



Suchmaschinenoptimierung (SEO)

DOZENTEN

Viktoria Dirry, BSc

Akademie für Online Marketing

Dipl.-Ing. Benjamin Nussbaum, BSc

Moonshiner GmbH

FRAGENKATALOG

100 offene Prüfungsfragen zur Stoffreflexion

TEIL 1 - EINFÜHRUNG

Suchmaschinenmarketing (SEM)

1. Erläutern Sie den Grundgedanken des Suchmaschinenmarketings!
2. Aus welchen Teilgebieten besteht das Suchmaschinenmarketing & wodurch zeichnen sich diese aus?

Suchmaschine

3. Definieren Sie den Ausdruck Suchmaschine!
4. Warum wird eine Suchmaschine benötigt?
5. Welche Ergebnisse liefert eine Suchmaschine?

Was ist SEO?

6. Erläutern Sie den Page Rank-Algorithmus bzw. dessen Grundprinzip!
7. Beschreiben Sie die verschiedenen Arten von Rankingfaktoren!
8. Was ist SEO und in welche Teilbereiche gliedern sich dessen Maßnahmen auf?

TEIL 2 - PLANUNG

Ziele

9. Welche Rahmenbedingungen müssen bei der Zielsetzung für einen Optimierungsprozess beachtet werden & wodurch zeichnen sich diese aus?
10. Beschreiben Sie typische Ziele in der Suchmaschinenoptimierung und welche Strategien im Zuge dessen verfolgt werden!
11. Weshalb sollte trotz passender Zielsetzung nicht vorschnell mit der Optimierung begonnen werden?
12. Beschreiben Sie das SMART-Konzept zur Formulierung von Zielen!

Zielgruppe

13. Was sind qualifizierte Besucher?
14. Beschreiben Sie die fünf Phasen des Online Marketings!
15. Wer gehört zur Zielgruppe?
16. Erläutern Sie die Methodik des Customer Profilings!

Key-Performance-Indikatoren

17. Was sind Key-Performance-Indikatoren (KPIs)?
18. Welche KPIs werden für die Messung von Besucherzahlen eingesetzt & was zeichnet diese aus?
19. Beschreiben Sie die unterschiedlichen Key-Performance-Indikatoren, die zur Messung des Zuwachs an Besuchern genutzt werden!
20. Wie kann die Sichtbarkeit im Online Marketing ausgedrückt werden?
21. Wie können Suchmaschinen-Rankings als KPI-Quelle genutzt werden?
22. Beschreiben Sie nützliche Maßzahlen für Seiteninhalte, Keywords & Links!
23. Mithilfe welcher Maßzahlen können die Einnahmen & Transaktionen aus Suchanfragen gemessen werden!

TEIL 3 - KEYWORDS

Einführung

24. Was sind Keywords?
25. Welche Gütekriterien muss jedes Keyword erfüllen?
26. Welche Arten von Keywords gibt es?

Keyword-Recherche

27. Beschreiben Sie die Grundlagen der Keyword-Recherche!
28. Welche Verfahren haben sich im Hinblick auf die Keyword-Recherche als äußerst nützlich erwiesen?
29. Erläutern Sie die unterschiedlichen Verfahren die sich im Zuge einer Keyword-Recherche als äußerst nützlich erwiesen haben!

Eigenschaften

30. Welche Formen kann ein Keyword annehmen?
31. Über welche Eigenschaften kann ein Keyword verfügen & was zeichnet diese aus?

Mapping

32. Erläutern Sie das Konzept des Keyword-Mappings sowie die Zuordnung zu Unterseiten!

TEIL 4 - ONPAGE OPTIMIERUNG TECHNISCH

Einführung

33. Erläutern Sie die Grundlagen der OnPage Optimierung!

Barrierefreiheit für Suchmaschinen

34. Was gilt es im Sinne der Barrierefreiheit für Suchmaschinen zu beachten?

35. Beschreiben Sie den Unterschied zwischen indexierbaren & nicht indexierbaren Inhalten!

36. Erläutern Sie den korrekten Umgang mit HTML & CSS!

37. Was gilt es im Hinblick auf HTML-Tags zu beachten?

Navigation

38. Was ermöglicht die Navigation & warum ist deren Nutzung für Mensch bzw. Maschine von Vorteil?

39. Welche Kriterien zeichnen eine benutzerfreundliche Navigation aus?

40. Beschreiben Sie die unterschiedlichen Arten von Navigationssystemen!

41. Weshalb sollte die Fehlerseite 404 im Sinne der Navigation berücksichtigt werden & was für Maßnahmen können getroffen werden, um Nutzer auch in diesem Fall zufriedenzustellen?

42. Was gilt es im Hinblick auf den Anchor-Text bzw. Broken Links zu beachten?

URLs

43. Was sind sprechende URLs & welche Dateitypen können bei einer Suche mithilfe einer Suchmaschine genutzt werden?

44. Beschreiben Sie das Konzept dynamischer URLs!

Domain

45. Wodurch zeichnen sich Exact-Match-Domains aus?

46. Was ist im Hinblick auf das Domainalter bzw. die Überprüfung bestehender Domains zu beachten?

Ladezeit

47. Was gilt es im Bezug auf die perfekte Ladezeit zu beachten?

48. Welche Optimierungsmöglichkeiten können in Anbetracht der Ladezeit ergriffen werden?

Duplicate Content

49. Was zeichnet Duplicate Content grundlegend aus & was für Arten von Duplicate Content gibt es?
50. Welche Konsequenzen drohen bei Duplicate Content & wie kann dieser identifiziert werden?
51. Wie sollte mit Duplicate Content umgegangen werden & wann lohnt sich diesbezüglich die Nutzung des <canonical>-Tag?

