ☐ Länder
 ☐ Geräte
 ☐ Suchtyp

☐ Darstellung in der Suche
 ☐ Zeiträume

Kein Filter
 Kein Filter
 Kein Filter
 Kein Filter
 Web
 Letzte 90 Tage

Klicks insgesamt: 119.713
 Impressionen insgesamt: 2.965.765
 Durchschnittl. CTR: 4,04%
 Durchschn. Pos.: 12,0



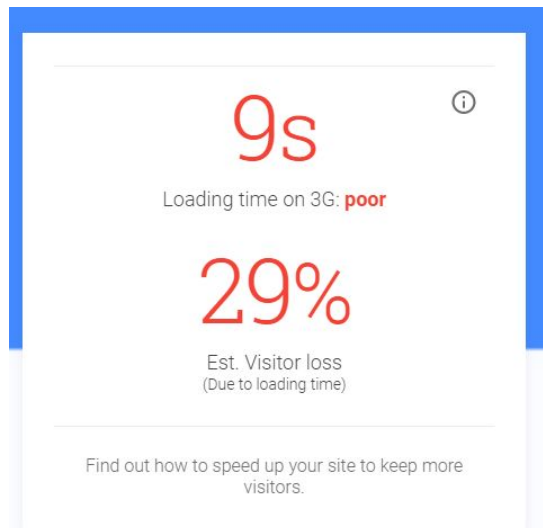
	Suchanfragen	Klicks	Impressionen ▼	Klickrate	Position	
1	bike discount	314	213.315	0,15%	6,8	»
2	mountainbike	554	99.686	0,56%	8,7	»
3	focus bikes	872	48.744	1,79%	3,3	»
4	haibike	295	45.821	0,64%	7,7	»
5	dirt bike	2.041	32.919	6,2%	2,4	»
6	downhill bike	469	30.063	1,56%	5,6	»
7	cube bikes	65	25.913	0,25%	8,3	»
8	bikediscount	25	22.438	0,11%	7,4	»
9	haibike sduro	178	19.257	0,92%	7,5	»

- ➔ Schlechte SEO Rankings aber viel Suchen
- ➔ Seo Impressions (kann) bedeutet Relevanz
- ➔ Verfügt man über Top 10 Rankings eines Keywords, hat man genauere Suchvolumen Daten als der Keyword Planer, auf Wunsch sogar auf Wochentag-Ebene

Für SEOs: Wenn das Keyword im SEA nicht performt

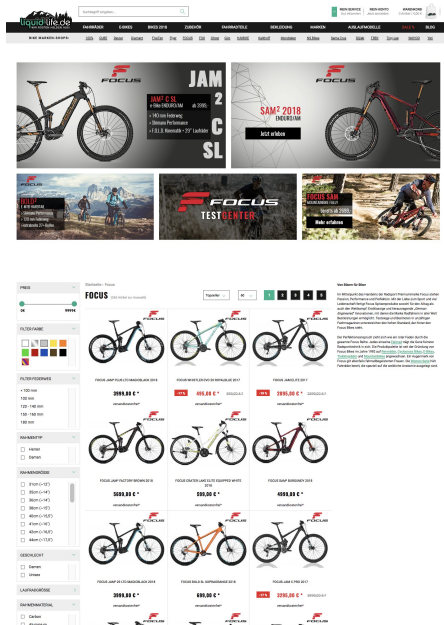
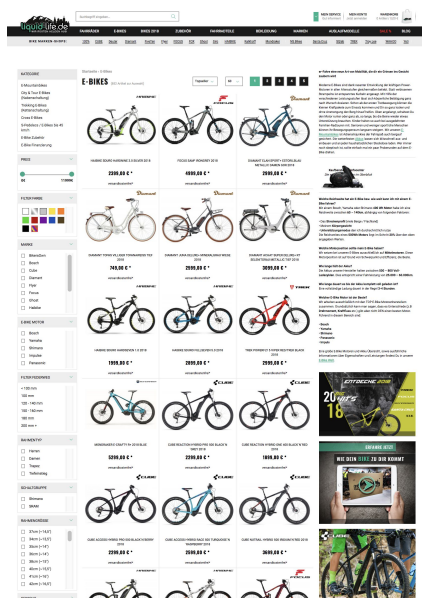
- Wird es im SEO auch nicht viel besser sein
- SEO Ressourcen lieber auf Keywords/Themen mit mehr Potenzial bündeln
- Bei hochpreisigen Produkten, steigt die Anzahl der Touchpoints bis zur Conversion

Mobile Speed optimierte Websites



- Nutzererfahrung mit der Zielseite beeinflusst Anzeigenrang!
- Bei SEOs Standard seit Mobile First Index
- Teurer Traffic muss zuerst einmal konvertieren!
- Mobil Speed optimierte Websites haben eine geringe Bouncerate!

