



Die Agenda der SEOkomm 2017

Hier ist sie endlich, die Agenda der SEOkomm am 17.11.2017 in Salzburg.

Ticket sichern

und

Know-

How

pur





genießen!







✓ Ticket kaufen




TIPP:







Durch Klick auf die Tags kannst du dir ganz einfach DEINE passende Agenda anzeigen lassen.







[Technical](#) [Advanced](#) [HandsOn](#) [Einsteiger](#) [Tools](#) [Strategie](#) [E-Commerce](#) [Auswahl](#) [löschen](#)




	MainStage	Track 2	Track 3
	 Moderator: <u>Tobias Fox</u>		 Moderator: <u>Nina Baumann</u>
08:00-09:00	Check-in		
09:00-09:10	Begrüßung  <u>Oliver Hauser</u> get on top gmbh		
09:10-09:55	Keynote  <u>Marcus Tandler</u> OnPage.org Auf der SEOkomm wie immer zuerst: Marcus Tandler wird uns mit einer		


	visionären und brandneuen Keynote überraschen und die Konferenz eröffnen. #slidestorm #garantiert		
09:55-10:05	Pause 10 Min.		
10:05-10:45	<p>Datenorientiertes SEO mit Fokus auf die Google Search Console</p>  <p><u>Sebastian Erlhofer</u> mindshape GmbH SEO ist ein regelmäßiger und datenorientierter Prozess. Deshalb ist es für jeden Online Marketer wichtig, die vorliegenden Daten und Workflows miteinander zu verbinden. Das Ziel: Überwachung der Erfolge und Generierung von neuen Optimierungsansätzen. Wie das konkret aussieht und welche Rolle dabei die Daten aus der Google Search Console und Google Analytics spielen, zeigt dir dieser Vortrag. <u>Technical Advanced HandsOn</u></p>	<p>SEO Bootcamp Teil 1/2</p>  <p><u>Prof. Dr. Mario Fischer</u> Website Boosting Der Kickstart für Einsteiger in die SEOkomm: In dieser zweiteiligen Session macht dich Mario Fischer fit für SEO und die weiteren Vorträge des heutigen Tages. Was ist SEO überhaupt? Wo fängst du am besten damit an? Und wie machst du in Zukunft deine SEO Hausaufgaben? <u>Einsteiger HandsOn Tools</u></p>	<p>Marketplace SEO: Mit user-zentrierter Shop-Optimierung zu mehr Umsatz</p>  <p><u>Olena Sikorska</u> eviom GmbH Willst du mit deinem E-Commerce Unternehmen noch mehr Umsatz machen, indem du die SERPs gleich mit mehreren Suchergebnissen dominierst? Das ist machbar – mit diesen Tipps und Best Practices rund um Marketplace SEO. Darunter viele Taktiken und Tools für die Optimierung der wichtigsten E-Commerce Plattformen wie Amazon, ebay, Alibaba, myTime und Co. <u>Strategie HandsOn E-Commerce</u></p>
10:45-11:05	Pause 20 Min.		
11:05-11:40	<p>Relaunch: Chancen, Risiken und Strategien</p>  <p>für Migrationen <u>Bastian Grimm</u> Peak Ace AG Respekt vor dem Relaunch? Zu Recht! Migrationen sind immer eine enorme Herausforderung. Denn die Risiken von</p>	<p>SEO Bootcamp Teil 2/2</p>  <p><u>Prof. Dr. Mario Fischer</u> Website Boosting Der Kickstart für Einsteiger in die SEOkomm: In dieser zweiteiligen Session macht dich Mario Fischer fit für SEO und die weiteren Vorträge des heutigen Tages. Was ist</p>	<p>Shops mit Google Analytics E-Commerce Tracking optimieren</p>  <p><u>Markus Vollmert</u> luna-park GmbH Shops sind komplex, die Nutzer können viele Wege zum Ziel nehmen. Ein einfaches Tracking nach URLs greift deshalb meist viel zu kurz. Mit dem E-Commerce</p>