Web Crawler

52. Was ist ein Web Crawler?
53. Wer unterliegt dem Robots Exclusion Protocol (REP) & wofür wird es genutzt?

Mobile Websites

54. Welche Arten von Endgeräten werden im SEO-Bereich im Wesentlichen genutzt & wodurch zeichnen sich diese aus?
55. Was ist der Mobile First Index?
56. Warum lohnt sich die Nutzung responsiver Websites & welche Formen der Bereitstellung werden eingesetzt, wenn ein responsives Design nicht implementiert werden kann?

TEIL 5 - ONPAGE OPTIMIERUNG INHALTLICH

Tags

57. Definieren Sie den Ausdruck Tag anhand eines selbstgewählten Beispiels & erläutern Sie was bei der Optimierung von HTML-Tags beachtet werden muss!
58. Beschreiben Sie den <title>- bzw. <meta description>-Tag genauer & führen Sie an, was bei deren Nutzung zu beachten ist!
59. Wozu wird der <body>-Tag genutzt & wie wird das Konzept der Invertierten Pyramide beim Verfassen eines Fließtextes angewendet?
60. Erläutern Sie die Berechnung der Keyword-Density & des WDF*IDF-Werts!
61. Was gilt es bezüglich Aufzählungen & Hervorhebungen im Sinne der inhaltlichen Onpage Optimierung zu beachten?
62. Wodurch zeichnen sich Überschriften aus & was muss im Hinblick auf deren Nutzung beachtet werden?
63. Beschreiben Sie die Optimierung von Links & Anchor-Texten!
64. Wie sollten Tabellen genutzt werden & warum lohnt es sich den summary-Attribut im Zuge eines <table>-Tags zu nutzen?
65. Erörtern Sie die Optimierungsmöglichkeiten für Bilder!

Suchmaschinen-optimiertes Schreiben

66. Erörtern Sie die Grundlagen des suchmaschinen- bzw. keyword-orientierten Schreibens!
67. Beschreiben Sie das Konzept der Latent Semantischen Optimierung (LSO) genauer!
68. Wodurch zeichnet sich WDF*IDF-optimiertes Schreiben aus?
69. Was ist der Gibberish Score & wozu wird er genutzt?

TEIL 6 - OFFPAGE OPTIMIERUNG

Grundlagen

- 70. Beschreiben Sie die Grundlagen der OffPage Optimierung bzw. des Link Buildings!
- 71. Erörtern Sie das Konzept des Link Juice!

Interne Verlinkungen

- 72. Erläutern Sie unterschiedliche Maßnahmen zur Optimierung interner Verlinkungen!
- 73. Was ist Link Baiting & wie verläuft das Ködern von Links?
- 74. Erörtern Sie das KAKADU-Prinzip sowie typische Elemente, die zu dessen Umsetzung genutzt werden!

Link Building

- 75. Wie kann Link Building betrieben werden & was gilt es im Hinblick auf die Linkswachstumsrate zu beachten?
- 76. Beschreiben Sie die Überprüfung der Agenda durch eine Suchmaschine genauer!
- 77. Was gilt es im Hinblick auf die Änderung des Contents bzw. die Herkunft der Backlinks zu beachten?

Blogs

- 78. Erörtern Sie die Grundlagen von Weblogs!
- 79. Wofür wurde der nofollow-Attribut eingeführt & wie wird dieser von Suchmaschinen behandelt?

Social SEO

- 80. Was ist Social SEO?
- 81. Wodurch zeichnen sich Social Bookmarks bzw. Social Bookmarking-Dienste aus?
- 82. Was sind Social Signals?
- 83. Erläutern Sie SEO-übliche Optimierungsmöglichkeiten für facebook!
- 84. Charakterisieren Sie Optimierungsmöglichkeiten für twitter!
- 85. Beschreiben Sie den Unterschied zwischen Frage-Antwort-Portalen & RSS-Feeds!

TEIL 7 - MONITORING

Monitoring

86. Beschreiben Sie die Grundlagen des Monitorings!
87. Wodurch zeichnet sich Server-Monitoring aus?
88. Was gilt es bei der Überwachung der Servergeschwindigkeit bzw. versehentlichen Änderung von URLs zu beachten?

Controlling

89. Wie werden Controlling-Arbeiten im SEO-Bereich üblicherweise durchgeführt & wieso lohnt es sich eine XML-Sitemap einzubinden bzw. segmentieren?
90. Was gilt es bei der Überwachung der Indexierung sowie der Überprüfung der Änderungen an robots.txt zu beachten?
91. Wie können Crawling-Fehler ermittelt & beseitigt werden?
92. Führen Sie Kennzahlen an, die im Zuge der Suchanalyse von Bedeutung sind & erklären Sie weshalb sich die Optimierung von Snippets lohnt!

Tracking

93. Was ist Tracking?
94. Was ist Visitor-Tracking & wodurch zeichnen sich die unterschiedlichen Anwendungsformen aus?
95. Was ist die Customer Journey & aus welchen Phasen besteht sie?
96. Wodurch zeichnet sich Website-Tracking aus?
97. Welche Auswertungen werden üblicherweise aktuell bei der Web-Analyse durchgeführt?
98. Erörtern Sie mindestens zwei typische Auswertungsmöglichkeiten im Sinne des Trackings genauer!

Rank-Monitoring

99. Was zeichnet Rank-Monitoring grundlegend aus?
100. Erläutern Sie den Unterschied zwischen manuellem & automatischem Rank-Tracking!