Für SEAs: perfekte Landingpage besserer Quality Score



- SEA und SEO: EINE Landingpage, test der Performance sowohl über SEO als auch über SEA
- Quality Score durch Content optimieren
- Quality Score 6 > 9 mit mehr Content
- CPC EUR - 60%
- Bessere Pos und Auslieferung

Fragen: paavo@advertising.de

Für SEAs: Bei SEO Platz 1 kein AdWords?

Google™ → Broad Match
"Google" → Phrase Match
[Google] → Exact Match

haibike auslaufmodelle

Alle Shopping Bilder News Videos Mehr Einstellungen Tools

Ungefähr 16.000 Ergebnisse (0,60 Sekunden)

Nach haibike auslaufmodelle suchen

Anzeigen

 Haibike Seet Greedy... 259,00 € Fahrrad-XXL.de +9,90 € Versand Von Google	 Haibike SDURO HardSeven 4.0 ... 1.697,00 € bike-angebot Versand gratis Von Google	 Haibike SEET AllTrack 1.0 ... 899,00 € rockmachine-g... Versand gratis Von Google	 Haibike Sduro Hardnine 4.0 E... 1.749,00 € Fahrrad-XXL.de +19,90 € Versand Von Google	 Haibike Seet FullNine 7.0 29... 1.279,00 € rockmachine-g... Versand gratis Von Google
--	---	---	---	---

Haibike eBikes Online Shop | eBikes mit 0,0% Finanzierung
(Anzeige) www.rockmachine-germany.de/Haibike/eBike
Riesen Auswahl an Haibike eBikes - Jetzt versandkostenfrei bestellen!

Haibike Auslaufmodelle | 2017er Auslaufmodelle im Sale
(Anzeige) www.bikeexchange.de/Sale
Bis zu 50% reduziert. Über 100 Marken im Sale. MTB, Rennrad, E-Bike, Trekking
Top Mountainbike Angebote · Top E-Bike Angebote · Top Rennrad Angebote

Auslaufmodelle von CUBE, Haibike, TREK, Ghost, Focus günstig ...
<https://www.liquid-life.de/mountainbike-auslaufmodelle/>
Fahrräder, E-Bike und Mountainbike Auslaufmodelle der TOP Marken zu günstigen Preisen. Jetzt mit 0% Finanzierung und Premium-Versand bestellen.

- Die Glaubensfrage mal wieder
- Bei Pos. 1 organic und kein Wettbewerber > kein Adwords
- Bei Pos. 1 organic und Wettbewerber > min. 3-4 Platz, je nach Kosten
- Wenn nicht in TOP3 im SEO
- Longtails exakt in Adwords einbuchen

Für SEAs + SEOs: Eine Seite und testen, testen, testen ..

- Optimiert wird immer nur schrittweise, nie zu viel auf einmal
- wir wollen lernen, was besser funktioniert und was nicht
- dann läuft die selbe SEA Kampagne wieder 7 Tage und wir werten nach diesen 7 Tagen erneut aus
- Heatmaps, TimeOnSite, wo wurde geklickt -> wie können wir die Usability weiter verbessern?
- SEA-> gestiegene Conversion Rate, SEO -> verbesserte Rankings



