



3 Strategien zur optimalen Verzahnung von SEA & SEO

Inhalt

Einleitung	3
Strategie 1: Dual Visibility	5
Strategie 2: Up & Down	6
Strategie 3: Pullback	7
SEO und SEA verzahnen, aber richtig! Mit der SEO-SEA-Matrix	8
Conversions steigern durch gemeinsames SEO und SEA	8
Passendes Webinar	9
Über morefire	10
Kontakt	11

Einleitung

Häufig werden SEO & SEA sehr getrennt voneinander betrachtet und somit auch separat optimiert. Vielmehr heißt es häufig sogar, dass Search Ads immer mehr Platz in den Google-Suchergebnissen einnehmen und SEO-Ergebnisse somit verdrängen und den Traffic „klauen“.

Das dem nicht so ist, konnten wir jedoch in mehreren Kunden Cases belegen. Dabei hat sich herausgestellt, dass die zwei Disziplinen nicht voneinander getrennt betrachtet, sondern vielmehr verzahnt werden sollten. So können sie sich gegenseitig unterstützen. Bei einer richtigen Verzahnung können zusätzlicher Traffic generiert und Kosten eingespart werden.

So können bessere organische Ergebnisse zur Steigerung des SEA Traffics führen. Umgekehrt kann die Schaltung von Google Ads eine Steigerung des SEO Traffics hervorrufen. Werden bezahlte Anzeigen abgeschaltet, kann der organische Traffic den Rückgang des SEA-Traffics mit der richtigen Strategie auffangen.

Hierfür haben wir eine SEO-SEA-Matrix erarbeitet, um unsere Kunden ganzheitlich zu betreuen, die Zusammenarbeit zu erleichtern und die Gesamtperformance beider Kanäle zu steigern. Mehr dazu erfährst Du am Ende des Guides!

Im Folgenden werden drei Hybridstrategien beschrieben, welche auf verschiedenen Szenarien im Zusammenspiel von SEA & SEO basieren. Diese Strategien haben das Ziel, die definierten Keyword Sets bestmöglich in den Suchergebnissen abzudecken und dabei gleichzeitig das zur Verfügung stehende Budget zu berücksichtigen.

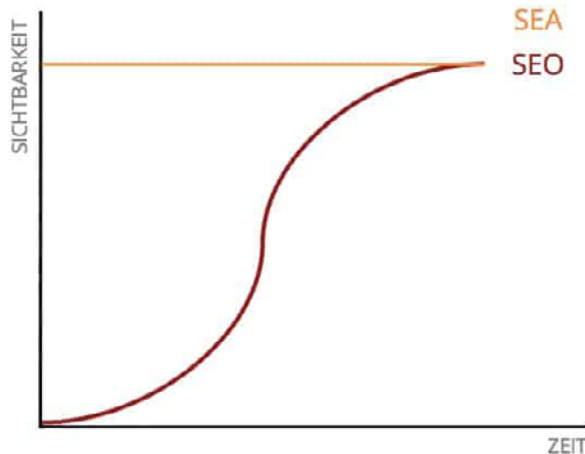
Strategie 1

Dual Visibility

Eine Voraussetzung für die Dual Visibility-Strategie ist eine Top-Position in den bezahlten Google-Suchergebnissen. Gibt es diese noch nicht, kann zunächst damit begonnen werden, bezahlte Anzeigen für ein bestimmtes Keyword zu schalten. Diese Anzeigen werden anschließend mit verschiedenen Anzeigentexten getestet optimiert.

In den organischen Ergebnissen besteht bei dieser Strategie noch kein SEO Ranking. Daher werden die Ergebnisse aus den SEA-Anzeigentests verwendet, um das organische Ranking zu optimieren und eine Strategie aufzubauen.

Wenn anschließend sowohl bezahlte als auch organische Ergebnisse in den Top-Ergebnissen der Google-Suche erscheinen, sprechen wir von einer Dual Visibility. Wenn sowohl die SEO-Ergebnisse als auch die SEA-Anzeigen „above the fold“ erscheinen, sprechen wir von einer SERP-Dominanz. Diese SERP-Dominanz führt zu einer Verdrängung der Wettbewerber:innen und zu einer stärkeren Wahrnehmung der Nutzenden.



Der hier beschriebene Ablauf startet mit einer guten Positionierung des SEA-Bereichs. Genauso ist es aber auch möglich, von einer guten SEO-Positionierung auszugehen und daraufhin den SEA-Bereich weiter zu optimieren.

