

# SEO Wissen in der Praxis

## SEO ismeretek a gyakorlatban

Online Sichtbarkeit  
Az online láthatóság növelése

Trending Plus

Elke Egi, MBA | 60 Minuten



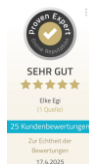
Egility®  
SEO & WEBSITES

# Wer ist Elke Egi?

- **20+ Jahre** Beruflicher Hintergrund & Medienerfahrung
- **Spezialisierung** auf SEO, GEO für KMU
- **Masterarbeit 2024** zu SEO und KMU
- **WKO-zertifiziert:** KMU.DIGITAL & KMU.DIGITAL & GREEN-Beraterin
- **Fördermöglichkeiten** für KMU nutzen
- **Vision:** Gefundenwerden als Fundament des Marketing



**KMU.DIGITAL**  
CONSULTANT | EXPERT

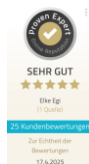


# Wer ist Elke Egi?

- **20+ év** szakmai háttér és média tapasztalat
- SEO, GEO **specializáció** KKV-k számára
- **Mesterszakos szakdolgozat 2024-ben** SEO és KKV-k témájában
- **WKO-tanúsítás:** KKV. DIGITÁLIS és KKV. DIGITÁLIS és ZÖLD tanácsadó
- **A KKV-k** pályázati lehetőségeinek kihasználása
- **Vízió:** Megtalálhatóság, mint a marketing alapja



**KMU.DIGITAL**  
CONSULTANT | EXPERT



# Agenda/Napirend

1. Crawler im Netz – technische Basis
2. Push vs. Pull Marketing – Werbemüdigkeit
3. SEO & GEO – das Herzstück
4. David gegen Goliath – lokale Stärke nutzen
5. 5 wichtigste Punkte für SEO-Texte
6. Wichtigste Tools (kostenlos!)
7. Zukunft – Wie geht es mit Websites weiter?



1. Crawlerek a weben – technikai alapok
2. Push vs. pull marketing – reklámfáradtság
3. SEO és GEO – az egész lényeg
4. Dávid Góliát ellen – helyi erő alkalmazása
5. Az 5 legfontosabb pont SEO szövegekhez
6. A legfontosabb eszközök (ingyenesek!)
7. Jövő – Mi lesz a honlapokkal?

# Crawler im Netz – Die Crawlerek az interneten – Az alap

Wer crawlt das Internet? Ki bújik az internetet?

- **Suchmaschinen-Crawler** (Google Bot, Bing Bot) indexieren das Web
- **LLM-Crawler** (ChatGPT, Perplexity, Claude) scrapen für Training & Live-Antworten
- **Zentrale Frage:** Ist die Website crawler-ready?
- **Nicht ausschließen!** Crawler müssen Zugriff haben



# Crawler im Netz – Die

## Crawlerek az interneten – Az alap

Wer crawlt das Internet? Ki „craweli” az internetet?

1. **Kereső-crawlerek** (Google Bot, Bing Bot)  
indexelik a webet
2. **Az LLM crawlerek** (ChatGPT, Perplexity, Claude)  
adatkinnyerés a képzésre és az élő válaszokra
3. **A központi kérdés:** Készen áll-e a honlap  
crawlerre?
4. **Ne zárd ki!** A crawlereknek hozzáférés kell