Balancer

Howto: SEA-SEO BALANCING

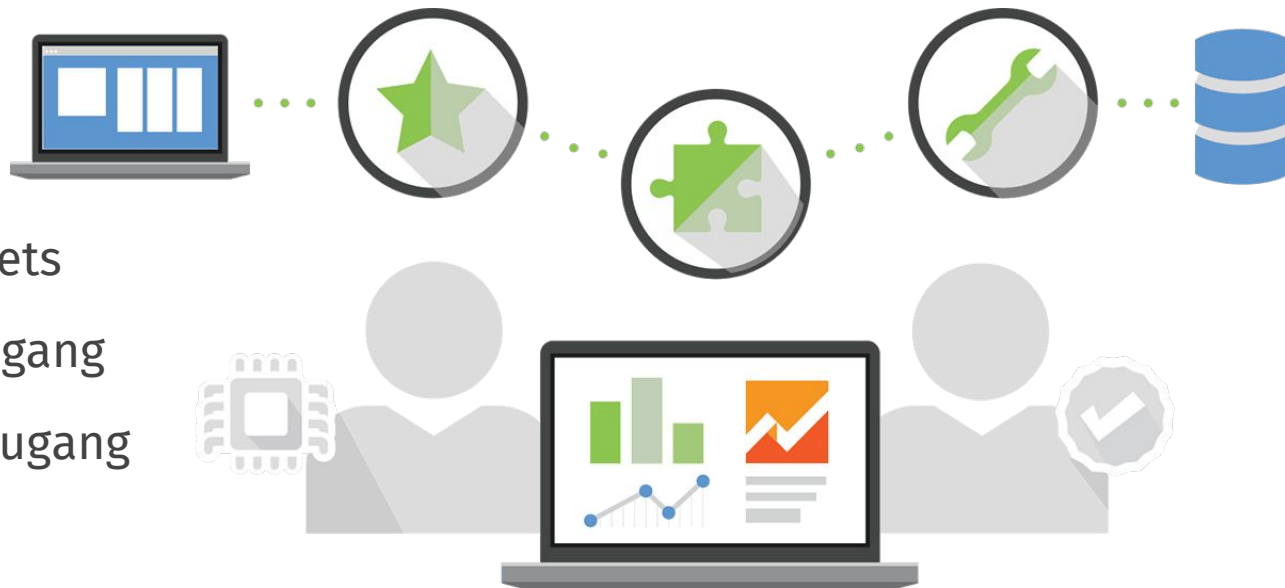
Kostenlos, sofort einsetzbar



SEA-SEO Balancing

Ihr braucht:

