

GENOLEX MEDIA

**MOBILE SEO
BIN ICH SCHON ZU SPÄT?**

MICHAEL H. SINGER

- Digital Marketing seit 2001
- Stationen
 - CMO bei MMOGA Ltd.
 - CEO bei Gamesrocket GmbH
 - CEO bei RandyRun GmbH
 - Head of Global SEO bei Keller Sports GmbH
 - Head of Global SEO bei Jumbo Interactive GmbH / Limited
 - Vice President Marketing & Communications bei iprice group Sdn. Bhd.
- Aktuell: Geschäftsführer / Owner bei Genolex Media GmbH

FRAGESTELLUNGEN

- Warum reden wir über Mobile?
- Was sagt Google zum Thema Mobile?
- Wie ändert Mobile meine SEO Strategie?
- Wie gestalte ich meine Webseite für Mobile?
- Wie optimiere ich meine Ladezeiten?
- Was ist eigentlich AMP?

Oh cool, wie spannend

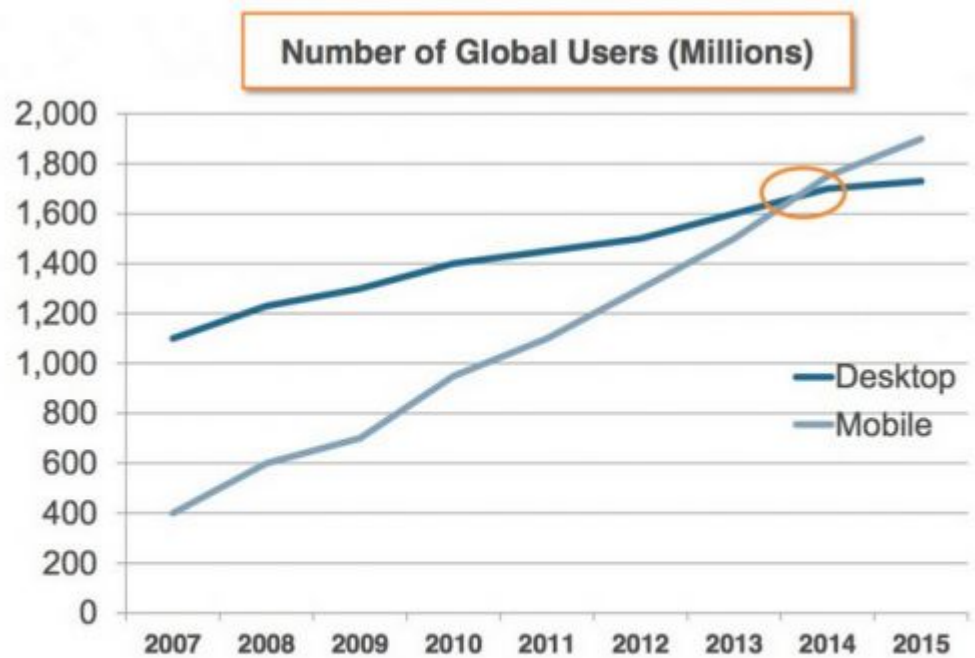
Interessiert mich ... nicht!





Bist du dir sicher?

TRAFFIC SHARE – ALLGEMEINE ENTWICKLUNG



comSCORE.

© comScore, Inc. Proprietary and Confidential.

24

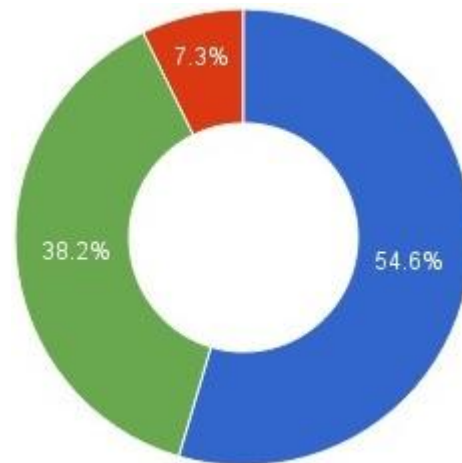
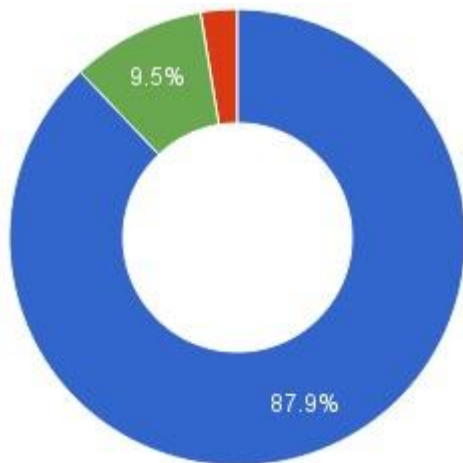
Source: Morgan Stanley Research

