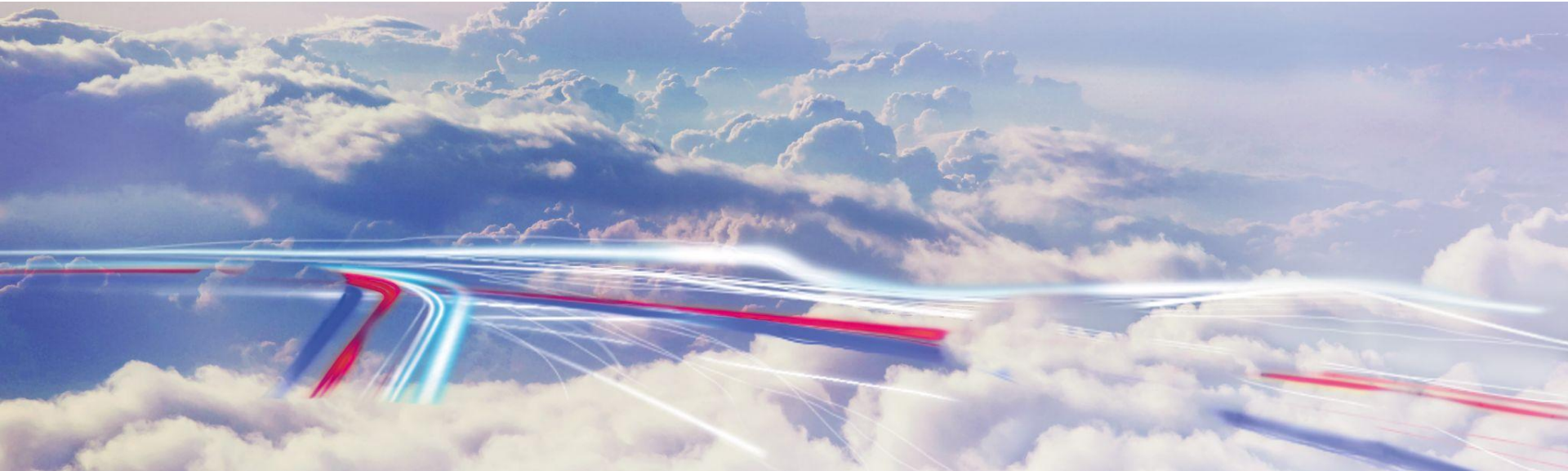




20 Tipps zu SEA, SEO, Social aus der Praxis

IHK Region Stuttgart # Gründertag | 11.07.2025 | Stephan Sigloch

Stephan Sigloch: Go Digital or Go Home

Studium Informationswirtschaft, Universität Karlsruhe (TH) (BWL, Information, Recht)
Online Marketing Manager (depak), Google zertifizierter Trainer (Google Zukunftswerkstatt)
MBA, Business Strategy, Marketing, Innovation & Digital-Transformation, ThePower Business School
Harvard Business School ManageMentor, Autorisierter Berater: Go Digital, Ausbilder (Eignungsprüfung)

Fokus / Specials:

Strategie & Beratung, E-Commerce und Digital-Marketing Experte, SEO seit 1996

Zertifizierungen:

Google Ads Experte (Alle Prüfungen), Google Analytics Certified, Bing Ads Professional, HubSpot Certified
Affiliinet, Intelliaid Qualified, LRT Associate, econda Certified Webanalytics, RYTE Expert, BVDW SEO Fachkräftezertifikat

Erfahrungen:

Seit 2014: CEO, **KlickPiloten GmbH**, Digital-Marketing Beratung und Agentur (Standorte: Stuttgart, Hamburg, Berlin)
Seit 2002: Managing Partner und Gründer der **DigitalNativeAlliance** (www.digitalnativealliance.com)
Seit 2020: Dozent für Onlinemarketing, **Popakademie Baden-Württemberg**
2002-2014: Gründer (heute noch Gesellschafter), Geschäftsführer der **NETFORMIC GmbH**
2014-2019: Dozent für Onlinemarketing und Usability, **Hochschule Macromedia (Bachelor/Master)**
2012-2019: Aufsichtsrat der **Mußler Beauty Online AG** (www.dergepflegtemann.de)
2006: Gründer, Investor und Interimsmanager 2009-2013 der **brickfox GmbH**

Kunden / Marken Kompetenzen



Tel: 0711-998879-11

stephan.sigloch@klickpiloten.de

<https://g.co/kgs/kteFRc>



kreativ - automatisiert - datengetrieben

KlickPiloten
Digital-Marketing Experten

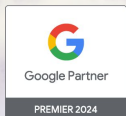
Digital-Marketing Experten **für relevante Reichweitensteigerung und bessere Performance** national & international

Zertifizierte **Online-Marketer** und **Berater**
ergänzt um Analysten, Designer und Techniker

Hauptstandort **Stuttgart**
Büros in **Hamburg** und **Berlin**

Inhabergeführtes Unternehmen
im Verbund mit über 150 Mitarbeitern
 Part of **DigitalNativeAlliance**

Kunden: B2B & B2C sowie Marken
z.B. Eberspächer, Olympus, Märklin,
VfB Stuttgart



Performance Marketing Insights aus über 500 Mio AdSpent

auf Google, Meta, TikTok, AWIN & LinkedIn



Awin
Certified Agency
2025



be mobile, where your target audience is

Livegang bei Kunde: 1te KI-basierten Social Anzeige 🙌

bereits Dez 2022

Zeppelin NT 
Gesponsert · 

Das Erlebnisgeschenk zu Weihnachten! 🎁
Verschenken Sie atemberaubende
Glücksmomente mit einem ... [Mehr anzeigen](#)

Verschenke einen
Gutschein für einen
Zeppelinflug zu Weihnachten



[Mehr erfahren](#) 

zeppelinflug.de/gutschein
Zeppelinflug schenken
Verschenken Sie eine...

[Jetzt bestellen](#)

   Mic... 15 Kommentare 12 Mal geteilt



Digital-Marketing

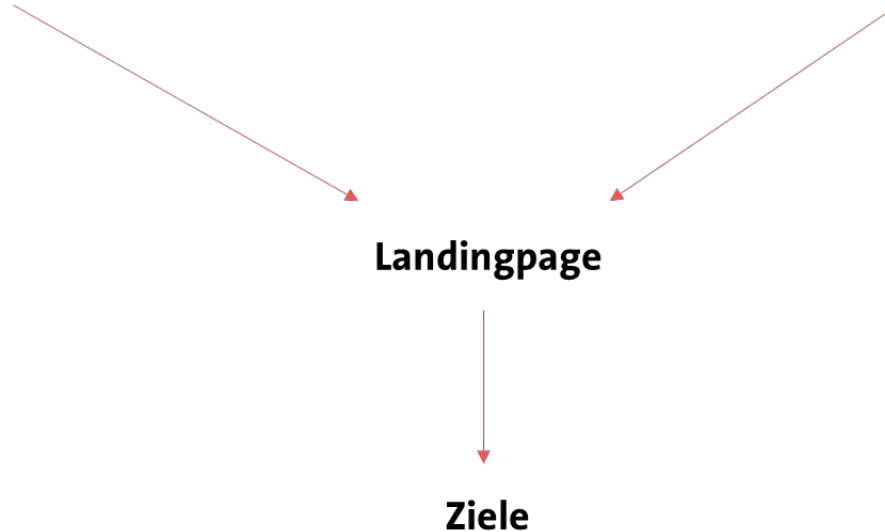
So einfach kann es sein. Fokussierung.