- Google Spreadsheets
- Search Console Zugang
- Google Analytics Zugang

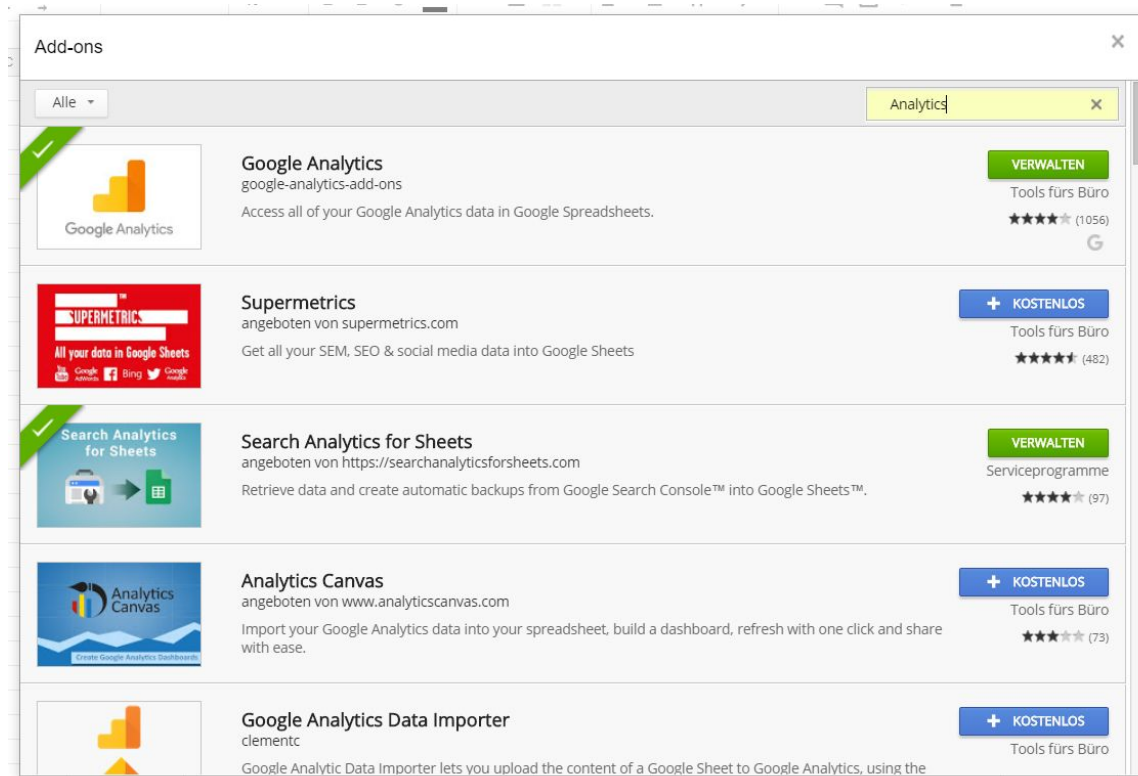


SEA-SEO Balancing

Spreadsheet Add-ons:

→ Google Analytics

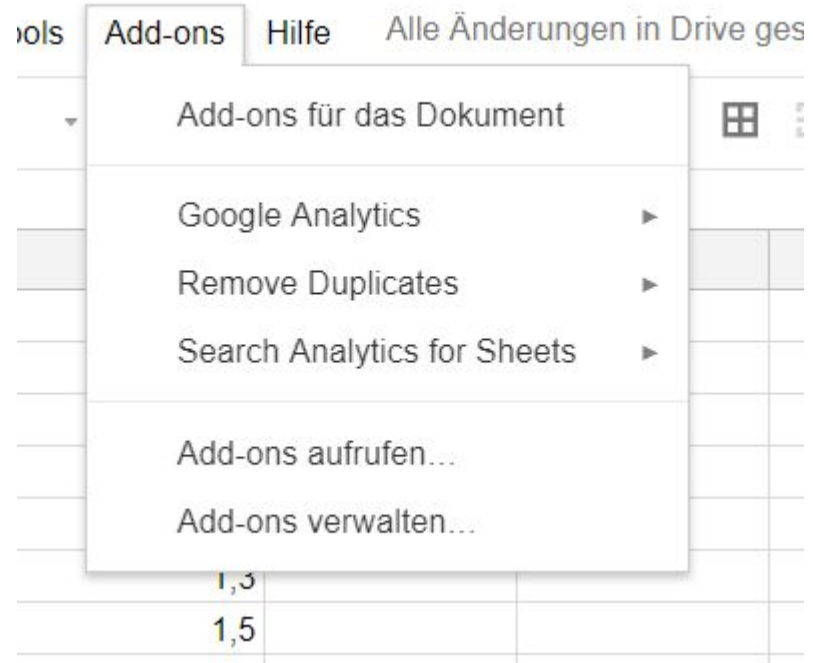
→ Search Analytics



SEA-SEO Balancing mit Google Spreadsheets

Spreadsheet Add-ons:

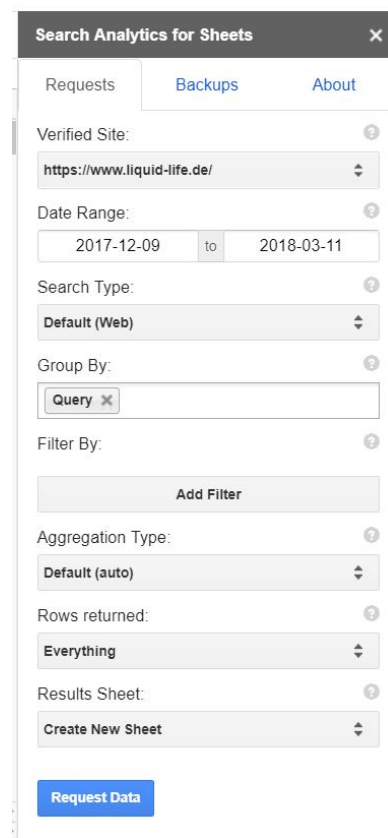
- beide Addons aktivieren
- User freigeben
- Daten importieren



Search Console Add-on: Setup & Run

Einstellungen:

- Domain auswählen
- Group by: **Query**
- Zeitraum
- und los geht es



The screenshot shows the 'Search Analytics for Sheets' interface. It has a dark header with the title and a close button. Below the header are three tabs: 'Requests' (selected), 'Backups', and 'About'. The main area contains several configuration fields, each with a help icon (question mark):

- Verified Site:** A dropdown menu showing 'https://www.liquid-life.de/'.
- Date Range:** Two date pickers showing '2017-12-09' and '2018-03-11' with a 'to' separator.
- Search Type:** A dropdown menu showing 'Default (Web)'.
- Group By:** A dropdown menu showing 'Query'.
- Filter By:** A section with an 'Add Filter' button.
- Aggregation Type:** A dropdown menu showing 'Default (auto)'.
- Rows returned:** A dropdown menu showing 'Everything'.
- Results Sheet:** A dropdown menu showing 'Create New Sheet'.