	<p>Performance-Einbußen sind omnipräsent und wenn etwas schiefgeht, wiegen die Konsequenzen schwer. Bastian Grimm zeigt alle notwendigen Schritte von Planung über Umsetzung, Testing bis hin zum Livegang. Neben Software-Migrationen (z.B. CMS-Wechsel) werden auch HTTPS- sowie Domainumstellungen (z.B. Rebrandings) gesondert betrachtet. <u>HandsOn Technical Advanced</u></p>	<p>SEO überhaupt? Wo fängst du am besten damit an? Und wie machst du in Zukunft deine SEO Hausaufgaben? <u>Einsteiger HandsOn Tools</u></p>	<p>Tracking in Google Analytics bekommst du schnell ein Bild, wie deine Produkte, Filter und Bestellfunnel genutzt werden. Lerne, wie du mit Google Analytics und dem Tag Manager deine Kampagnen und Inhalte optimieren kannst. <u>HandsOn Technical E-Commerce</u></p>
<p>11:40-11:55</p>	<p>Pause 15 Min.</p>		
<p>11:55-12:35</p>	<p>Blumento-pferde per Sprachsuche bestellen?  <u>Karl Kratz</u> Karl Kratz Online Marketing Sprachsuche ist das neue "wir brauchen eine mobile Website". Das macht auch Sinn, denn immer mehr Geräte um uns herum nutzen das natürlichste Interface der Welt: die menschliche Sprache. Die Technologie steckt allerdings noch in den Kinderschuhen. Ein kleiner Einblick in "was geht..." und worauf wir noch warten müssen. <u>Einsteiger Strategie E-Commerce</u></p>	<p>How to rock in local SEO  <u>Nicole Mank</u> webnetz Local Search wird mit der steigenden Nutzung von Smartphones noch relevanter als je zuvor. Doch wie optimiert man eigentlich Local SERPs? Welche weiteren Suchsysteme sind relevant? Und wie kann zum Beispiel die Strategie für Multimarkenhändler in der Automobilbranche aussehen um die einzelnen Marken zu präsentieren? Nicole Mank zeigt, welche Fallstricke gibt es und wie diese vermieden werden können. <u>HandsOn Strategie</u></p>	<p>Ein Vektor sagt mehr als tausend Wörter: Machine-Learning mit Word2Vec  <u>Stefan Fischerländer</u> Gipfelstolz GmbH Was ist denn nun Machine-Learning konkret? Und wie wird es schon von Suchmaschinen eingesetzt? Anhand des Toolkits Word2Vec führen wir Live-Experimente an echten Daten durch und gewinnen ein tieferes Verständnis der Möglichkeiten dieser Technologie. Zudem lernen wir Einsatzmöglichkeiten für die eigene Website kennen. <u>Advanced Technical HandsOn</u></p>
<p>12:35-14:05</p>	<p>Mittagspause</p>		