Nachfragemarkt

- **Keywords**

Awarenessmarkt

- **Zielgruppen / Personas**



Klare Ziele

haben zu wenige da draußen

Klare Ziele / Klare KPIs nicht nur im E-Commerce

Ereignisname +		↓ Conversions -----
		192,00
		100 % der Gesamtsumme
1	contactformsubmit-de	62,00
2	contactpageview-de	51,00
3	inbound_call	26,00
4	invitee_meeting_scheduled	24,00
5	jobapplicationbuttonclick	11,00
6	mailtoclick	10,00
7	contactpageview-en	8,00

Keywords als Schlüssel zum Erfolg

Phrasen und Semantische Optimierung

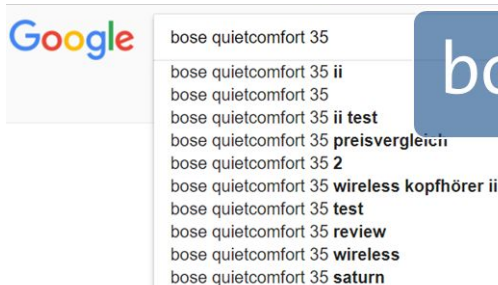
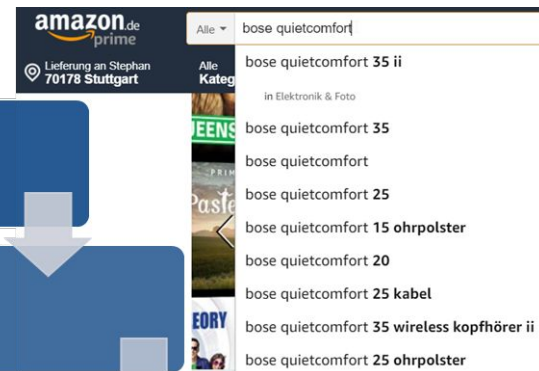
kopfhörer

noise reduction kopfhörer

bose noise cancelling kopfhörer

bose quietcomfort 35

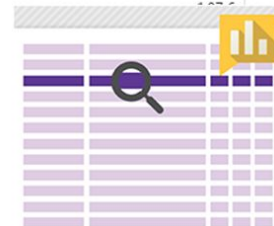
bose quietcomfort 35 ii silber



Keywordliste als Kern der Nachfrage

☐ Keyword (nach Relevanz) ↓	Durchschnittl. Suchanfragen pro Monat	Wettbewerb	Anteil an möglichen Anzeigenimpressionen	Gebot für obere Positionen (unterer Bereich)	Gebot für obere Positionen (oberer Bereich)
Von Ihnen eingegebene Begriffe					
☐ seo optimierung	6.600	Hoch	6 %	3,93 €	6,97 €
Keyword-Ideen					
☐ suchmaschinenoptimierung	14.800	Mittel	<1 %	2,85 €	6,89 €
☐ online marketing	27.100	Mittel	—	1,27 €	9,22 €
☐ seo check	6.600	Mittel	—	—	3,76 €
☐ seo agentur	6.600	Hoch	—	—	16,89 €
☐ seo analyse	1.300	Mittel	—	—	4,38 €
☐ onpage optimierung	880	Mittel	—	—	5,42 €
☐ optimierung für suchmaschinen	1.600	Gering	<1 %	4,20 €	10,72 €
☐ google optimierung	480	Mittel	—	2,56 €	4,97 €
☐ suchmaschinenoptimierung google	880	Gering	1 %	3,47 €	6,62 €
☐ google suchmaschinenoptimierung	1.600	Gering	1 %	3,15 €	7,08 €
☐ google suche optimieren	880	Gering	—	0,99 €	2,55 €
☐ google ranking verbessern	1.000	Mittel	—	1,96 €	4,90 €
☐ webseiten optimierung seo	590	Gering	—	3,78 €	7,25 €

Google
Keyword Planner



Suggest bei Google mit _A _B _C durchgehen



drucksensoren|

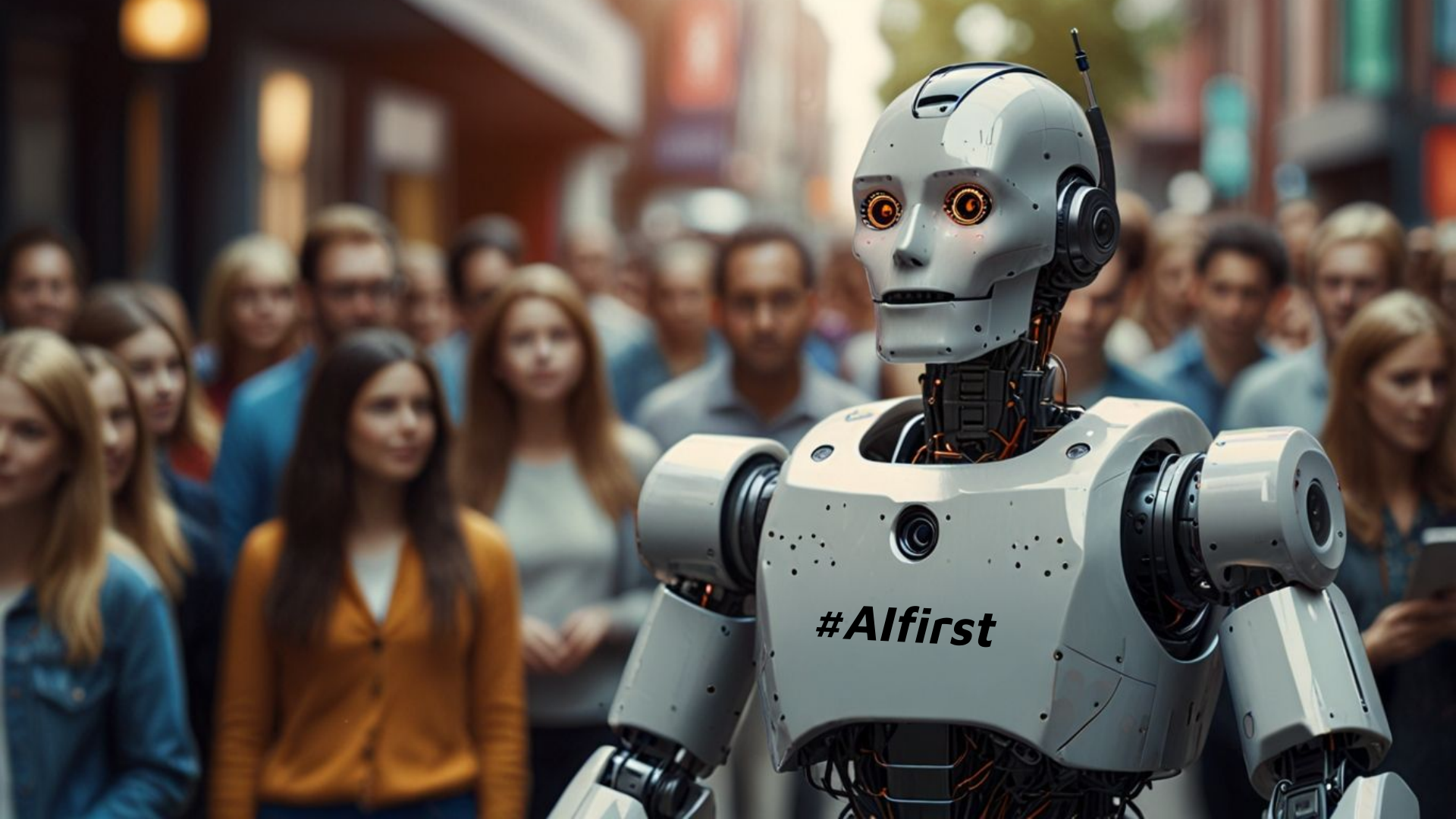
- drucksensoren **hersteller**
- drucksensoren
- drucksensoren **reifen**
- drucksensoren **funktionsweise**
- drucksensoren **kalibrieren**
- drucksensoren **ifm**
- drucksensoren **kaufen**
- drucksensoren **arduino**
- drucksensoren **wasser**
- drucksensoren **aufbau**

drucksensoren **arten**

drucksensoren **arten** - Google-Suche

- drucksensoren **arduino**
- drucksensoren **auto**
- drucksensoren **a**
- drucksensoren **aufbau**
- drucksensoren **anwendungsbereiche**
- drucksensoren **anlernen**
- drucksensoren **anwendung**
- drucksensoren **anwendungsbeispiele**
- drucksensoren **anbieter**

