

Der LIXA Online-Freitag: Alles, was Sie zu Websites, Google, SEO und Adwords wissen wollten, aber nie zu fragen wagten ...

Webseiten planen ++ bei Google ranken ++ erfolgreich im Internet verkaufen ++ mobile Strategien entwerfen ++ bezahlte Anzeigen / Google AdWords ++ Egomarketing im Web ++ Rankingfaktoren verstehen

René Müller

ist Google Experte, konzipiert und erstellt Webauftritte und plant erfolgreiche Online-Strategien.

2011: Zertifizierung zum Google Qualified Professional



Durch den modularen Aufbau wird jeder Seminarteilnehmer auf seinem individuellen Kenntnisstand abgeholt.

Für Personen ohne SEO Vorkenntnisse empfehlen wir Modul 2 plus 3.

Seminargebühr pro Modul

139 €

+MwSt.

Modul 1: Der Weg zur professionellen Webseite | 10.00 – 12.00 Uhr

Für wen:

Zielgruppe sind Einzelpersonen, Freiberufler und kleinere Unternehmen, die noch keine Webseite haben, oder deren Webseite veraltet ist und dringend erneuert werden muss.

Was nehmen Sie mit:

„Nach dem Training können Sie einfache Webprojekte planen und beurteilen, was Sie selbst tun können und was Sie besser anderen überlassen sollten.“

Modul 2: SEO I – So werden Sie im Internet gefunden | 14.00 – 16.00 Uhr

Für wen:

Kleine und mittlere Unternehmen, die einen Webauftritt haben, aber mit der Leistung und der Sichtbarkeit im Internet unzufrieden sind.

Was nehmen Sie mit:

„Nach dem Training kennen Sie die wichtigsten Faktoren, um Ihre Webseite besser bei Google zu positionieren.“

Modul 3: SEO II – Das Tuning Ihrer Online-Aktivitäten | 17.00 – 19.00 Uhr


Für wen:

Eine professionelle Unternehmens-Website ist vorhanden. Künftig soll mehr Geschäft über Online-Medien akquiriert werden.

Was nehmen Sie mit:

„Sie wollen an die Spitze der Suchergebnisse und wissen nun, auf welche Keywords Sie setzen müssen und wie TOP-Platzierungen zustande kommen. Sie können Ziele definieren, überprüfen, und die Arbeit ihrer externen Partner besser beurteilen.“

Leichter Einstieg

 Durch den aufeinander aufbauenden Inhalt wird jeder Seminarteilnehmer auf seinem individuellen Kenntnisstand abgeholt

Versprochen!

 Kein Tech-Talk, kein Fach-Chinesisch. Komplexe Themen verständlich präsentiert

Anmeldung

 0911 – 93 16 99 57

 info@lixa.biz

 www.lixa.biz/Online-Freitag

Michael Eitel

ist Fachanwalt für Familienrecht und wurde von der Zeitschrift „FOCUS“ 2015 wiederholt zum „TOP 100 Scheidungsanwalt Deutschlands“ gewählt (www.von-rochow.de).



„René Müller berät uns seit etwa 5 Jahren zu Online-Themen, die unsere Kanzlei betreffen. Seine Expertise hat uns in wichtigen Bereichen und Suchbegriffen bei Google zu Top-Platzierungen verholfen.“

Modul 1: Der Weg zur professionellen Webseite

10.00 – 12.00 Uhr

So geht's los

Der Weg zur eigenen Webseite

- Google-my-Business
- Die erste Webseite
- Welches CMS (WordPress, TYPO3, JOOMLA!, etc.)
- Webseiten-Baukästen (Vorteile/Nachteile)
- Web-Hosting (1&1, STRATO, Host Europe, etc.)
- Ego marketing, Strategien
- Über Fotos, Texte und Konzepte
- Was kann und sollte ich selbst tun
- So funktioniert Google
- SEO, brauche ich das

29. April.: 10.00 – 12.00 Uhr

Seminargebühr: 139 € + MwSt.