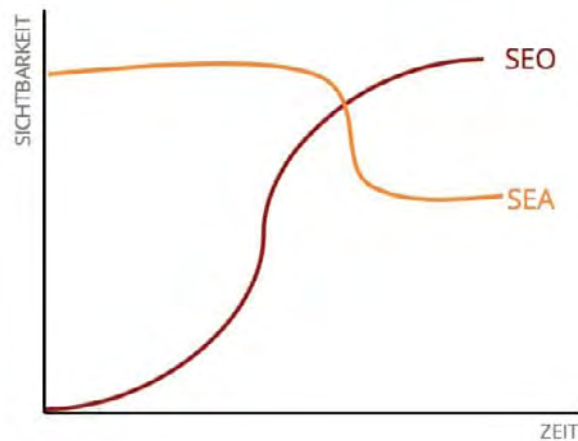
Aufgrund des hohen Budgeteinsatzes ist es zu empfehlen, sich auf Hauptkeywords zu beschränken. Das heißt, vor allem Brand- und conversionstarke Keywords eignen sich für diese Strategie.

Strategie 2

Up & Down

Die Ausgangssituation dieser Strategie ist eine Top-Positionierung der Anzeigen für ein Keyword. Ist dies noch nicht gegeben, kann mit der Bewerbung des Keywords über bezahlte Suchergebnisse gestartet werden.

Ein SEO-Ranking gibt es hier zunächst nicht. Für die Optimierung können aber, ähnlich wie bei der ersten Strategie, die SEA-Anzeigen weitere Erkenntnisse liefern. Das Keyword wird dann solange optimiert, bis eine gute Position erreicht wird.



Dieses Vorgehen zielt darauf ab, dass die Seite sowohl im bezahlten als auch organischen Bereich auf Seite 1 erscheint. Dadurch erhält sie hohe Sichtbarkeit beim Scrollen und wird von den Nutzer:innen wahrgenommen. Anders als bei der Dual-Visibility-Strategie, wird bei der Up and Down-Strategie aber nicht auf die Top-Positionen im SEA-Bereich geboten und somit aggressives Bidding vermieden und Kosten eingespart.

Auch bei dieser Strategie kann das SEO-Ranking als Ausgangslage definiert und SEA-Maßnahmen im Nachgang zugeschaltet werden.

Die Strategie eignet sich vor allem bei mittlerem Budgeteinsatz und speziell bei kostenintensiven Keywords.

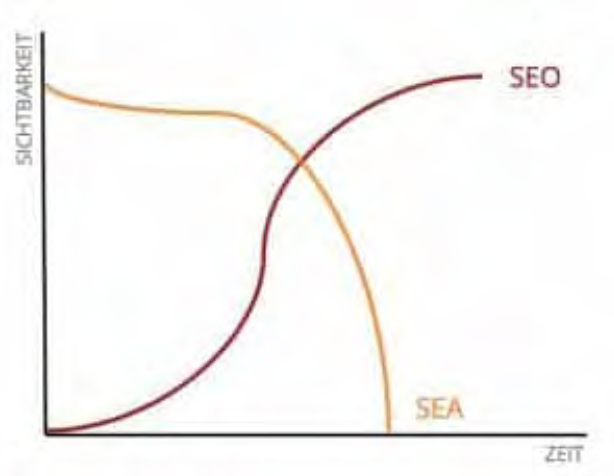
Strategie 3

Pullback

Ähnlich wie bei den anderen beiden Strategien werden die Suchbegriffe zunächst auch hier aggressiv über bezahlte Anzeigen in den oberen Positionen beworben. Sobald ein gutes organisches Ergebnis erreicht wird, können die SEA-Anzeigen pausiert werden.

Als weitere Variante kann auch eine Dual Visibility gegeben sein. Das heißt, dass das Keyword sowohl im SEA als auch im SEO schon zu Beginn eine gute Positionierung aufweist. Dann werden die bezahlten Anzeigen für dieses Keyword pausiert.

Durch die Pausierung der SEA-Anzeigen nehmen die Nutzer:innen nur noch die organischen Ergebnisse wahr und Budget wird eingespart. Es findet somit ein Traffic- und Budget-Shift statt. Das eingesparte Budget kann schließlich in neue SEA-Anzeigen investiert werden.



Diese Strategie eignet sich vor allem für Projekte mit geringem Budget. Wichtig ist, dass die Wettbewerber weiterhin mit bezahlten Anzeigen über den organischen Ergebnissen erscheinen. Vor allem bei Brand Keywords sollte von dieser Strategie abgesehen werden.