At the bottom of the form is a blue button labeled 'Request Data'.

Search Console Add-on: Daten

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	Query	Clicks	Impressions	CTR	Position			
2	liquid life	3.121	10.151	30,75%	1,7			
3	dirt bike	2.121	34.249	6,19%	2,4			
4	haibike 2018	1.306	18.942	6,89%	3,6			
5	focus bikes	889	50.334	1,77%	3,3			
6	liquid bike	767	1.042	73,61%	1,3			
7	neumann brilon	657	1.847	35,57%	1,5			
8	mondraker	601	13.713	4,38%	3,3			
9	mountainbike	585	105.006	0,56%	8,6			
10	downhill bike	486	31.384	1,55%	5,6			
11	focus sam2	468	3.221	14,53%	2,8			
12	yeti bikes	415	8.921	4,65%	4,2			
13	fahrrad neumann	396	1.418	27,93%	1,6			
14	dirt bike fahrrad	385	6.459	5,96%	3,5			
15	raymon bikes	381	2.066	18,44%	4,8			
16	bike discount	332	222.952	0,15%	6,8			
17	haibike	302	47.740	0,63%	7,7			
18	bike - fahrrad 2018	284	6.544	4,36%	6,8			

SEA Daten über Analytics Add-on: Setup

Einstellungen:

- Create a new report: Name, Domain
- Dimensions:
 - ◆ adMatchedQuery, adDestinationUrl
- Metrics:
 - ◆ impressions, adClicks, adCost, transactionRevenue, CPC

The screenshot shows the 'Create a new report' dialog box in Google Analytics. It is divided into three main sections: 1) Name your report, 2) Select a view, and 3) Choose configuration options. In the first section, the 'Name' field is set to 'GA Report'. In the second section, the 'Account' is 'Liquid Life', the 'Property' is 'https://www.liquid-life.de', and the 'View' is 'www.liquid-life.de'. In the third section, under 'Metrics', 'Impressions', 'Clicks', and 'CPC' are selected. Under 'Dimensions', 'Query Match Type' and 'Destination URL' are selected. There are links for 'Metrics Reference', 'Dimensions Reference', and 'Segments Reference' at the bottom of their respective sections.

Daten verheiraten

SEO-SEO Balancing Daten zusammengeführt (Keyword)

Keyword	SEA Imp.	SEA Clicks	SEA Kosten	SEA Umsatz	SEA CPC	SEO PV	SEO Clicks	SEO Umsatz	SEO URL	GSC Rank	GSC Imp.	GSC Clicks
santa cruz bronson al s	2	3	0,43	4.199,00	0,14			0				
cube 160 grey n flashred	3	2	0,11	3.229,00	0,06			0				
cube two15 hpa race	3	4	0,28	3.199,00	0,07			0				
mondraker dune r	1033	111	13,86	2.795,00	0,12			0	3,99		630	78
focus sam ltd 2016	45	3	0,99	2.236,70	0,33			0	3,48		48	9
liquid life shop	19	12	0,29	2.223,90	0,02			0				
cube stereo 160 race	11	2	0,47	2.169,50	0,24			0	8,78		81	2
trek top fuel 8	54	11	1,47	2.053,95	0,13			0	13,79		257	6
cube c62 race	24	7	2,65	1.999,00	0,38			0				
cube access wfs hybrid	752	20	4,73	1.839,00	0,24			0				
cube cross hybrid one allroad 500 grey n c	4	2	0,53	1.769,00	0,27			0				
cube cross hybrid one 50cm	3	2	0,21	1.569,00	0,11			0				
cube race carbon	3	4	1,72	1.253,95	0,43			0				
cube cross race 58	2	2	0,38	995	0,19			0				
cube access ws sl 2018	6	2	0,69	879	0,35			0				
focus black forest ltd 29 2016	14	9	0,26	823,95	0,03			0	4,58		36	4
cube attention sl grey n flashyellow	20	5	2,35	785	0,47			0				
cube attention 18 zoll	3	3	1,42	761,9	0,47			0				
liquid life gutscheincode	139	23	17,03	719,1	0,74			0				
cube wfs race	44	7	2,22	704	0,32			0				
liquid life kontakt	34	21	1,55	691,95	0,07			0				