Für wen:

Zielgruppe sind Einzelpersonen, Freiberufler und kleinere Unternehmen, die noch keine Webseite haben, oder deren Webseite veraltet ist und dringend erneuert werden muss.

Vorkenntnisse: keine

Fiktives Praxisbeispiel:
Tanzschule Bärbel Schnabelstädt

Was nehmen Sie mit:

- Die ersten Schritte im Internet
- Im Internet gefunden werden auch ohne Webseite
- Wie plane ich meine Webseite
- Welches CMS (Software) wählen
- Wie funktioniert Google
- Was kostet das Ganze

„Nach dem Training können Sie einfache Webprojekte planen und beurteilen, was Sie selbst tun können und was Sie besser anderen überlassen sollten.“

Modul 2: SEO I – So werden Sie im Internet gefunden

14.00 – 16.00 Uhr

Jetzt nicht nachlassen

So werden Sie im Internet gefunden

- So „tickt“ Google
- Was ist eigentlich SEO
- Weshalb ist es so wichtig
- SEO als Prozess begreifen
- Das Google Suchinterface
- SERP (Die Suchergebnis-Seite)
- Natürliche Suchergebnisse
- Bezahlte Anzeigen, Google AdWords
- Die „Google Formel“:
200 Ranking Faktoren

29. April.: 14.00 – 16.00 Uhr

Seminargebühr: 139 € + MwSt.

Für wen:

Kleine und mittlere Unternehmen, die einen Webauftakt haben, aber mit der Leistung und der Sichtbarkeit im Internet unzufrieden sind. Mittelständische Unternehmen, Kanzleien, Praxen, Architekturbüros, Mitarbeiter von Werbeagenturen, Programmierer und Webdesigner ohne SEO Vorkenntnisse.

Vorkenntnisse:

Erste Erfahrungen mit eigener Webseite oder Teilnahme an Modul 1

Fiktives Praxisbeispiel:
Rechtsanwaltskanzlei Futura

Was nehmen Sie mit:

- Arbeitsweise von Suchmaschinen verstehen
- Einfache Online Strategien entwickeln
- Die Funktionsweise von Google AdWords verstehen
- Einfache AdWords-Kampagnen erstellen
- SEO Fahrplan erstellen

„Nach dem Training kennen Sie die wichtigsten Faktoren, um Ihre Webseite besser bei Google zu positionieren.“

Modul 3: SEO II – Das Tuning Ihrer Online-Aktivitäten

17.00 – 19.00 Uhr

Mehr Leistung erzielen

Das Tuning Ihrer Online-Aktivitäten

- Google, so schön war's früher
- SEO, wo geht es hin
- Fakten und Mythen zu Keywords, Links, Content, Page Rank, Trust Rank
- Jetzt wird's kompliziert: wdf*idf und die Semantik
- Mobile Suche
- SEO als Mittel- und Langstreckenrennen
- Wie SEO im Unternehmen organisieren
- Die wichtigsten Tools zur Erfolgskontrolle

29. April.: 17.00 – 19.00 Uhr

Seminargebühr: 139 € + MwSt.

Für wen:

Eigene professionelle Unternehmens-Website ist vorhanden. Künftig soll mehr Geschäft über Online-Medien akquiriert werden. Mittlere und große Mittelständler, Führungskräfte im Marketing, Mitarbeiter von Werbeagenturen, Programmierer und Webdesigner, Kanzleien, Praxen, Architekturbüros, kleine Webshops.

Vorkenntnisse:

SEO Basiskenntnisse oder Teilnahme an Modul 2

Fiktives Praxisbeispiel:
Expensa GmbH

Was nehmen Sie mit:

- Die wichtigsten Google-Strategien
- SEO im Unternehmen organisieren
- Ziele definieren und überprüfen
- Die Arbeit von Externen besser beurteilen

„Sie wollen an die Spitze der Suchergebnisse und wissen nun auf welche Keywords Sie setzen müssen und wie TOP-Platzierungen zustande kommen. Sie können Ziele definieren, überprüfen und die Arbeit ihrer externen Partner besser beurteilen.“