<p>14:05-14:40</p>	<p>Live Site Clinic mit  <u>Johannes Müller</u> Google SEO Analysen live auf der Bühne: John Müller von Google wird auf SEO Probleme ausgewählter Websites eingehen. Der Modus zur Einreichung wird noch bekannt gegeben. <u>HandsOn Technical Einsteiger</u></p>	<p>Data Driven SEO - Mit schlauen Analysen die richtigen Hebel identifizieren  <u>Kai Spriestersbach</u> eology GmbH Durch die Erhebung eigener Daten und die Verknüpfung mit Daten aus Analyse- und SEO-Tools lassen sich im "Data Driven SEO" viele spannende Fragen auf Basis aussagekräftiger Zahlen beantworten. Was erwartet Google zum Beispiel von einer Seite in den Top 10 wirklich? Woran müssen wir arbeiten und was sollten wir verbessern? Inklusive Tools und Workflows aus der Praxis. <u>HandsOn Tools Advanced</u></p>	<p>So schützt du deine Suchmaschinenoptimierung vor den Kollegen  <u>Maïke Schultze-Rhonhof</u> AXA Konzern AG Glückwunsch! Du hast tolle Rankings erreicht, viel Traffic generiert, dein Chef ist zufrieden. Doch dann kommt der paranoide Kollege und setzt alle internen Links auf <nofollow>! Je mehr Leute an einer Website Hand anlegen umso mehr Fehlerquellen treten auf. Problem: Nichts kann rückgängig gemacht werden, was einmal indexiert wurde. Wie holt man also Techies, Kreative und Fachabteilungen an Bord und bringt Entspannung in den Publishing Dschungel? <u>HandsOn Strategie Tools</u></p>
<p>14:40-14:55</p>	<p>Pause 15 Min.</p>		
<p>14:55-15:35</p>	<p>Mehr Conversions, User Signals und UX  <u>Nils Kattau</u> smartimize.com Die Optimierung der Nutzerzufriedenheit spielt eine große Rolle, wenn man Conversions und Suchmaschinen-Rankings steigern will. Nils Kattau zeigt, wie man gezielt und tool-gestützt die vorhandenen Hebel identifiziert und diese in A/B-Testings verifizieren kann.</p>	<p>Google steuern: So geht es  <u>Niels Dahnke</u> Mediengruppe Madsack Das Verhalten des Google-Bots kann man nicht nur analysieren, sondern auch gezielt steuern. Log-File-Analysen zeigen, ob der Bot überhaupt zu wichtigen Bereichen einer Website vordringt oder ob Crawling-Budget verschwendet wird. Durch die Optimierung interner Link-Strukturen kann man so die Auffindbarkeit relevanter</p>	<p>Contentpflege - Inhalte analysieren / weiterentwickeln / löschen  <u>Martin Höllinger</u> Martin Höllinger Online Marketing Inhalte pflegen und weiterentwickeln: In diesem Vortrag analysiert Martin Höllinger live ein Content-Projekt und zeigt Schritt für Schritt, wie Chancen gefunden und genutzt werden. Du lernst anhand von sofort umsetzbaren Tipps, wie du in Zukunft mehr aus den Inhalten deiner Webseite holen wirst. Der Vortrag</p>







	<p><u>HandsOn Technical Tools</u></p>	<p>Inhalte deutlich verbessern. <u>HandsOn Advanced Tools</u></p>	<p>richtet sich an Einsteiger und Fortgeschrittene. <u>Strategie HandsOn Einsteiger</u></p>
15:35-15:55	<p>Pause 20 Min.</p>		
15:55-16:35	<p>10 technische SEO Hacks (Tricks) die du noch nicht kennst</p>  <p><u>Dominik Wojcik</u> TA Trust Agents Internet GmbH Jede Wette: In diesem Vortrag holt Dominik Wojcik einige SEO Hacks & Tricks aus der Schublade, die die meisten noch nicht kennen. Zehn verschiedene technische Tricks wie man sein SEO auf das nächste Level heben kann. Darunter Themen wie "Marketing Automatisierung", "Pagespeed" und natürlich "Tools". <u>HandsOn Technical Tools</u></p>	<p>Content: Failure is predictable</p>  <p><u>Thomas Mindnich</u> TermLabs.io Praxistipps und Case Studies sind zum Thema Content reichlich vorhanden. Doch auch damit lassen sich SEO-Erfolge nicht mit Sicherheit prognostizieren! Thomas Mindnich schaut von der anderen Richtung auf das Thema "Content": Welche Learnings lassen sich aus konkreten Beispielen des Misserfolgs ziehen? Welche Fehler gilt es zu vermeiden? <u>Strategie Advanced</u></p>	<p>OnPage SEO mit Prozessen und Strukturen effizient organisieren</p>  <p><u>Stefan Keil</u> get:traction GmbH Onpage-SEO: zum einen ein notwendiges Übel, zum anderen ein Hebel mit großem Wachstumspotenzial! Ich zeige, mit welchen Prozessen und Tools bei geringeren Aufwänden mehr Effizienz erreicht wird. Wann sollte mir meine IT Sorgen bereiten? Wo liegen Wachstumshebel? Ein Rundumblick zur verbesserten Alltagsorganisation. <u>Einsteiger Strategie Tools</u></p>
16:35-16:50	<p>Pause 15 Min.</p>		
16:50-17:25	<p>Crawling & Indexing @ OTTO</p>  <p><u>Patrick Christoph</u> OTTO Insights zu den Crawlingverhalten von Google, zu Indexierungsstrategien & Maskierung von Links zur Linkjuice & Crawler-Steuerung. Best Practice & Herausforderungen bei einem Shop mit mehr</p>	<p>Linkbuilding & Linkmanagement 2018</p>  <p><u>Christoph C. Cemper</u> LinkResearchTools Deine Mails checkst du mehrmals am Tag und deine Buchhaltung machst du quartals- oder monatsweise. Und deine externen Links? Hast du dafür eine Routine? Christoph C. Cemper</p>	<p>JavaScript SEO – Crawling, Indexierung und Auditing von JavaScript-Websites</p>  <p><u>Artur Kosch</u> Kosch Klink Performance Websites, die komplett mit JavaScript realisiert werden, sind im SEO immer noch ein unerforschtes Gebiet. Laut Google kann der Googlebot Inhalte, die durch JavaScript ausgespielt werden, rendern und crawlen. Wieso</p>