MK + KI = Erfolg ist meine Zauberformel
Menschliche Kreativität + Künstliche Intelligenz



#Alfirst

AI First Mindset

Bei jeder ToDo erstmal überlegen
ob KI es schneller oder/und besser kann

5 Dimensionen

KI im Marketing



Photoshooting mit KI

Herausforderung Konsistenz

Was geht und was noch schwierig ist

Photoshooting Prozess mit KI

Konsistente Charaktere

Midjourney Grundbild → RenderNet (versch. Posen) → Magnific
für Upscaling → Canva oder Photoshop für Finish

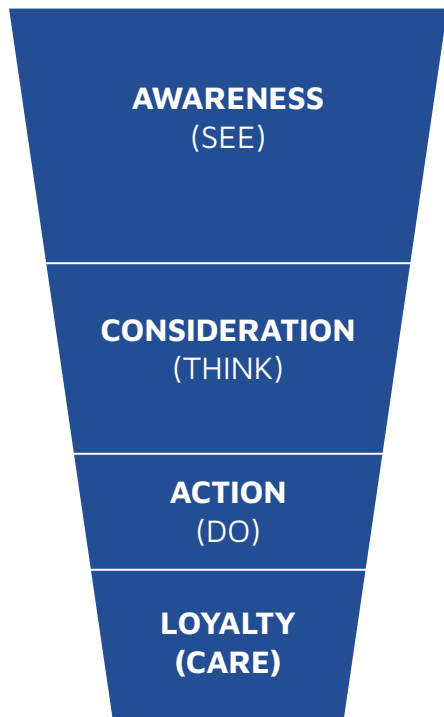


Das jüngere ich
unseres CEOs
#aigenerated

Digital-Marketing Performance von Pull zu Push

Digital Marketing Aktivierung

von PULL zu PUSH Marketing

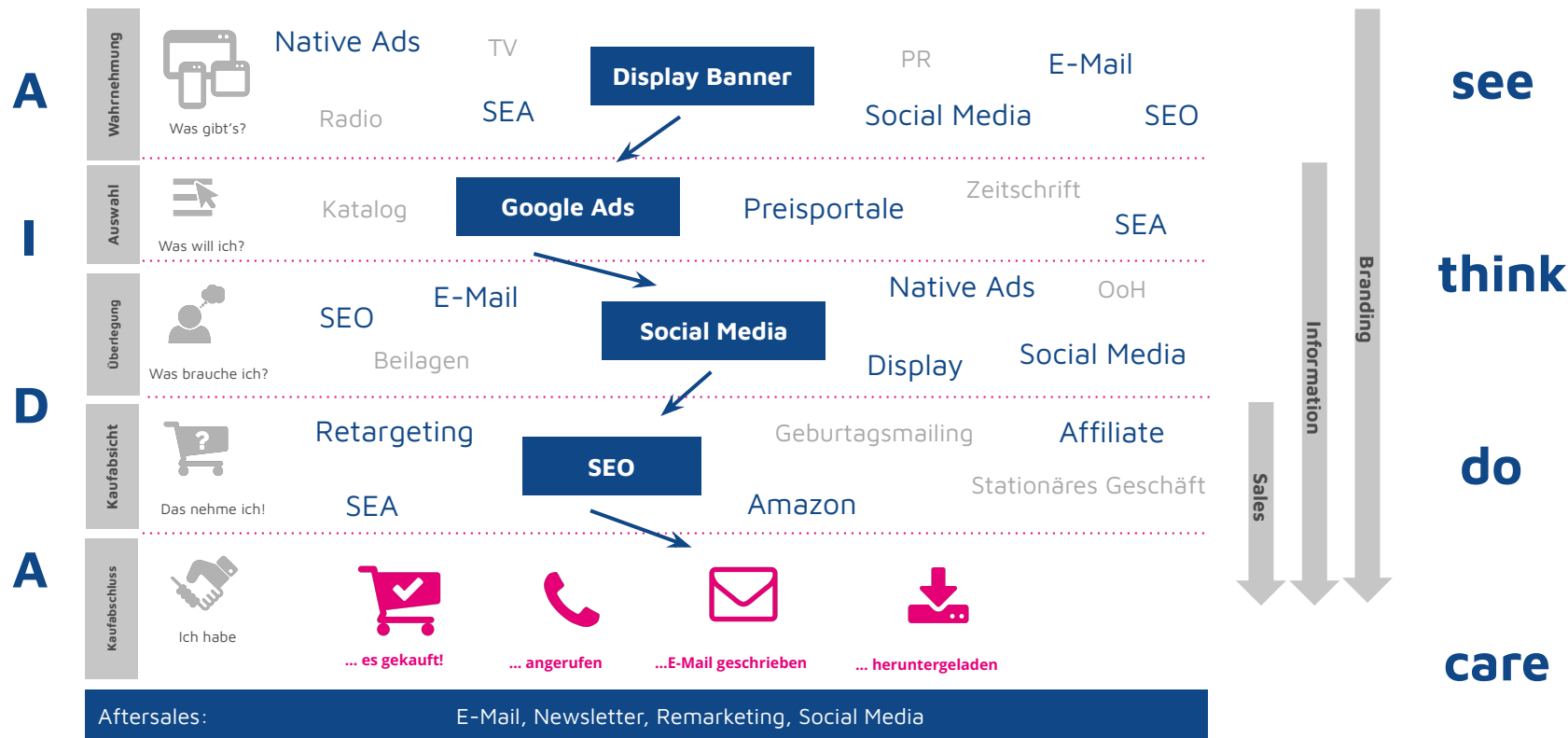


Mediaplanung Offline	Mediaplanung Online	Online-Kanäle	Online KPIs
Fernseher	Social Media Smart TV	Facebook, Instagram YouTube, TikTok Addressable TV	Impressions Views CTR Reichweite
Radio	Streaming Dienste	Spotify	Assisted Conversions
Out of Home	Display Social Media	Google Display Netzwerk DMP Plattformen LinkedIn, Facebook etc.	Impressions Views CTR Interactions
Print	Search Native Ads Social Media	Google SEO bing SEO Taboola, Outbrain Instagram, YouTube	Assisted Conversions Reichweite Impressions Klicks Conversions
PR	Online PR Affiliate Marketing Influencer Marketing	Netzwerke, eigenes Programm . Online-Magazine & Branchen-Newsletter	Assisted Conversions
Print / Flyer	SEM (SEO & SEA) Marktplätze Social Commerce	Google, bing inkl. Shopping, Amazon, Facebook & Instagram Shopping	Impressions Klicks CTR Conversions
Direkt Marketing (Print)	Retargeting	Google Ads, Social media DMP Plattformen	Target CPA / CPL
Direkt Marketing (Print)	Email Marketing	MailChimp, Klaviyo HubSpot (CRMs)	Openings Klicks (Assisted) Conversions



Immer im Blick: Die Customer Journey / Touchpoints

Ganzheitlicher Digital-Marketing Prozess (Beispiel)