→ SEA Impressions

→ SEA Klicks

→ SEA Kosten

→ SEA Umsatz

→ SEA CPC

→ SEO PV

→ SEO Klicks

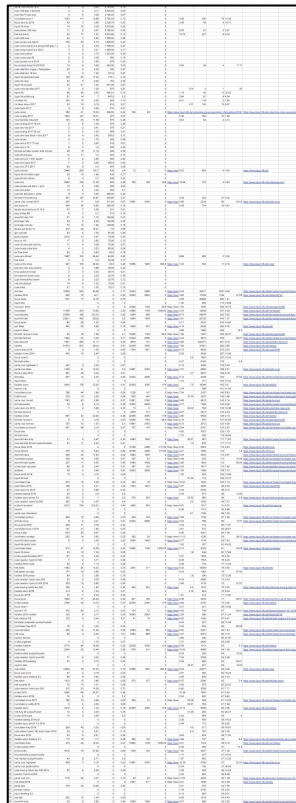
→ SEO Umsatz

→ SEO URL

→ SEO Ranking

→ SEO Klicks

SEO-SEO Balancing Daten in Zahlen



- Liquid Life: 15000+ Keywords
- SEA: 6000 / SEO: 6700 / Beide: 2500
- SEA Umsatz aber keine SEO Klicks und Rankings:
aktuell nur noch 40, waren aber **500+ Keywords**
- Gute SEO Rankings + SEA Kosten aber kein SEA Umsatz:
3000+ Keywords

Ziel: SEA-SEO Balancing

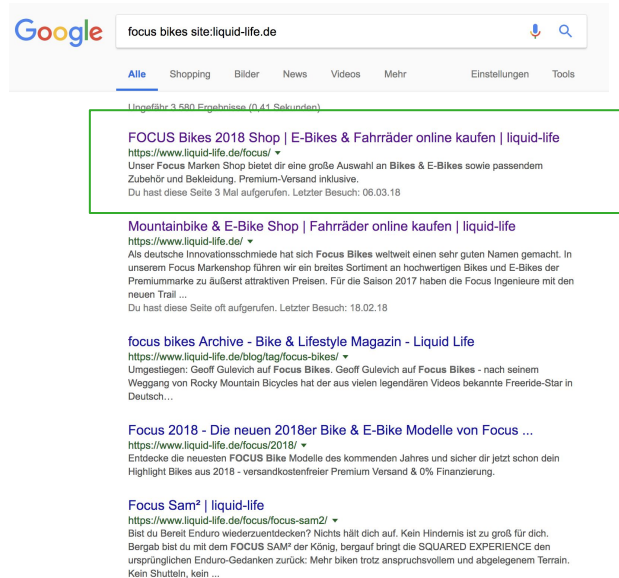
Warum machen wir SEA-SEO Balancing?

- Überschneidungen auf Keyword Basis: **Potenziale für SEA und SEO**
- für welche Keywords sind SEA Kampagnen notwendig?
 - ◆ keine oder schlechte Rankings
- wo ersetzen die organischen Rankings SEA Buchungen?
 - ◆ organische Top 10 Rankings + gute CTR
- welche Keywords erzeugen sowohl im SEA als auch SEO Umsatz?

Warum machen wir SEA-SEO Balancing?

- gemeinsame Landingpages erstellen / finden / zusammenführen
- neue Keywords mit Umsatzpotential finden
- Erfolge und Effizienz sofort messen und analysieren
- welcher Kanal bringt mit welchem Keyword wie viel Umsatz?

Für SEAs: 100 perfekte SEA Landingpage in 5 Minuten



- der Google Site Befehl ermittelt die relevanteste Landingpage je Keyword.
- focus bikes site:liquid-life.de
- OneProSeo.com Tool

Danke