Recap Omcap 2012 in Berlin

Wie schon im vergangenen Jahr hatte ich die Möglichkeit an der Omcap Konferenz in Berlin teilzunehmen. Auch dieses Jahr war es eine sehr gelungene Veranstaltung mit vielen interessanten Vorträgen und guten Gesprächen in den Pausen und im Anschluss. Man hatte die Qual der Wahl zwischen 4 zeitgleich verlaufenden Vorträgen, hier möchte ich über die von mir besuchten berichten.

Lesen Sie hier weiter Die omcap begann mit einem unkomplizierten Check-In kompetent durchgeführt von einem sympathischen Orga Team vor Ort im Kosmos in Berlin – tolle Location übrigens!

Nach der Begrüßung durch den Organisator Andre Alpar begann Sebastian Schreiber mit seiner Keynote, die spannend und unterhaltsam war. Das Thema war „Live Hacking" – so hat Herr Schreiber ein Ipad Passwort geknackt und ein Smartphone als Wanze missbraucht.

Dann begann der eigentliche Konferenzteil fast pünktlich mit einem der Höhepunkte des Programms. Florian Heinemann sprach über „Online Marketing Controlling: Die richtigen KPI". Man bekam einen tollen Einblick in die professionelle Arbeit von Project A Ventures und auch Zalando wurde oft als Beispiel herangezogen. Es wurden die verschiedenen Phasen einer Unternehmensentwicklung besprochen mit dem Fokus darauf, dass es einem Unternehmen gelingen muss datengetrieben zu arbeiten um in einem kompetitiven Umfeld zu bestehen. Er nannte auch den ein oder anderen Wert zur Orientierung, so sollte eine Bounce Rate im Ecommerce niemals über 30% betragen, außer bei Stefan von antikoerper-online.de – der darf das

Leider lief parallel der Vortrag von Maik Metzen und Frank Hohenleitner über nachhaltige Linkbuilding Strategien, den ich leider verpasst habe. Zu dem Thema gibt es aber hier im Blog hoffentlich bald etwas zu lesen.

In der zweiten Session gab es dann einen international bekannten Gast, Maile Ohye von Google mit Ihrem Vortrag „Your Online Strategy and Google Webmaster Tools" – Maile referierte sehr charmant und unterhaltsam und stellte einen Ansatz vor, wie man Hand in Hand mit den Google Webmaster Tools eine Online Strategie entwickeln könnte. Der Vortrag richtete sich eher an Einsteiger in der Materie, hier möchte ich das kostenlose E-Book von Stephan Czysch zu den Webmaster Tools empfehlen, mehr dazu hier:

Bei Session 3 ging es um das Thema „Customer Journey" – sicherlich momentan in aller Munde. Dr. Mirko Caspar von misterspex.de hat sich hier etwas in die Karten gucken lassen und einen schönen praxisbezogenen Vortrag mit anschließender Diskussion gehalten. Er hat aufgezeigt, wie wichtig es sein kann, nicht nur den „Last Touch" zu beachten, sondern jeden Kontakt mit einem Werbemittel zu bewerten. Hier hat er anhand der 40-20-20-40 Regel ein Beispiel gezeigt. Kurz gefasst werden der Erstkontakt mit einem Werbemittel und der Last Touch jeweils mit dem Wert 40 gewichtet, dazwischenliegende Werbekontakte mit 20. Am Beispiel einer Adwords Kampagne und Affiliate Marketing hat Herr Caspar gezeigt, wie unterschiedlich die Werte im Vergleich zum reinen „Last Touch" sein können.

Zwischen Mittagspause und Kaffepause gab es zwei Sessions um großen Saal, die sich primär mit einem Blick in die Zukunft in die Vergangenheit beschäftigt haben. So wagte Nils Dörje ein Blick in die Zukunft im Bereich Search & Social, Im All Star Panel befragte Jens Fauldraht eine Expertenrunde zu den Ereignissen des laufenden Jahres. Hier wurde vor allem über den ständig steigenden Wert von „not provided" Keywords in der Webanalyse gesprochen.