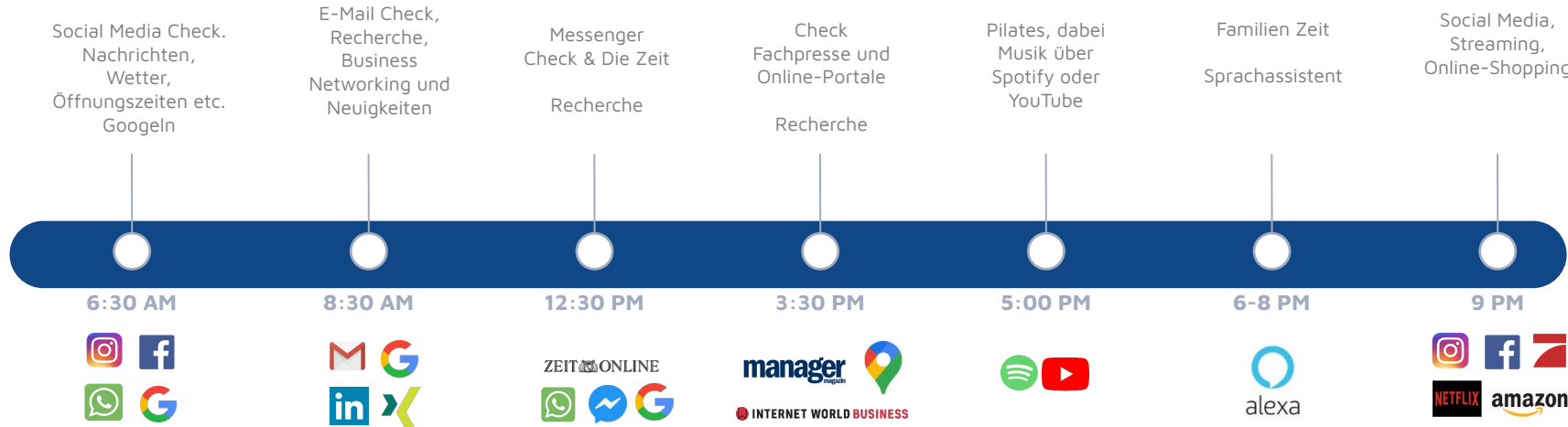
Attribution der Kanäle

Wie können Marketing Budgets geshiftet werden, um optimal auf das Kundenverhalten zugeschnitten zu sein?

Definition der Touchpoints der Zielgruppen



Personas:
Weiblich
29-39 Jahre alt



Kommt denn noch Traffic von Google

SEO ist tot, es lebe SEO

oder muss man nur noch AIO und GEO machen?

Google im SEO immer im Auge behalten

Für guten **Content**

Gegen schlechte **Backlinks**

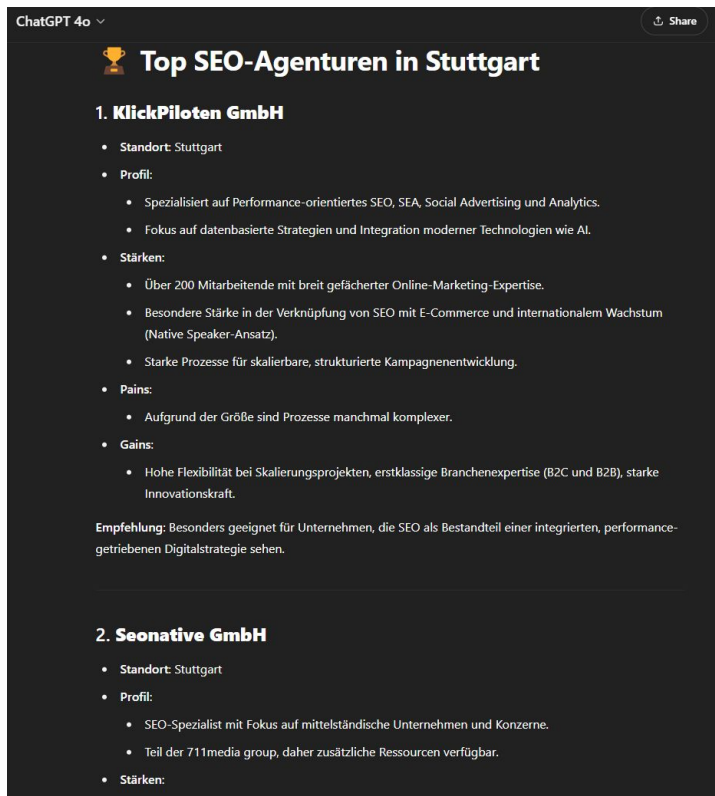
Für **semantische** Suche
(strukturierte Daten)



„Content is King“

Bill Gates, 1996





E-A-T Prinzip erweitern: Fokus auf **Experience**, **Expertise**, **Authoritativeness** und **Trustworthiness**, plus **Personalization**.

Semantische Tiefe: Nutzung von **Entity-Based SEO** (Themen statt Keywords) zur besseren Einordnung durch LLMs (Large Language Models).

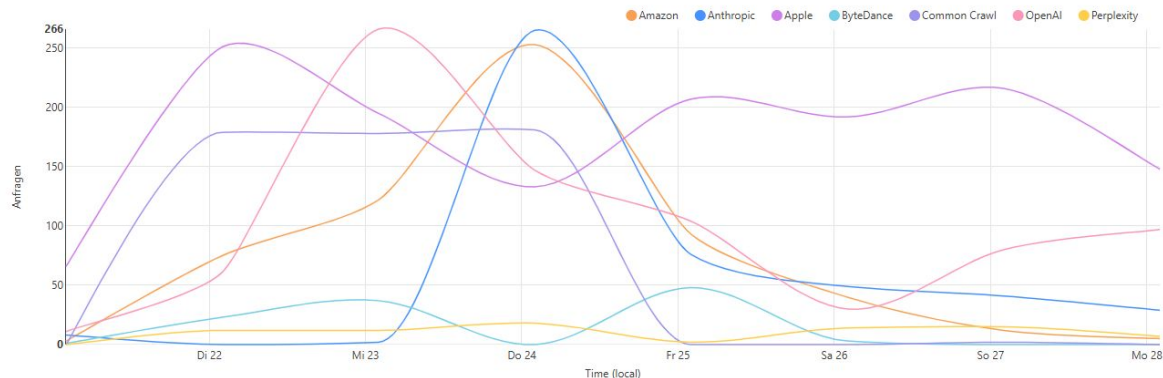
Strukturierte Inhalte:

- Rich Snippets, HowTo- und Schema-Markups umfassend nutzen.
- Content so gestalten, dass er maschinenlesbar UND nutzerzentriert ist.

Suchintention besser verstehen und bedienen:

- Content und UX stärker auf **Micro-Intents** und **Micro-Journeys** ausrichten (informational, navigational, transactional).

SEO 2025 - AI Optimierung und Traffic von AI



Zusammenfassung

Bot	Anbieter	Typ
Applebot	Apple	AI Crawler
OAI-SearchBot	OpenAI	AI Search
Amazonbot	Amazon	AI Search
GPTBot	OpenAI	AI Crawler
CCBot	Common Crawl	Archiver
ChatGPT-User	OpenAI	AI Assistant
ClaudeBot	Anthropic	AI Crawler
Bytespider	ByteDance	AI Crawler
PerplexityBot	Perplexity	AI Search

Bot	Anbieter	Typ	Anfragen
OAI-SearchBot	OpenAI	AI Search	773
GPTBot	OpenAI	AI Crawler	601
ChatGPT-User	OpenAI	AI Assistant	511
CCBot	Common Crawl	Archiver	540
ChatGPT-User	OpenAI	AI Assistant	511
ClaudeBot	Anthropic	AI Crawler	470
Bytespider	ByteDance	AI Crawler	112
PerplexityBot	Perplexity	AI Search	80

