**SEA oder SEO?**

Wann man SEA macht und wann SEO kann man pauschal nicht beantworten. In der Regel spielen beide Disziplinen eng verzahnt zusammen, da gerade das SEO von den Learnings im SEA partizipieren kann. Trotzdem ist es möglich Stärken bzw. Anwendungsgebiete zu differenzieren.

## Vorteile SEO

* „kostenlos“ (zumindest die Klicks auf Google)
* Skaliert nicht mit den Klicks
* Nachhaltige Effekte
* Mehr Vertrauen

## Vorteile SEA

* Kurzfristig ein Effekt
* Direkt auf Seite 1
* Bei starker SEO-Konkurrenz eine Möglichkeit sichtbar zu werden
* Kein technisches Know-How notwendig
* Offensiver verkaufsfördernde Landingpages (da keine SEO-Regeln beachtet werden müssen)
* Branding-Effekt auch ohne Klick

# Arten von Suchanfragen

Grob kann man drei Arten von Suchanfragen unterscheiden.

1. **Navigationsorientierte Suchanfrage**
Der Nutzer weiß genau, was er möchte und sucht gezielt nach einer Webseite, Personennamen, einer Marke, einem Produkt,…
*Beispiel: „zalando.de“, „Conrad.de Reklamation“*
2. **Informationsorientierte Suchanfrage**
Der Nutzer möchte eine Frage beantwortet haben, er sucht nach Informationen, um Wissen zu erlangen.
Beispiel: „Ruhiger Campingplatz an der Nordsee“
3. **Transaktionsorientierte Suchanfrage**
Der Nutzer hegt eine Absicht zum Kauf, zu einer Registrierung oder Ähnlichem und ist dahingehend am nächsten einer Conversion
Beispiel: „Auto mieten Salzburg“, „Schwarze Tastatur kaufen“

Diskutieren Sie welche Art von Suchanfrage mit welcher SEM-Maßnahme abgegriffen werden kann.

Autoren:

Michael Hugot, Ludwig-Erhard-Berufskolleg Münster

Martin Lessing, Berufskolleg Bonn-Duisdorf