Spannend wurde es auch in den letzten beiden Sessions – Markus Tober von searchmetrics präsentierte die SEO Ranking Faktoren 2013. Laut seinen Korrelationsberechnungen nimmt der Einfluss von Social Signals deutlich zu, vor allem +1 sieht Markus als starken Rankingfaktor an. Die Branche ist sich in diesem Punkt nach wie vor sehr uneinig.

Im zweiten Teil der Session übernahm Karl Kratz das Wort und zeigte auf sehr unterhaltsame Weise seinen Ansatz von SEO abseits vom Linkaufbau. Hierbei ging es primär um die Struktur des Contents und optimierte Texte…mehr dazu lesen Sie hier:
http://www.karlkratz.de/onlinemarketing-blog/seo-keyword-density/

Herzlichen Glückwunsch auch an Karl zur Auszeichnung als „Best Speaker“.

Last but not least durfte Jens Fauldraht von t-online.de nach seiner Moderation im Allstar Panel auch als Speaker ran. Kurz und knapp machte Jens hier klar, dass es unerlässlich ist von Anfang an operatives SEO möglich zu machen und lieber in sein CMS zu investieren, als immer wieder Aufwände zu erzwingen durch Change Request an die IT Abteilung. Das A und O ist es, dass jede Seite individuell anpassbar ist, angefangen beim Titel und der Description bis hin zum meta robots und canonical tag. Man sollte zwar auch mit Mustern arbeiten, beispielsweise für die Titles der Tag- oder Kategorieseiten, aber auch diese müssen wenn nötig anpassbar sein.

Im zweiten Teil der Session hatte Tobias Schwarz von strucr das Wort. Er zeigte sehr anschaulich welche Optimierungsmöglichkeiten sein Tool offenlegt. Am Beispiel von Defshop.de konnte er zeigen, welche Probleme Filtermöglichkeiten im Ecommerce mit sich bringen. Dabei ging es ihm primär darum, dass man dem Googlebot nicht zu viele Seiten zum crawlen vorsetzen sollte, sondern diese auf die wichtigen Seiten beschränken sollte! Hier helfen dann auch keine canonicals mehr oder noindex, follow auf Filterseiten, wenn Google dennoch crawlt bis zum sprichwörtlichen „Geht nicht mehr“. Ein Thema mit dem man sich als Shopbetreiber definitiv auseinandersetzen sollte.

Zum Abschluss gab es dann noch die Möglichkeit bei einem leckeren Getränk ein paar Kontakte zu knüpfen und sich auszutauschen, diesen Teil einer Konferenz sollte man nicht unterschätzen…beim Bierchen wird vielleicht noch das ein oder andere Geheimnis ausgeplaudert und so manche Kooperation vereinbart.

Noch zu erwähnen bleibt natürlich die noblego.de Zigarrenlounge – Danke an Felix für die spannende Einführung in das Thema.

Als Fazit bleibt mir nur zu sagen, dass das Gesamtpaket omcap auch dieses Jahr wieder zu überzeugen wusste.

Weitere Recaps zur Omcap

http://www.ranking-check.de/blog/omcap-2012/
http://gefruckelt.de/seo/live-recap-omcap-2012/
http://www.fairrank.de/de/blog/beitrag/RECAP–OMCAP-SES-2012.php
http://www.suchmaschinenoptimierung.com/omcap-ses-berlin-2012-recap/
http://berlintourist.wordpress.com/2012/10/12/omcap-2012-die-einen-lernen-die-anderen-feiern/
http://www.internetkapitaene.de/2012/10/12/omcap-ses-2012-berlin-ruckblick-tipps-sem-sea/
http://www.karlkratz.de/onlinemarketing-blog/omcap-recap/