	als 300.000 Produktseiten. <u>HandsOn E-Commerce Technical</u>	zeigt wiederkehrende Link Audits, damit du auch in Zeiten des Real-Time Google Pinguins auf ein sauberes Linkprofil bauen kannst. Erfahre außerdem, wie du neue Links findest, bewertest und bekommst. Sogar Kauf-Links werden näher beleuchtet. <u>Strategie Tools Einsteiger</u>	diese Aussage gefährlich ist, und welche Fallstricke sich hinter JavaScript und SEO verstecken, werden in diesem Vortrag erläutert. <u>Advanced Technical</u>
17:25-17:35	Pause 10 Min.		
17:35-18:10	TBC  to be confirmed	Website Auditing mit Screaming Frog SEO  <u>Justin Keirath</u> JK Digitale Medien GmbH & Co. KG Im Fokus steht die Identifikation von Optimierungspotenzialen bei Website Audits mit dem Screaming Frog. Der Schwerpunkt liegt hierbei auf den Funktionen "Custom Search" und "Custom Extraction" sowie der Google Analytics und Google Search Console API Anbindung. Der praxisnahe Vortrag wird eine Inspirationsquelle für eigene Website Audits. <u>Tools HandsOn</u>	PWA und was Google sonst noch mit dem Web vorhat  <u>Danny Linden</u> OnPage.org Progressive Web Apps (PWA) sind nur eines der vielen Beispiele für die technische Revolution, die Google aktuell im Web vorantreibt. In diesem Vortrag werden die spannendsten technischen Entwicklungen der Gegenwart von Google gezeigt, sowie ein Blick in die Zukunft gewährt. Beispiele zeigen außerdem, wie man die neuen App-Technologien heute schon einsetzen kann. <u>Advanced Technical</u>
19:00-03:00	<u>Networking Party</u>		





08:00		Check-in
09:00	Track 1	Track 1: Begrüßung  <u>Oliver Hauser</u> get on top gmbh
09:10		

	Track 1	 <p>Track 1: Keynote <u>Marcus Tandler</u> OnPage.org Auf der SEOkomm wie immer zuerst: Marcus Tandler wird uns mit einer visionären und brandneuen Keynote überraschen und die Konferenz eröffnen. #slidestorm #garantiert</p>
09:55		Pause 10 Min.
10:05	Track 1	 <p>Track 1: Datenorientiertes SEO mit Fokus auf die Google Search Console <u>Sebastian Erlhofer</u> mindshape GmbH SEO ist ein regelmäßiger und datenorientierter Prozess. Deshalb ist es für jeden Online Marketer wichtig, die vorliegenden Daten und Workflows miteinander zu verbinden. Das Ziel: Überwachung der Erfolge und Generierung von neuen Optimierungsansätzen. Wie das konkret aussieht und welche Rolle dabei die Daten aus der Google Search Console und Google Analytics spielen, zeigt dir dieser Vortrag. <u>Technical Advanced HandsOn</u></p>
	Track 2	 <p>Track 2: SEO Bootcamp Teil 1/2 <u>Prof. Dr. Mario Fischer</u> Website Boosting Der Kickstart für Einsteiger in die SEOkomm: In dieser zweiteiligen Session macht dich Mario Fischer fit für SEO und die weiteren Vorträge des heutigen Tages. Was ist SEO überhaupt? Wo fängst du am besten damit an? Und wie machst du in Zukunft deine SEO Hausaufgaben? <u>Einsteiger HandsOn Tools</u></p>
	Track 3	 <p>Track 3: Marketplace SEO: Mit user-zentrierter Shop-Optimierung zu mehr Umsatz <u>Olena Sikorska</u> eviom GmbH Willst du mit deinem E-Commerce Unternehmen noch mehr Umsatz machen, indem du die SERPs gleich mit mehreren Suchergebnissen dominierst? Das ist machbar – mit diesen Tipps und Best Practices rund um Marketplace SEO. Darunter viele Taktiken und Tools für die Optimierung der wichtigsten E-Commerce Plattformen wie Amazon, ebay, Alibaba, myTime und Co. <u>Strategie HandsOn E-Commerce</u></p>
10:45		Pause 20 Min.
11:05	Track 1	 <p>Track 1: Relaunch: Chancen, Risiken und Strategien für Migrationen <u>Bastian Grimm</u> Peak Ace AG Respekt vor dem Relaunch? Zu Recht! Migrationen sind immer eine enorme Herausforderung. Denn die Risiken von Performance-Einbußen sind omnipräsent und wenn etwas schiefgeht, wiegen die Konsequenzen schwer. Bastian Grimm zeigt alle notwendigen Schritte von Planung über Umsetzung, Testing bis hin zum Livegang. Neben Software-Migrationen (z.B. CMS-Wechsel) werden auch HTTPS- sowie Domainumstellungen (z.B. Rebrandings) gesondert betrachtet. <u>HandsOn Technical Advanced</u></p>