- In fact, more Google searches take place on mobile devices than on computers in 10 countries including the US and Japan

Quelle: <http://adwords.blogspot.ca/2015/05/building-for-next-moment.html>

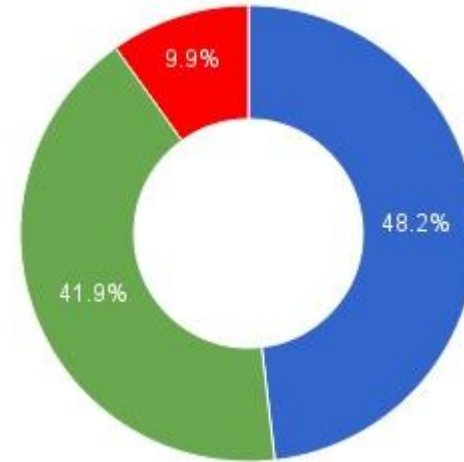
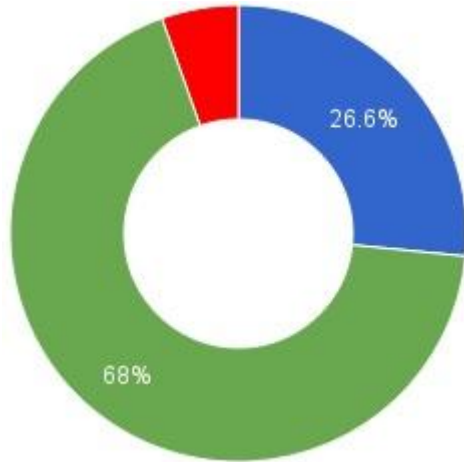
Datum: Mai 2015

TRAFFIC SHARE 2012 VS. 2016 (GAMING EUROPA)



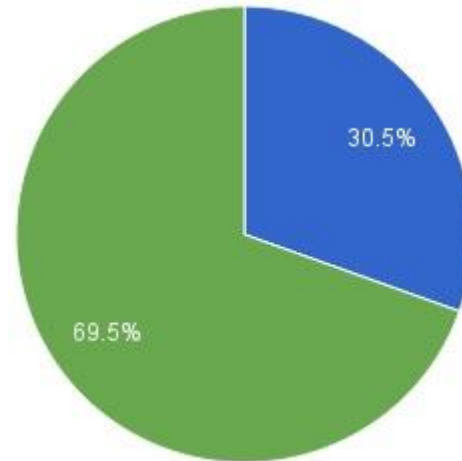
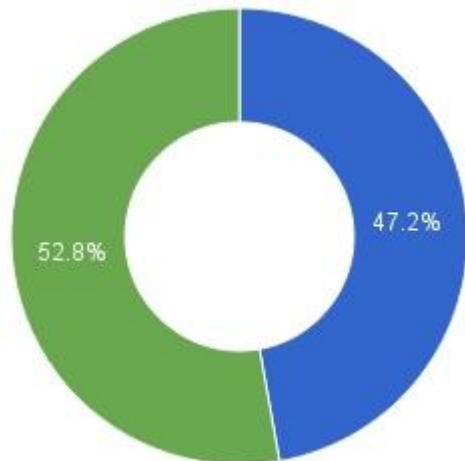
Traffic Share 2012	Traffic Share 2016
▪ 87,90% Desktop	▪ 55,60% Desktop
▪ 9,50% Mobile	▪ 38,90% Mobile
▪ 2,57% Tablet	▪ 7,40% Tablet

TRAFFIC & REVENUE SHARE 2016 (FASHION EUROPA)



Traffic Share 2016	Revenue Share 2016
▪ 26,59% Desktop	▪ 48,16% Desktop
▪ 67,96% Mobile	▪ 41,95% Mobile
▪ 5,45% Tablet	▪ 9,90% Tablet

TRAFFIC & REVENUE SHARE 2016 (MARKETPLACE ASIEN)



Traffic Share 2016	Revenue Share 2016
<ul style="list-style-type: none">▪ 47,20% Desktop	<ul style="list-style-type: none">▪ 30,50% Desktop
<ul style="list-style-type: none">▪ 52,80% Mobile	<ul style="list-style-type: none">▪ 69,50% Mobile