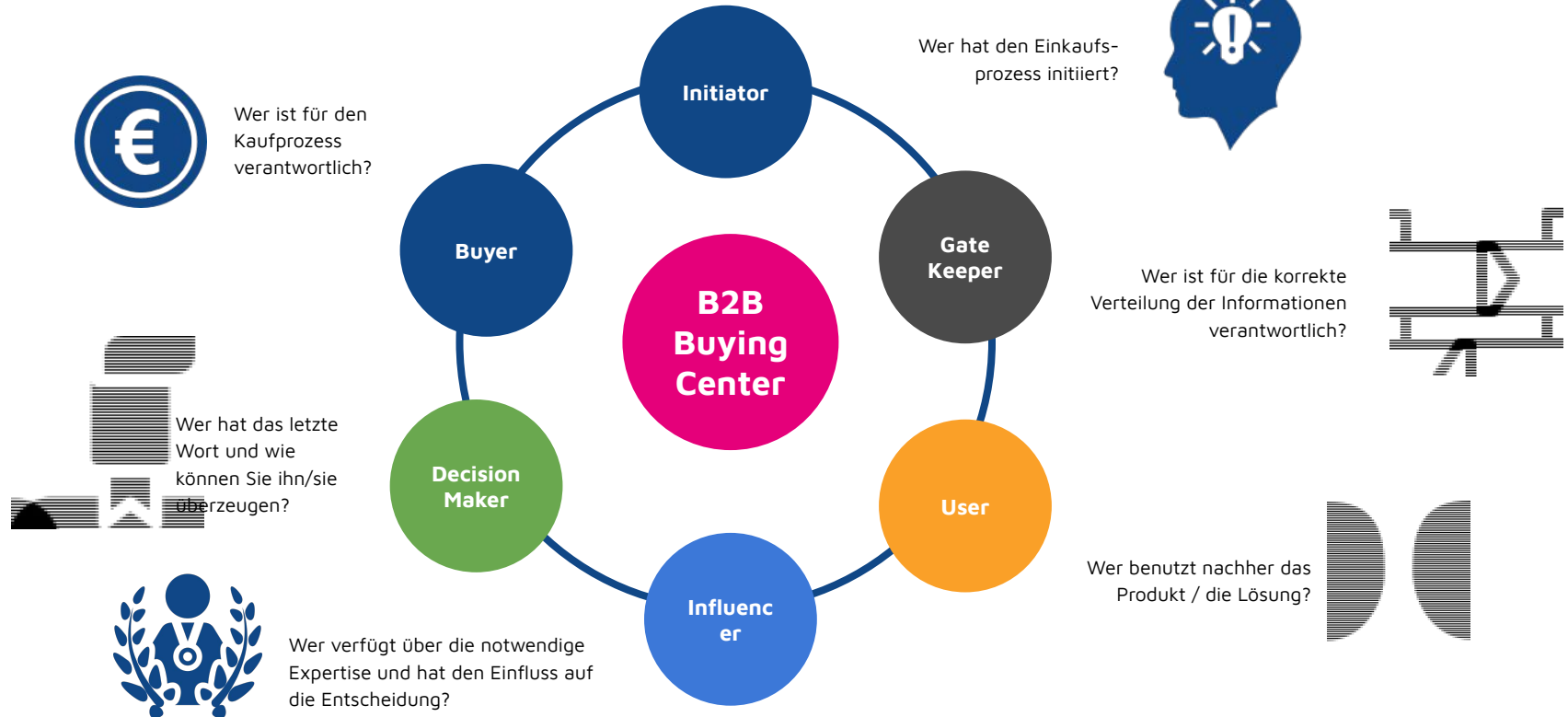
Daten von klickpiloten.de
Leider dürfen wir keine von
unseren Kunden hier zeigen.

B2B Online-Marketing

Inbound LeadGen next Level

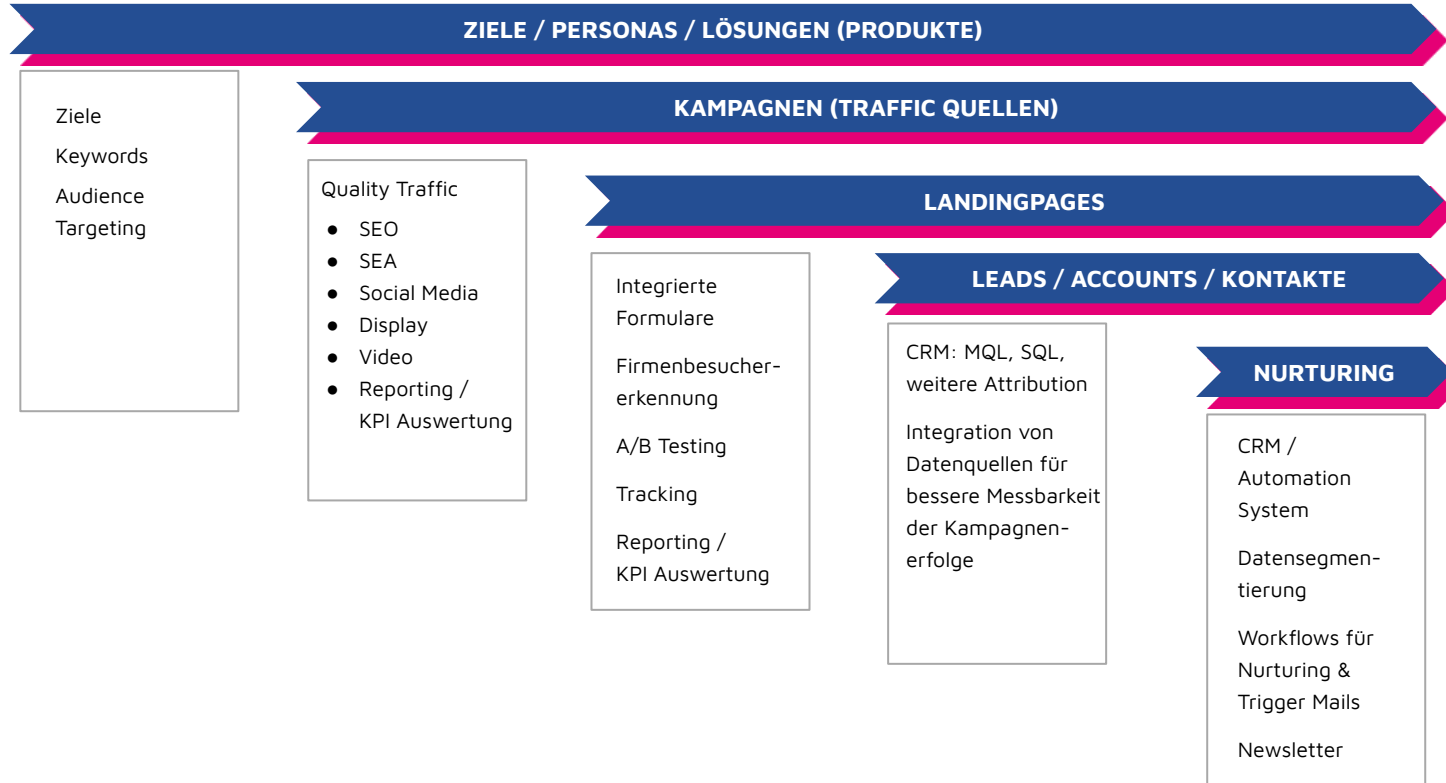
B2B: Was sind die Bedürfnisse Ihrer Zielgruppen?

Und was ist der Nutzen Ihrer Lösung?