Bei der Optimierung müssen die verschiedenen Strategien immer wieder ausgewertet und angepasst werden. Nur so kann ein optimales Ergebnis erzielt werden. Wichtige Einflussfaktoren bei der Wahl sind Budget und Zeit. Im Idealfall kommen alle drei Strategien für verschiedenen Keyword-Sets zum Einsatz, die dann individuell angepasst werden. Es gibt also keine übergeordnete Strategie.

SEO & SEA verzahnen, aber richtig!

Mit der SEO-SEA-Matrix

Damit Du die Strategien auch praktisch anwenden kannst, stellen wir Dir im folgenden Abschnitt die SEO-SEA-Matrix vor. Die Matrix kombiniert SEO- und SEA-Daten in einer Tabelle. Von den Messzahlen bzw. Metriken, wie z.B. Impressionen, Klicks und Rankings, lassen sich Testszenarien ableiten, um gezielt die Strategien zu testen. So werden die Disziplinen besser aufeinander abgestimmt und die Performance beider Kanäle gesteigert.

Die SEO-SEA-Matrix haben wir intern für unsere SEO und SEA Consultants erarbeitet, um unsere Kunden ganzheitlich zu betreuen, die Zusammenarbeit zu erleichtern und die Gesamtperformance beider Kanäle zu steigern.

SEO-SEA-Matrix			
Keyword	SEA-Impressionen	SEA-Klicks	SEO-Ranking
Das Matching Keyword	Werden per SVerweis aus "SEA-Rohdaten" herausgezogen. Formel ist hinterlegt.	Werden per SVerweis aus "SEA-Rohdaten" herausgezogen. Formel ist hinterlegt.	Werden per SVerweis aus "SEO-Rohdaten" herausgezogen. Formel ist hinterlegt.
Keyword 1	50602	5360	6,1
Keyword 2	36655	2968	8,43
Keyword 3	27063	7063	9,04
Keyword 4 Keyword 5	26789	2689	11,09
Keyword 6	33104	3314	5,45
Keyword 5 Keyword 7	40294	4294	2,1

Wie Du die SEO-SEA-Matrix mit Daten befüllst und die ersten Testszenarien erstellst, findest Du in diesem Artikel:

[more-fire.com/ratgeber/seo-liebt-sea](https://www.more-fire.com/ratgeber/seo-liebt-sea)

Conversions steigern durch gemeinsames SEO & SEA

Möchtest Du mehr darüber erfahren, wie Dir das morefire-Team dabei helfen kann, eine langfristige und erfolgreiche Verzahnung beider Disziplinen aufzubauen - und das bei maximaler Sichtbarkeit und minimalen Kosten? Dann kontaktiere uns gerne.

Webinar

SEO & SEA – Einzeln stark, gemeinsam unbesiegbar



Dem Nutzenden ist es egal, ob er auf ein bezahltes, oder organisches Ergebnis klickt – Er will einfach nur zum Ziel... Damit Du aus SEO und SEA den maximalen Erfolg herausholst, müssen beide Bereiche verbunden werden. Sowohl strategisch, als auch in der Umsetzung.

**In diesem Webinar erhältst Du viele praktische Tipps.
Sichere Dir jetzt Deine Aufzeichnung:**

get.more-fire.com/seo-sea

Über morefire

Wachstum durch Begeisterung



Unsere Arbeitsweise zeichnet sich durch den direkten Kontakt mit persönlichen Ansprechpersonen, regelmäßigen Telefonaten und Meetings aus – persönlich oder per Video Call! Wir haben den Fokus auf die richtigen Kennzahlen und sind Meisterinnen und Meister der direkten, operativen Umsetzung. Bei morefire triffst Du auf Erfahrung und Expertise aus allen Fachgebieten, die gemeinsam für Deinen Erfolg arbeiten. In den zahlreichen Möglichkeiten des Online Marketings suchen wir nach den besten Lösungen, um Deine Ziele zu erreichen!

Kontakt

Du willst auch online wachsen? Sprich uns an.



Marcel Becker

Geschäftsführer

m.becker@more-fire.com

0221 / 584 787 04



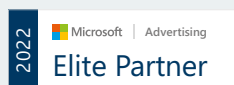
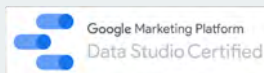
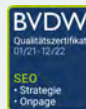
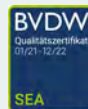
Robin Heintze

Geschäftsführer

r.heintze@more-fire.com

0221 / 584 787 02

Zertifikate & Auszeichnungen





morefire GmbH

Hohenstaufenring 29-37

50674 Köln

info@more-fire.com

+49 (0)221 - 584 787 00

www.more-fire.com

092022