	Track 2	 <p>Track 2: SEO Bootcamp Teil 2/2 <u>Prof. Dr. Mario Fischer</u> Website Boosting Der Kickstart für Einsteiger in die SEOkomm: In dieser zweiteiligen Session macht dich Mario Fischer fit für SEO und die weiteren Vorträge des heutigen Tages. Was ist SEO überhaupt? Wo fängst du am besten damit an? Und wie machst du in Zukunft deine SEO Hausaufgaben? <u>Einsteiger HandsOn Tools</u></p>
	Track 3	 <p>Track 3: Shops mit Google Analytics E-Commerce Tracking optimieren <u>Markus Vollmert</u> luna-park GmbH Shops sind komplex, die Nutzer können viele Wege zum Ziel nehmen. Ein einfaches Tracking nach URLs greift deshalb meist viel zu kurz. Mit dem E-Commerce Tracking in Google Analytics bekommst du schnell ein Bild, wie deine Produkte, Filter und Bestellfunnel genutzt werden. Lerne, wie du mit Google Analytics und dem Tag Manager deine Kampagnen und Inhalte optimieren kannst. <u>HandsOn Technical E-Commerce</u></p>
11:40		Pause 15 Min.
11:55	Track 1	 <p>Track 1: Blumento-pferde per Sprachsuche bestellen? <u>Karl Kratz</u> Karl Kratz Online Marketing Sprachsuche ist das neue "wir brauchen eine mobile Website". Das macht auch Sinn, denn immer mehr Geräte um uns herum nutzen das natürlichste Interface der Welt: die menschliche Sprache. Die Technologie steckt allerdings noch in den Kinderschuhen. Ein kleiner Einblick in "was geht..." und worauf wir noch warten müssen. <u>Einsteiger Strategie E-Commerce</u></p>
	Track 2	 <p>Track 2: How to rock in local SEO <u>Nicole Mank</u> webnetz Local Search wird mit der steigenden Nutzung von Smartphones noch relevanter als je zuvor. Doch wie optimiert man eigentlich Local SERPs? Welche weiteren Suchsysteme sind relevant? Und wie kann zum Beispiel die Strategie für Multimarkenhändler in der Automobilbranche aussehen um die einzelnen Marken zu präsentieren? Nicole Mank zeigt, welche Fallstricke gibt es und wie diese vermieden werden können. <u>HandsOn Strategie</u></p>
	Track 3	 <p>Track 3: Ein Vektor sagt mehr als tausend Wörter: Machine-Learning mit Word2Vec <u>Stefan Fischerländer</u> Gipfelstolz GmbH Was ist denn nun Machine-Learning konkret? Und wie wird es schon von Suchmaschinen eingesetzt? Anhand des Toolkits Word2Vec führen wir Live-Experimente an echten Daten durch und gewinnen ein tieferes Verständnis der Möglichkeiten dieser Technologie. Zudem lernen wir Einsatzmöglichkeiten von Machine-Learning für die eigene Website kennen. <u>Advanced Technical HandsOn</u></p>
12:35		Mittagspause