B2B: Lead Infrastruktur Setup

Generelle Prozessphasen



Anrufe messbar machen mit Kampagnencontrolling

Beispiel: Telefontracking Auswertung in Google Analytics



Primäre Dimension: Ereignisaktion Ereignislabel Andere ▾

Zeilen darstellen		Sekundäre Dimension: Quelle/Medium ▾		Sortierungsart: Standard ▾				Erweitert		    	
Ereignisaktion ?		Quelle/Medium ?		Ereignisse gesamt ?		Eindeutige Ereignisse ?		Ereigniswert ?		Durchschn. Wert ?	
				13 % des Gesamtwerts: 10,66 % (122)		12 % des Gesamtwerts: 12,37 % (97)		2.333 % des Gesamtwerts: 100,00 % (2.333)		179,46 Website-Durchschnitt: 19,12 (838,46 %)	
1. success		google / organic		9(69,23 %)		8(66,67 %)		1.599(68,54 %)		177,67	
2. success		(direct) / (none)		2(15,38 %)		2(16,67 %)		296(12,69 %)		148,00	
3. success		google / cpc		2(15,38 %)		2(16,67 %)		438(18,77 %)		219,00	

Lücken Schließen: Firmenbesuche erkennen

Firmenbesucher erkennen, Kontakte identifizieren z.B. : LinkedIn

Vertrieb daraufhin optimieren und Ansprache automatisieren oder manuell

The screenshot displays the KlickPiloten software interface, which is used for managing company visits and contacts. The interface is divided into several sections:

- Left Sidebar:** Contains navigation options like 'Gestern', 'Diese Woche', 'Letzte Woche', 'November', '2024', '2023', 'Zeitlich unbegrenzt', 'Angepasst', 'Zeitraum auswählen', 'Segmente', 'Tags', and 'Kein Tag'.
- Search Bar:** Located at the top of the main content area, with the text 'Suchen ...' and a filter 'Gefiltert nach "Tags ist Potential"'. Below the search bar are tabs for 'To do', 'Google Ads', and 'Potential'.
- Main Content Area:** Displays a list of company visits. Each entry includes the company name, location, date, and a 'Potential' tag. Examples include:
 - Leuze electronic GmbH + Co. KG:** Owen (29km), Mo 14:03, 1 Seite, Google Ads, Potential.
 - Aktion Mensch e.V.:** Bonn (260km), So 15:28, 4 Seiten, Potential.
 - Universität Hamburg:** Hamburg (536km), Fr 11:01, 2 Seiten, Google Ads, Potential.
 - valantic CX Austria GmbH:** Salzburg (307km), 07-11-2024, 2 Seiten, Google Ads, Potential.
 - Stadtwerke Ludwigsburg - Ko...:** Ludwigsburg (14km), 07-11-2024, 3 Seiten, Google Ads, Academy, Potential.
- Activity Log (Aktivität):** Shows a timeline of visits. For example, on 11 November, 'Besucher #1' visited 'Direkt' at 14:03, spending 00m 05s on 1 page. On 19 September, 'Besucher #1' visited 'Google' at 11:09, spending 01m 15s on 3 pages.
- Contact List (Kontakte):** A pop-up window showing a list of contacts. It includes a search bar, filters for 'Land auswählen' and 'Abteilung auswählen', and a table of contacts with their names, titles, and social media links. Examples include:
 - Aaron Henry:** President Leuze electronic Inc. USA, Leadership.
 - Alessandro Frigerio:** President, Leadership.
 - Antonio Belletti:** Managing Director, Leadership.
 - Christian Asch:** Application Support and Service Director Americas, Leadership.

Onlineshops richtig vermarkten

Mehr Umsatz, besserer ROAS

ROAS = Return on Advertising Spent

B2C: Werbeformate für E-Commerce

Google Search Ad

Anzeige · <https://www.studibuch.de/> · 0711 99884999

Studibuch.de - Gebrauchte Fachbücher

Bei **Studibuch** kannst Du Deine gebrauchten Fachbücher kaufen und verkaufen. Faire Preise, einfache und schnelle Abwicklung, schont die Umwelt. Fachbücher. komfortabel. Studienbücher. fair. **Bücher** kaufen & verkaufen. Unibücher. nachhaltig. Fachliteratur.

Verkaufen

Verkaufe Deine gebrauchten
Fachbücher zu fairen Preisen

Über uns

Erfahre mehr über die Geschichte
und die Köpfe hinter Studibuch

Studibuch Magazin

Das Magazin mit Neuigkeiten und
Tipps rund um das Studentenleben

Nachhaltigkeit

Schonung der Ressourcen und Schutz
der Umwelt liegen uns am Herzen

Kostenloser Google Shopping Eintrag

Seitenumfang

32 S. ☐

64 S. ☐

96 S. ☐

128 S. ☐

160 S. ☐

256 S. ☐

Zustand

Neue Artikel ☐

Gebrauchte Artikel ☐

Mein Experimente-B...

Das erste Mitmach- und...

12,00 €

[topp-kreativ DE](#)

Kostenlose Lieferung

Google Shopping Ads

PREISNACHLASS

VfB Stuttgart -
VfB Heimtrikot...

47,99 €

Vorher: 60,61 €

VfB Stuttgart
+4,90 € Versand
Von Comlyn

[DIDYMOS](#)
[Babytragetuch](#)
[Zephyr Große 3. in](#)
[Rohweiß / Gelb /](#)
[Japanrot / Türkis...](#)

105,00 €

Versand gratis
didymos.de

Made by Papa

19,99 €

[topp-kreativ.de](#)

Kostenloser Vers...

Facebook Product Ad

TOPP & BusseSeewald vom frechverlag

Sponsored

Kreativbücher für alle Anlässe und Jahreszeiten. Jetzt entdecken und kreativ werden! (Bücher, E-Books & Bastelsets!)

KLOPPEN

Handbuch mit 400 Tricks und Kniffen

Ein Handbuch zum Klappen (Standardwerk) 400 S.

[Learn More](#)

Facebook Shop

TOPP & BusseSeewald vom frechverlag

@frechverlag · Publisher

[View Shop](#)

More ▾

[Like](#) [Message](#) [Search](#) [More](#)

Shop

Botanical Watercolor...
€39.90

Paletten Style
€19.99

VorFreude
€17.00

Vorlagenmapp e Fensterdek...
€14.99

Meta-Kampagnen entlang der Nutzerreise ⇒ Attention, Connection, Conversion

Wie man Creatives für
Engagement-Intentionen
statt Funnelstufen baut

Creatives am Beispiel Märklin Winterkampagne

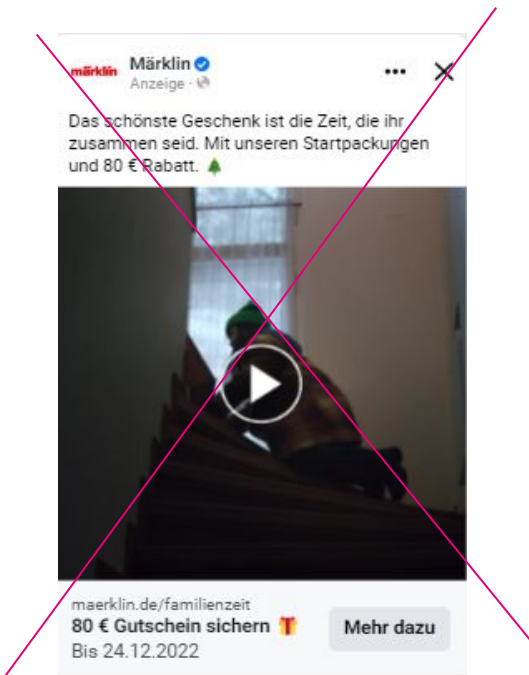
Meta, TikTok Creatives für Lead Gen Registrierung



Zielgruppe in UGC
Videos einbauen



50% more Leads mit
Rabatt Störer im Bild



Keine Performance durch
simple Video Cut Downs,
Extra Story notwendig



Winning Tik Tok Ad
aber nur dort ;-)

Cookieless Future

Opt-In Strategien zum Erfolg

Remarketing + Look Alike / Similar Audiences

Zielgruppen basierte Kampagnen

Direct Traffic



Search Traffic



Social Traffic



Display & Video Traffic



Native Ads Traffic

Kampagnen Landingpage(s)



User Tracking mit Cookie Consent

Audience Bildung (Remarketing + Lookalike)



Wichtig parallel: Customer Match Zielgruppen
Upload von Bestandskunden IDs nach Zustimmung
z.B. gehashte Email Adressen