TRAFFIC & REVENUE SHARE - GRÜNDE

User	Technik
<ul style="list-style-type: none">▪ User möchte sich nur informieren	<ul style="list-style-type: none">▪ Seite ist nicht responsive
<ul style="list-style-type: none">▪ User bereitet den Kauf vor	<ul style="list-style-type: none">▪ Seite hat eine schlechte Usability
<ul style="list-style-type: none">▪ ...	<ul style="list-style-type: none">▪ Seite hat unpassende Zahlungsarten
	<ul style="list-style-type: none">▪ Seite ist zu langsam
	<ul style="list-style-type: none">▪ Seite ist schlecht zu navigieren
	<ul style="list-style-type: none">▪ ...

MOBILE SEO - GOOGLE

The image features the word "Google" in its characteristic multi-colored font. The letters are white with a slight shadow, set against a dark, textured background that transitions through a spectrum of colors: blue, red, orange, yellow, green, and purple. The overall effect is artistic and vibrant, resembling a digital or artistic rendering of the logo.

Google

MOBILE SEO - GOOGLE

“Although our search index will continue to be a single index of websites and apps, our algorithms will eventually primarily use the mobile version of a site’s content to rank pages from that site, to understand structured data, and to show snippets from those pages in our results. “

- *Doantam Pham, Product Manager Google, 2016*

MOBILE SEO - GOOGLE

“To make our results more useful, we’ve begun experiments to make our index mobile-first. Although our search index will continue to be a single index of websites and apps, our algorithms will eventually primarily use the mobile version of a site’s content to rank pages from that site, to understand structured data, and to show snippets from those pages in our results. Of course, while our index will be built from mobile documents, we’re going to continue to build a great search experience for all users, whether they come from mobile or desktop devices.”

- *Google Webmaster Central, 04.11.2016*

MOBILE SEO - GOOGLE

A close-up photograph of Donald Trump, wearing a dark suit, white shirt, and blue tie. He has a wide-eyed, shouting expression with his mouth open. The background is dark and out of focus. The text 'WTF?' is overlaid in white, bold, sans-serif font on the lower left side of his chest.

WTF?

Was heißt das eigentlich?

- Mobile & Desktop Search werden vom gleichen Index bedient
- Mobile Ergebnisse werden im Zweifel bevorzugt
- Mobile First!

- Wird es unterschiedliche Sichtbarkeiten mobile vs. desktop geben?
 - Ja, das ist bereits jetzt der Fall!

MOBILE SEO - GOOGLE

Desktop vs. Mobil

SEO Visibility



31.155

+5,05%



Mobile SEO Visibility

BETA



15.278

-2,73%



MOBILE SEO - GOOGLE

Desktop vs. Mobil

SEO Visibility



445.881

-0,23%



Mobile SEO Visibility

BETA



442.662

+0,08%





Und jetzt?

- Fragestellungen
 - Kann die Webseite überhaupt mit dem Smartphone genutzt werden?
 - Sind alle wichtigen Inhalte auch Mobile erreichbar?
 - Kann Google alle mobilen Inhalte crawlen?
 - Ist der Content mobile friendly?
 - Hat meine Webseite eine gute mobile usability?

MOBILE SEO – STRATEGIE & TECHNIK

- Optimize deine Technik
 - SSL & HTTP/2
 - Time to First Byte
 - Optimize & skaliere deine Bilder
 - Caching
 - Kompression
 - Minify
 - Asynchrones Laden von Dateien
 - Canonicals
 - ...

Entwickle nach dem Prinzip “Mobile First”

MOBILE SEO - STRATEGIE & TECHNIK



Responsive Web Design

Mobile First Web Design



MOBILE SEO – STRATEGIE & TECHNIK

- Ist deine Seite responsive oder mit einer mobile Weiche?
 - Ja - dann ist die Grundlage geschaffen!
 - Nein - Sorge dafür, dass dein Inhalt responsive ist!

- Ist deine Seite für Google mobil erreichbar?
 - Ja – dann ist die Grundlage geschaffen!
 - Nein – Sorge dafür, dass Google nicht von mobile Inhalten ausgesperrt wird!

- Sind structured markups eingebunden und angepasst?