14:05	Track 1	 <p>Track 1: Live Site Clinic mit Google Johannes Müller Google SEO Analysen live auf der Bühne: John Müller von Google wird auf SEO Probleme ausgewählter Websites eingehen. Der Modus zur Einreichung wird noch bekannt gegeben. HandsOn Technical Einsteiger</p>
	Track 2	 <p>Track 2: Data Driven SEO - Mit schlaun Analysen die richtigen Hebel identifizieren Kai Spriestersbach eology GmbH Durch die Erhebung eigener Daten und die Verknüpfung mit Daten aus Analyse- und SEO-Tools lassen sich im "Data Driven SEO" viele spannende Fragen auf Basis aussagekräftiger Zahlen beantworten. Was erwartet Google zum Beispiel von einer Seite in den Top 10 wirklich? Woran müssen wir arbeiten und was sollten wir verbessern? Inklusive Tools und Workflows aus der Praxis. HandsOn Tools Advanced</p>
	Track 3	 <p>Track 3: So schützt du deine Suchmaschinenoptimierung vor den Kollegen Maike Schultze-Rhonhof AXA Konzern AG Glückwunsch! Du hast tolle Rankings erreicht, viel Traffic generiert, dein Chef ist zufrieden. Doch dann kommt der paranoide Kollege und setzt alle internen Links auf <nofollow>! Je mehr Leute an einer Website Hand anlegen umso mehr Fehlerquellen treten auf. Problem: Nichts kann rückgängig gemacht werden, was einmal indexiert wurde. Wie holt man also Techies, Kreative und Fachabteilungen an Bord und bringt Entspannung in den Publishing Dschungel? HandsOn Strategie Tools</p>
14:40		Pause 15 Min.
14:55	Track 1	 <p>Track 1: Mehr Conversions, User Signals und UX Nils Kattau smartimize.com Die Optimierung der Nutzerzufriedenheit spielt eine große Rolle, wenn man Conversions und Suchmaschinen-Rankings steigern will. Nils Kattau zeigt, wie man gezielt und tool-gestützt die vorhandenen Hebel identifiziert und diese in A/B-Testings verifizieren kann. HandsOn Technical Tools</p>
	Track 2	 <p>Track 2: Google steuern: So geht es Niels Dahnke Mediengruppe Madsack Das Verhalten des Google-Bots kann man nicht nur analysieren, sondern auch gezielt steuern. Log-File-Analysen zeigen, ob der Bot überhaupt zu wichtigen Bereichen einer Website vordringt oder ob Crawling-Budget verschwendet wird. Durch die Optimierung interner Link-Strukturen kann man so die Auffindbarkeit relevanter Inhalte deutlich verbessern. HandsOn Advanced Tools</p>
	Track 3	 <p>Track 3: Contentpflege - Inhalte analysieren / weiterentwickeln / löschen Martin Höllinger Martin Höllinger Online Marketing Inhalte pflegen und weiterentwickeln: In</p>