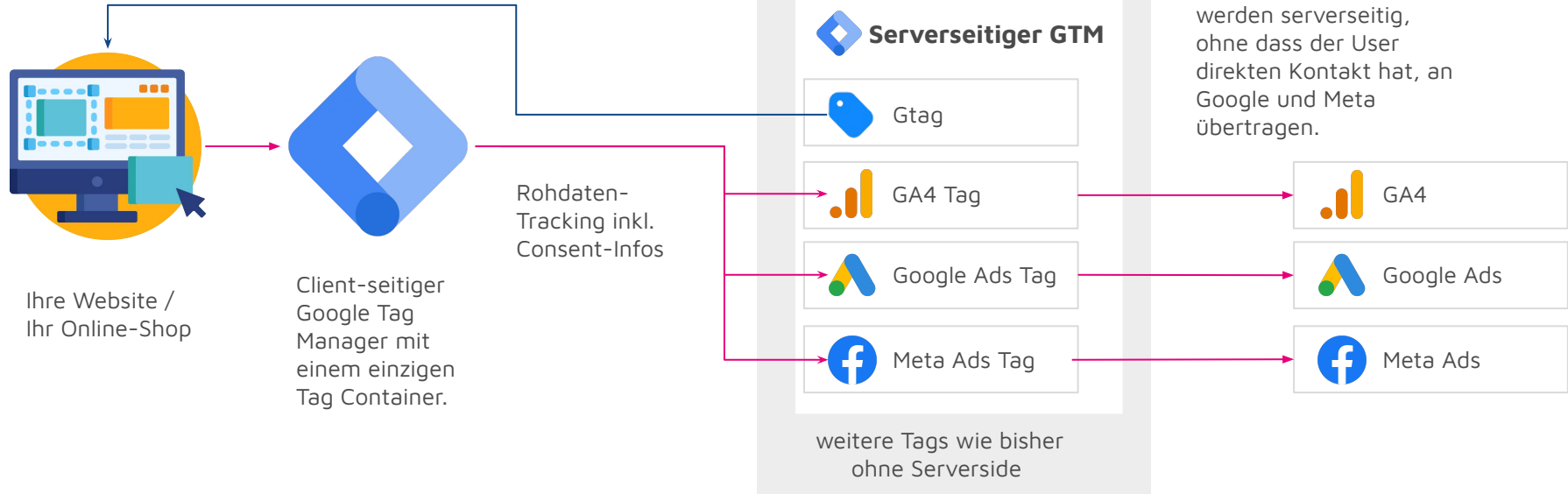
Der richtige AdTech Setup

Facebook CAPI & Serverside Tracking

Empfehlung: Serverside Tagging für mehr Kontrolle

Hoheit über die erhobenen Daten für noch bessere DSGVO-Konformität

Einsatz des serverseitigen Google Tag Manager am
Beispiel von Google Analytics und der Facebook
Conversion API



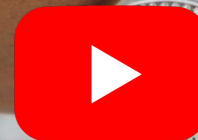
Social Media Reloaded

Creative Ads werden immer wichtiger

85,1 %

der deutschen
Bevölkerung nutzen
Social Media Kanäle

Quelle: Hootsuite / Meltwater "Digital 2023 GERMANY".



Wie viel Zeit verbringen User in Social Media?



10,5 Stunden
Monat



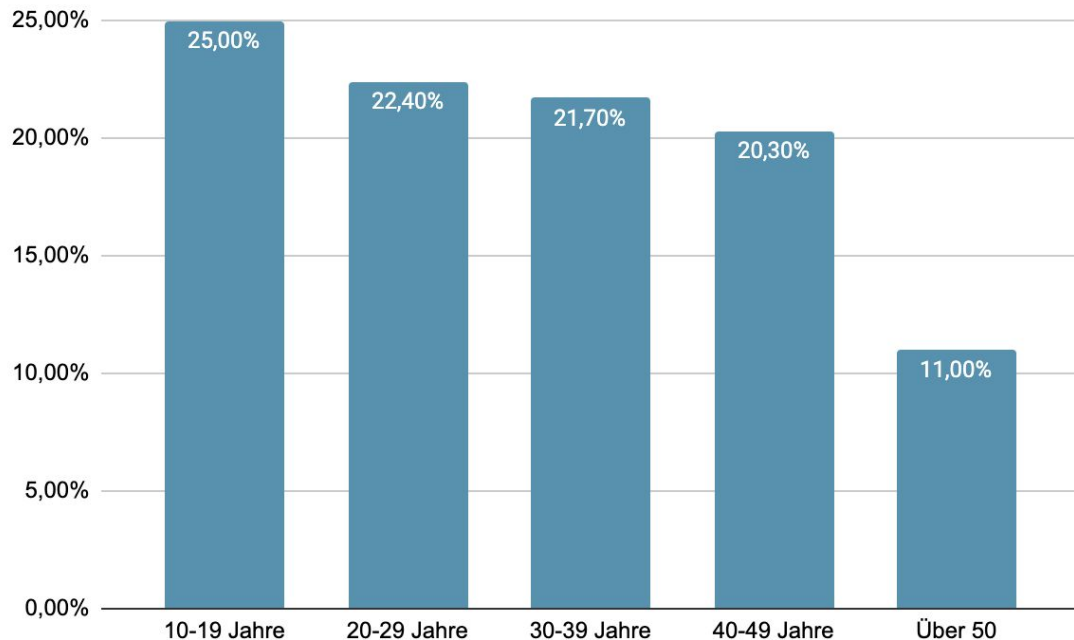
8,5 Stunden
Monat



23,75 Stunden
Monat

Social Media Kanalbespielung und Selektion

TikTok nicht nur für Junge



Immer mehr
Nutzer
distanzieren sich
weiter von
Facebook und
Instagram

**Vor allem die
GenZ**



Geeignete Inhalte finden

News

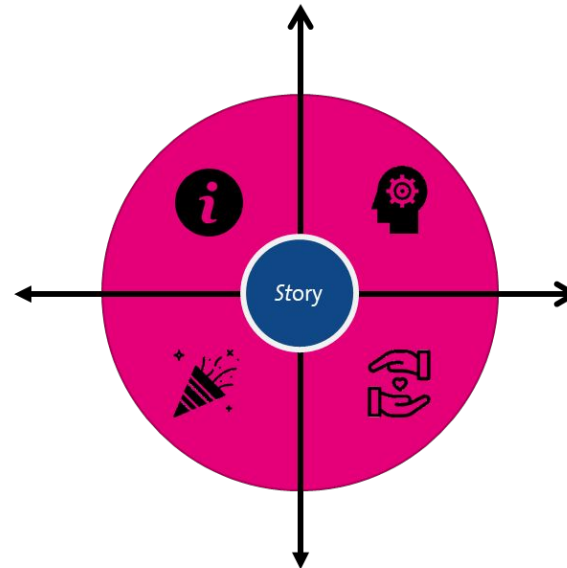
- Schnell konsumierbar
- Ereignisbezogen
- Ankündigung
Markteinführung
- Event-Aufbau

