



WEITERBILDUNG

SEARCH ENGINE ADVERTISING

mit **DISTART** 



SEARCH ENGINE ADVERTISING

INHALT DER WEITERBILDUNG

Search Engine Advertising (kurz SEA) ist eine effektive Methode, um gezielt Nutzer:innen anzusprechen und durch bezahlte Anzeigen in Suchmaschinen **mehr Sichtbarkeit** zu erzielen. Durch **strategische Anzeigenschaltung** können Unternehmen ihre Reichweite und Conversions signifikant steigern. Dieses Modul richtet sich an Teilnehmer:innen, die sich mit der gezielten Platzierung und Optimierung von SEA-Kampagnen vertraut machen möchten. Dabei werden folgende **Kernkompetenzen** vermittelt:

- ▼ **Kampagnenentwicklung und -steuerung:** Gezielte Steuerung von SEA-Kampagnen zur optimalen Performance und Effizienzsteigerung.
- ▼ **Anzeigenformate und Anzeigengestaltung:** Erstellung ansprechender Anzeigen mit optimaler Text- und Bildgestaltung.
- ▼ **Keyword-Analyse und Targeting:** Präzise Ausrichtung der Anzeigen durch Keyword-Recherche, Suchintention-Analyse und strategisches Targeting.
- ▼ **Tracking und Erfolgsmessung:** Analyse und Optimierung von SEA-Kampagnen durch Tracking relevanter KPIs, um die Performance stetig zu verbessern.

Das Modul umfasst **praxisorientierte Übungen**, Lektionsprüfungen sowie **Live-Q&A-Sessions**, um offene Fragen zu klären und erlernte Inhalte gezielt zu vertiefen. Teilnehmer:innen werden so optimal darauf vorbereitet, um **Suchmaschinenwerbung (SEA)** erfolgreich in der Praxis umzusetzen.

DIE WICHTIGSTEN FAKTEN VORAB

 **Maßnahmennummer:** 075 / 367 / 25



Zeitlicher Aufwand

430 UE / 322.5 Zeitstunden
über eine Dauer von:
Teilzeit – 18 Wochen
Vollzeit – 9 Wochen



Abschluss

Anerkanntes **Arbeitsmarktzertifikat:** „Digitales Marketing, Management und KI: Search Engine Advertising“ der Distart Education GmbH



Kosten

Dieses Modul kann bis zu **100 % gefördert** werden (z. B. über den Bildungsgutschein oder das Qualifizierungschancengesetz).

KUR SINHALTE

SEARCH ENGINE ADVERTISING

EINFÜHRUNG & GRUNDLAGEN

Hier werden die **Grundlagen von SEA** vermittelt. Teilnehmer:innen erhalten **Einblicke in Suchmaschinenwerbung**, die Funktionsweise von Gebotsstrategien und relevante Plattformen, um **gezielt Traffic und Conversions zu steigern**.

KEYWORD-STRATEGIEN

Teilnehmende **lernen**, Suchanfragen gezielt zu analysieren und Keywords **strategisch einzusetzen**. Neben der Auswahl passender Suchbegriffe werden verschiedene Negativ-Keywords und Retargeting-Techniken behandelt.

ANZEIGENGESTALTUNG

Es werden **ansprechende SEA-Anzeigen** entwickelt, um die Klickrate zu steigern. Teilnehmer:innen lernen, Anzeigentexte zu optimieren, Erweiterungen gezielt einzusetzen und Landingpages für eine **höhere Conversion-Rate** zu optimieren.

BUDGETIERUNG & OPTIMIERUNG

Effizientes Budgetmanagement ist für den Kampagnenerfolg entscheidend. Teilnehmer:innen lernen, **Gebotsstrategien** zu steuern, A/B-Tests durchzuführen und Kampagnen zu optimieren, um **Kosten zu minimieren** und **Conversions zu maximieren**.

CONVERSION-TRACKING

Daten sind entscheidend für den **Erfolg**. Tracking-Tools wie Google Tag Manager erfassen wichtige KPIs. Teilnehmer:innen erstellen Berichte und analysieren Performance-Daten zur **Kampagnenoptimierung**.

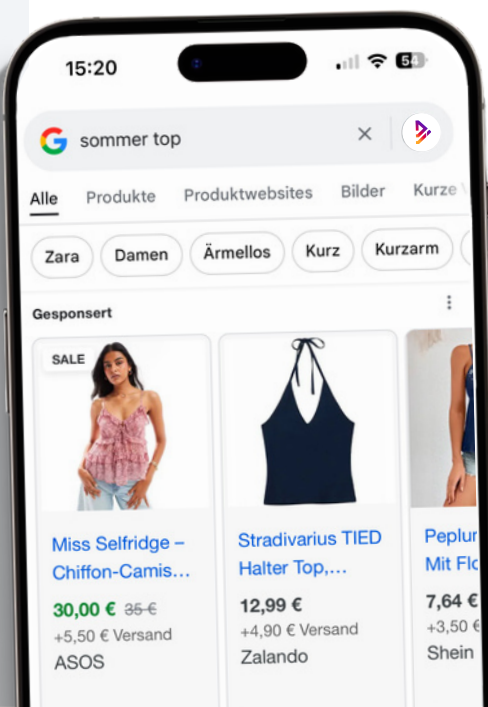
ABSCHLUSSPROJEKT

Teilnehmer:innen **erstellen** eigene **SEA-Kampagnen**, testen verschiedene Gebotsstrategien und optimieren Anzeigen basierend auf Performance-Daten für eine nachhaltige Steigerung der **Werbewirkung**.

PRÜFUNGSVORBEREITUNG & ABSCHLUSSPRÜFUNG

Wiederholung zentraler Inhalte zur Vorbereitung auf die **Abschlussprüfung** und den Erhalt des **Zertifikats** für einen **qualifizierten Abschluss**.

SEARCH ENGINE ADVERTISING IN DER PRAXIS



Ein **Online-Shop** für nachhaltige Mode möchte seine Markenbekanntheit steigern und gezielt kaufbereite Kund:innen ansprechen. Durch eine **datengetriebene SEA-Strategie mit Google Ads**, Remarketing-Kampagnen erreichte das Unternehmen:

- **30 % höhere Conversion-Rate** durch passgenaue Keyword-Strategien und Anzeigengestaltung.
- **Effizientere Budgetnutzung**, indem unpassende Klicks durch negatives Keyword-Targeting reduziert wurden.
- **Mehr qualifizierte Leads**, indem Google Shopping und dynamische Suchanzeigen (DSA) gezielt integriert wurden.

SEA zeigt, wie **strategisch geplante** SEA-Kampagnen gezielt Nutzer:innen ansprechen, die **Kaufwahrscheinlichkeit erhöhen** und **langfristig zur Umsatzsteigerung** beitragen.