		diesem Vortrag analysiert Martin Höllinger live ein Content-Projekt und zeigt Schritt für Schritt, wie Chancen gefunden und genutzt werden. Du lernst anhand von sofort umsetzbaren Tipps, wie du in Zukunft mehr aus den Inhalten deiner Webseite holen wirst. Der Vortrag richtet sich an Einsteiger und Fortgeschrittene. Strategie HandsOn Einsteiger
15:35		Pause 20 Min.
15:55	Track 1	 <p>Track 1: 10 technische SEO Hacks (Tricks) die du noch nicht kennst Dominik Wojcik TA Trust Agents Internet GmbH Jede Wette: In diesem Vortrag holt Dominik Wojcik einige SEO Hacks & Tricks aus der Schublade, die die meisten noch nicht kennen. Zehn verschiedene technische Tricks wie man sein SEO auf das nächste Level heben kann. Darunter Themen wie "Marketing Automatisierung", "Pagespeed" und natürlich "Tools". HandsOn Technical Tools</p>
	Track 2	 <p>Track 2: Content: Failure is predictable Thomas Mindnich TermLabs.io Praxistipps und Case Studies sind zum Thema Content reichlich vorhanden. Doch auch damit lassen sich SEO-Erfolge nicht mit Sicherheit prognostizieren! Thomas Mindnich schaut von der anderen Richtung auf das Thema "Content": Welche Learnings lassen sich aus konkreten Beispielen des Misserfolgs ziehen? Welche Fehler gilt es zu vermeiden? Strategie Advanced</p>
	Track 3	 <p>Track 3: OnPage SEO mit Prozessen und Strukturen effizient organisieren Stefan Keil get:traction GmbH Onpage-SEO: zum einen ein notwendiges Übel, zum anderen ein Hebel mit großem Wachstumspotenzial! Ich zeige, mit welchen Prozessen und Tools bei geringeren Aufwänden mehr Effizienz erreicht wird. Wann sollte mir meine IT Sorgen bereiten? Wo liegen Wachstumshebel? Ein Rundumblick zur verbesserten Alltagsorganisation. Einsteiger Strategie Tools</p>
16:35		Pause 15 Min.
16:50	Track 1	 <p>Track 1: Crawling & Indexing @ OTTO Patrick Christoph OTTO Insights zu den Crawlingverhalten von Google, zu Indexierungsstrategien & Maskierung von Links zur Linkjuice & Crawler-Steuerung. Best Practice & Herausforderungen bei einem Shop mit mehr als 300.000 Produktseiten. HandsOn E-Commerce Technical</p>
	Track 2	 <p>Track 2: Linkbuilding & Linkmanagement 2018 Christoph C. Cemper LinkResearchTools Deine Mails checkst du mehrmals am Tag und deine Buchhaltung machst du quartals- oder monatsweise. Und deine externen Links? Hast du dafür eine Routine? Christoph C. Cemper zeigt</p>

		wiederkehrende Link Audits, damit du auch in Zeiten des Real-Time Google Pinguins auf ein sauberes Linkprofil bauen kannst. Erfahre außerdem, wie du neue Links findest, bewertest und bekommst. Sogar Kauf-Links werden näher beleuchtet. Strategie Tools Einsteiger
	Track 3	Track 3: JavaScript SEO – Crawling, Indexierung und Auditing von JavaScript-Websites  Artur Kosch Kosch Klink Performance Websites, die komplett mit JavaScript realisiert werden, sind im SEO immer noch ein unerforschtes Gebiet. Laut Google kann der Googlebot Inhalte, die durch JavaScript ausgespielt werden, rendern und crawlen. Wieso diese Aussage gefährlich ist, und welche Fallstricke sich hinter JavaScript und SEO verstecken, werden in diesem Vortrag erläutert. Advanced Technical
17:25		Pause 10 Min.
17:35	Track 1	Track 1: TBC  to be confirmed
	Track 2	Track 2: Website Auditing mit Screaming Frog SEO Spider  Justin Keirath JK Digitale Medien GmbH & Co. KG Im Fokus steht die Identifikation von Optimierungspotenzialen bei Website Audits mit dem Screaming Frog. Der Schwerpunkt liegt hierbei auf den Funktionen "Custom Search" und "Custom Extraction" sowie der Google Analytics und Google Search Console API Anbindung. Der praxisnahe Vortrag wird eine Inspirationsquelle für eigene Website Audits. Tools HandsOn
	Track 3	Track 3: PWA und was Google sonst noch mit dem Web vorhat  Danny Linden OnPage.org Progressive Web Apps (PWA) sind nur eines der vielen Beispiele für die technische Revolution, die Google aktuell im Web vorantreibt. In diesem Vortrag werden die spannendsten technischen Entwicklungen der Gegenwart von Google gezeigt, sowie ein Blick in die Zukunft gewährt. Beispiele zeigen außerdem, wie man die neuen App-Technologien heute schon einsetzen kann. Advanced Technical
19:00		Networking Party

**Ticket
sichern**

und
Know-

How
pur
genießen!

✓ Ticket kaufen

© 2010-2017 Next Experts GmbH und get on top gmbh | tickets@nextexperts.at | [+43 6235 21 444 12](tel:+4362352144412)