Oberflächlich

Unterhaltung

- Ausgefallen
- Aufmerksamkeitsstark
- Lustig / Humorvoll
- Kreativ

Sachlich



Emotional

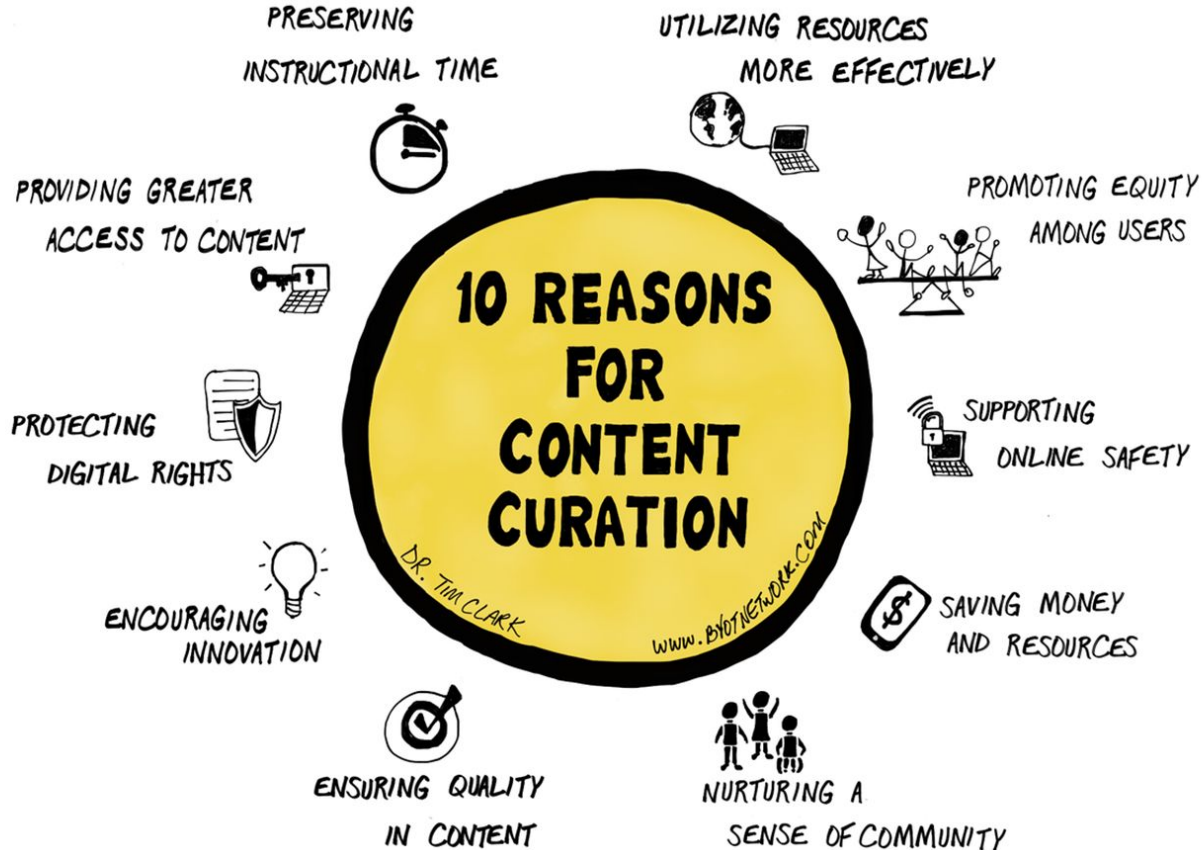
Wissen

- Entscheidungshilfe
- How-To-Content
- Ausführlich
- Kompetent

Tiefgründig

Beziehung

- Werte vermittelnd
- Sympatisch / authentisch
- Transparent
- Wahrhaftig
- Empathisch



Auf die Creatives kommt es an!

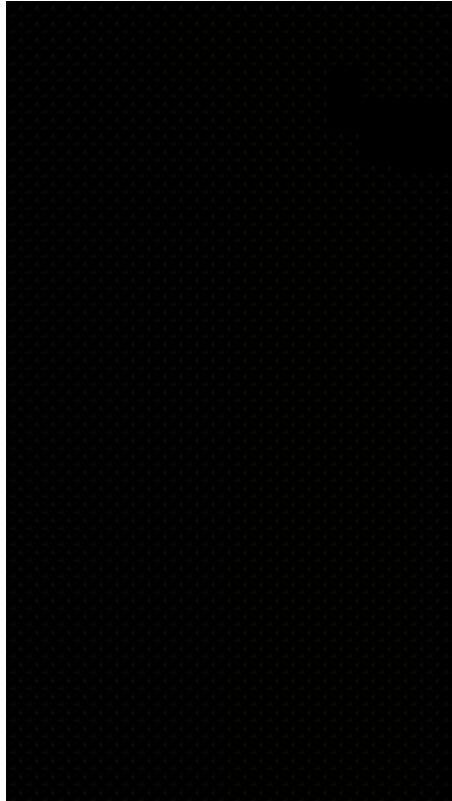
Moderne Social Ads



“Marketing is no longer about the stuff that you make but about the stories you tell.”

- Seth Godin

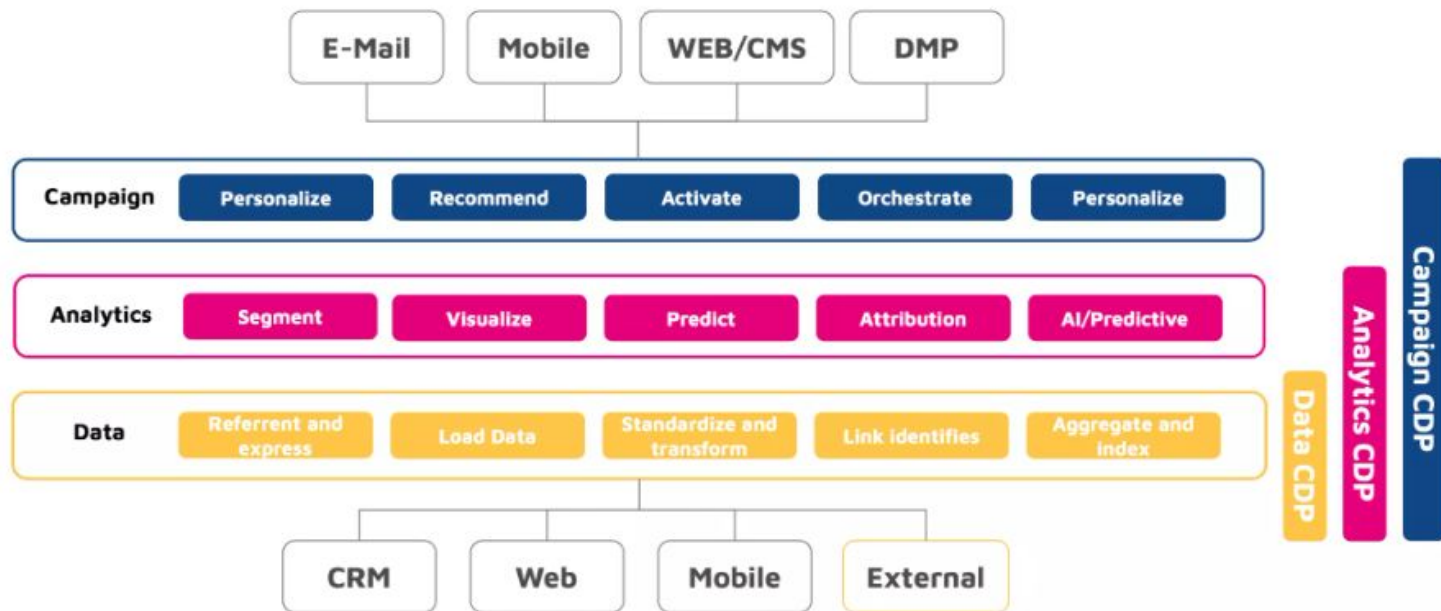
Hochkant produzieren z.B. für TikToks



Datensilos aufbrechen zusammenführen von Kundendaten

Customer Data Platform als Zentrales Steuerungstool

Segmentierung, Kampagnensteuerung, Personalisierung von Werbung



Performance auch im HR Recruiting



Standard

Bewerber-
managementsystem

Spezialisierte

Landingpages mit
Mobil optimierten
Bewerbungsprozess
in ohne Anschreiben,
ohne Lebenslauf
dafür mit 3-4
individuell
definierbaren Fragen
und einem pot.
Bewerberkontakt für
die Recruiter.

22) VR / AR und Metaverse beobachten und ggf. reagieren



Danke !



Reden schafft Fundamente
Machen schafft Zukunft !

stephan.sigloch@klickpiloten.de | 0711-998879-11