MOBILE SEO – STRATEGIE & TECHNIK

- Hast du unterschiedliche Desktop & Mobile Inhalte?
 - Ja – Sorge für gleichwertigen Inhalt!
 - Nein – dann bist du bereit

- Nutzt du Tabs oder erweiterbaren Content?
 - Ja – für den Desktop sollte dieses vermieden werden!
 - Ja – für Mobile wird es (voraussichtlich) keine Nachteile haben, wenn es im Sinne des Users ist! (Quelle: Gary Illyes, Google)

**Denke bei deinen Inhalten immer an
deine Zielgruppe und deren
Bedürfnisse, nicht an Google!**

MOBILE SEO – GOOGLE AMP



Google Accelerated Mobile Page

MOBILE SEO – GOOGLE AMP

“Today, after discussions with publishers and technology companies around the world, we’re announcing a new open source initiative called [Accelerated Mobile Pages](#), which aims to dramatically improve the performance of the mobile web. We want webpages with rich content like video, animations and graphics to work alongside smart ads, and to load instantaneously. We also want the same code to work across multiple platforms and devices so that content can appear everywhere in an instant—no matter what type of phone, tablet or mobile device you’re using.”

- Google Webmaster Central Blog, 07.10.2015
- Projekt URL: <https://www.ampproject.org/>

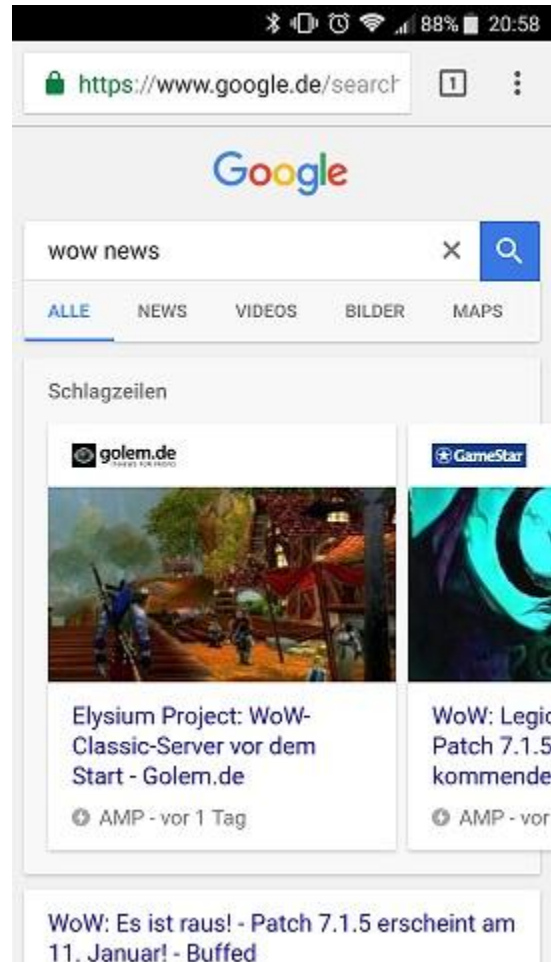
**Google AMP ist live und
aktiv seit dem 24.02.2016**

MOBILE SEO – GOOGLE AMP

- Google AMP – für wen?
 - Content Seiten
 - News Seiten
 - ...

- Google AMP – warum?
 - Rankingvorteil im Google News Bereich

MOBILE SEO – GOOGLE AMP



MOBILE SEO – GOOGLE AMP

- Google AMP – wie funktioniert das?
 - News Artikel werden vorgeladen von Google
 - Inhalte wie Bilder, Videos, etc. werden erst beim tatsächlichen Aufruf nachgeladen
 - Die Auslieferung erfolgt **NICHT** von eurem Server, sondern via Google CDN
 - HTML & Java wird komprimiert und “optimiert”
 - Bilder werden entsprechend der Auflösung skaliert ausgeliefert

Gibt es nichts besseres?



MOBILE SEO – GOOGLE AMP



Doch!

- **Optimiere deine Inhalte**
- **Optimiere deine Technik**

MOBILE SEO – GOOGLE AMP

- Google AMP – warum mach ich das dann?
 - Das sollte sich jeder Webmaster fragen!

- Google AMP – ein paar Fragen an Dich!
 - Kommt dein Traffic wirklich in erster Linie aus der Google News?
 - Ist vielleicht dein Traffic aus der organischen Suche wertvoller?
 - Wie schauen deine CTR organic vs. News aus?
 - Wie monetarisierst du besser?
 - Gibt es alternative Traffic Quellen als Google?
 - ...

VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!



GENOLEX MEDIA

Michael Singer

Geschäftsführer

+49 179 21 11 319

mchsinger@gmail.com