

- SEO → Search Engine Optimizing (Suchmaschinenoptimierung)
- SEO-Werbung → Bezahlte Einträge in Suchmaschinen
- SEO-Optimierung → Seiten Technik und Struktur optimieren

- Vorab Frage → Wie will ich gefunden werden

- <https://adwords.google.com> → Wie oft wird welcher Begriff gesucht (kostenlos)

- Google sucht in: → Titel-Tag, URL, Suchbegriff im Text, H1-Tag, Alt-Tag

- <http://www.seitwert.de/> → Webseite auf Fehler und SEO-Bewertung überprüfen

- Backlink → Verweise von anderen Seiten zur eigenen
(am besten von Seiten mit hohem Ranking)

- <http://validator.w3.org/> → Seite auf technische Fehler prüfen

- Barrierefrei → Navigation per TAB, Seite vorlesen lassen, Text Größe..
(setzt technisch korrekte Programmierung voraus)

- Duplicate Content → Begriffe nicht mehrfach im Text verwenden.

- <http://www.dmoz.de/> → DMOZ für Einträge bei Web.de u.a. Verzeichnissen
- Keyword-Tool → Analyse: Von wo sollen Nutzer in Zukunft kommen

- Seiten Statistik → Analyse: Von wo sind die Nutzer bis jetzt gekommen
- Spezifische Suche → z.b. AudiA4 4Jahre 50000Km (Kurz vor Kaufentscheidung)
- Unspezifische Suche → z.b. Auto (Nutzer der sich noch informiert)

- Devise der SEO-Optim. → Abholen – Begeistern – Aktion

- Facebook „Gefällt mir“ → Wir an alle Freunde verteilt

- Endkunden → Facebook (Zielgenaue Werbung)
- B2B → Xing.de, LinkedIn.com (wir langsam zum Standard)
- Social Media → Kunden möchten Emotional abgeholt werden

- wuala.com → Cloud speicher
- alexa.com → Referenzdienst für Webseiten