

Lesetipp - Online-Marketing mit Google

✖ Der Untertitel des kürzlich erschienen Buches von Guido Pelzer und Mirko Düssel lautet „Mit SEO und SEA werden Sie gefunden“. In dem Buch geht es dann konsequenterweise nach einem kurzen Crashkurs zu den Grundlagen des Marketing auch primär um die Themen SEO und SEA. Es wird also kein Rundumschlag Online Marketing versucht, was erfreulich ist.

Lesen Sie mehr zum Inhalt des Buches

Vorab, das Buch hat ein angenehm portables Format und eine angenehme Schriftgröße. Prinzipiell finde ich den Ansatz eines Marketing Crashkurses sehr gut, denn Marketing lässt sich nicht in Offline und Online trennen. Es ist manchmal wichtig an den Wurzeln anzupacken, ob der Crashkurs allerdings so viele Leser findet ist fraglich, manch einer mag direkt im Kapitel über Suchmaschinenmarketing einsteigen.

Dort wird das ganze Thema von der Pike auf behandelt und mit vielen Beispielen verständlich gemacht. Das Herzstück des zweiten Kapitels ist die Keyword Recherche zu der es 10 sinnvolle Tipps zu lesen gibt. Für Einsteiger ein hilfreicher Abschnitt!

Auch ein paar eher technische Themen wie **canonicals oder duplicate content** werden in Kapitel zwei kurz umrissen, genau wie die Themen **SEO Tools** und **Online Marketing Ziele**. Da es sich hier mehr oder weniger noch um ein Einleitungskapitel handelt, kriegt man hier wie zu erwarten war nur die Basics. Mal schauen was das Kapitel 3 an Insights bietet.

In Kapitel 3 geht es um **SEO**, also die Optimierung der organischen, unbezahlten Google Ergebnisse. Hier wird sinnvollerweise in On-Page und Off-Page Optimierung untergliedert. Im On-Page Bereich fallen früh Begriffe wie robots.txt und Keyword Stuffing. Es geht um Titles und Descriptions und es wird erklärt wozu diese dienen. Es gibt immer wieder kleine Exkurse und Zitate und zwischen den Zeilen findet man hilfreiche Tipps, die über die Basics hinausgehen. Prinzipiell stehen hier aber die Basics im Vordergrund, Fortgeschrittene nehmen hier höchstens etwas Inspiration mit aus den diversen Tipps.

Im **Off-Page** Unterkapitel sieht das ganz ähnlich aus. Nahezu alle Themen werden angeschnitten, von Artikelverzeichnissen, über die Probleme beim Linktausch und die Gefahren beim Linkkauf. Es gibt einige Tipps (auch hier wieder 10 an der Zahl), wie beispielsweise Gastartikel zu verfassen oder Sponsoring von karitativen Aktionen. Alles in Allem ist das Thema ausführlich beschrieben mit dem Fazit, dass Off-Page Optimierung Kreativität benötigt und es keine konkrete Anleitung gibt. Qualität kommt vor Quantität und schlechte Links können auch mal schaden. Für kreative Ansätze gibt es aber in der Blogosphäre einige Artikel, die etwas mehr Inspiration vermitteln – als Rundumschlag zur Einführung ist das Thema aber gut geeignet!

Im zweiten Herzstück des Buches, dem Kapitel über **SEA**, geht es auch wieder mit den absoluten Basics von Google Adwords los. Es gibt ein Glossar und eine ausführliche Anleitung zu allen Kampagneneinstellungen inklusive der obligatorischen 10 Tipps. Der Qualitätsfaktor wird ausführlich beschrieben, genau wie die verschiedenen Keyword Optionen und jeweils mit Beispielen veranschaulicht. Vor allem im Bereich der Anzeigenerstellung gibt es wieder einige inspirierende Tipps. Das Kapitel über Display Anzeigen bleibt jedoch bei den Basics, was vielen auch reichen dürfte.

In den letzten Kapiteln wird dann doch noch der Rundumschlag perfekt gemacht, es geht um Lokales Marketing mit Google und die Kontrolle der Marketing Aktivitäten mit Google Analytics. Sogar ein kurzes Kapitel über Landingpage Optimierung kommt noch vor dem Fazit und dem Ausblick.

Fazit zum Buch „Online Marketing mit Google“

Wenn man sich den Buchtitel anschaut, dann trifft das Buch recht gut die Erwartungen des Lesers. Es gibt einen guten Überblick über Online Marketing mit Google und streift dabei nahezu alles Erdenkbare. Im Untertitel allerdings wird speziell SEO und SEA erwähnt, weshalb ich dann doch einen stärkeren Fokus auf diesen beiden Aspekten erwartet hätte. Diese Themen sind auch mit Abstand am ausführlichsten beschrieben, andere Marketingaspekte werden nur sehr kurz erläutert. Das Buch eignet sich daher sehr gut, um sich einen ersten, umfassenden Eindruck zu dem Thema zu verschaffen. Nach der Lektüre hat man viele Schlagworte schon mal gehört und kann diese einordnen. Der Leser wird fähig sein, erste SEO- und SEA Kampagnen umzusetzen und wenn er die zahlreichen Tipps verfolgt werden sich gute Erfolge erzielen lassen. Beim etwas fortgeschrittenen

Leser stößt das Buch zwar bald an seine Grenzen, zu viele Basics machen es schwer, die wirklich guten Tipps zu finden. Aber genau so werden die Autoren auch Ihre Zielgruppe gewählt haben. Das Buch richtet sich an Einsteiger und etwas fortgeschrittene Personen. Der Stoff ist sehr ausführlich und doch kompakt aufbereitet, eine Herausforderung die hier gemeistert wurde.
Das Buch gibt es beispielsweise bei [thalia.de](https://www.thalia.de)