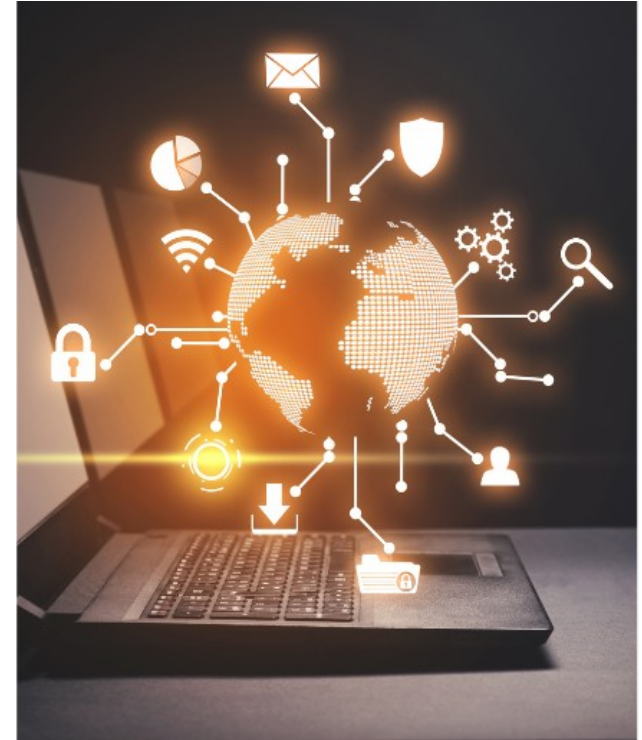


# Technik vor Gestaltung/UX

Warum Technik zuerst geklärt sein muss:

## Anschlussfähigkeit!

- Ohne technische Basis: Crawler können Inhalte Inhalte nicht erfassen
- Schöne Gestaltung hilft nicht, wenn die Website nicht anschlussfähig ist
- Robots.txt, Indexierung, Crawlbarkeit = Fundament
- **Erst technisch sauber, dann Design optimieren**



# Technológia a tervezés/UX előtt

Miért kell először tisztázni a technológiát:

## Hálózati csatlakozási képesség !

- Műszaki alap nélkül: a crawlerek nem tudnak tartalmat rögzíteni
- A gyönyörű dizájn nem segít, ha a honlap nem csatlakoztatható
- Robots.txt, Indexelés, Crawlability = Alap
- **Először technikailag tiszta, majd a design optimalizálása**



# Push vs. Pull Marketing



Klassische Werbung Klasszikus reklám

TV, Radio, Display Ads, Plakate

**✗ Werbemüdigkeit**  
**Reklámfáradtság**



Aktiv gesucht werden  
aktíván keresni kell  
Google, ChatGPT, organisch

**✓ Intention-basiert**  
**Szándékalapú**

# Pull-Marketing: Paradigmenwechsel Paradigmaváltás

Warum dieser Wechsel für KMU entscheidend ist:

Miért kulcsfontosságú ez a váltás a KKV-k számára:

- Kundenverhalten: Menschen suchen aktiv online
- ügyfélszolgálat: Az emberek aktívan keresnek online
- Suchmaschinen & LLMs sind Pull-Kanäle mit echter Intention
- A keresőmotorok és LLM-ek valódi szándékkal rendelkező pull csatornák.
- Menschen mit echtem Bedarf werden erreicht
- Valódi szükségletekkel rendelkező embereket érnek el
- Langfristig effizienter als (nur) klassische Push-Kanäle
- Hosszú távon hatékonyabbak, mint (csak) klasszikus push csatornák



# Online-Marketing für KMU

Online marketing KKV-k számára

## Verändertes Kundenverhalten und Chancen: Megváltozott ügyfélviselkedés és esélyek:

- Wettbewerb hat sich ins Digitale verschoben
- A verseny áthelyeződött a digitális világra
- Kleine & regionale KMU können mit großen konkurrieren
- A kis és regionális KKV-k versenyezhetnek a nagyokkal
- Mit richtiger Strategie: geringes Budget, hohe Effizienz
- A megfelelő stratégiával: alacsony költségvetés, nagy hatékonyság
- Vertrauen, Nähe & lokale Suche sind entscheidend
- A bizalom, a közelség és a helyi keresés kulcsfontosságúak



# Die 3 Säulen klassischer SEO

A klasszikus SEO három pillére

## 1. On-Page

Inhalt, Struktur, Keywords, Suchintention  
Suchintention  
Tartalom, struktúra, kulcsszavak, keresési  
keresési szándék

## 3. Autorität (Off-Page)

Backlinks, Erwähnungen, Trust-Signale  
Signale  
Visszahivatkozások, említések, bizalmi  
jelzések

## 2. Technische SEO

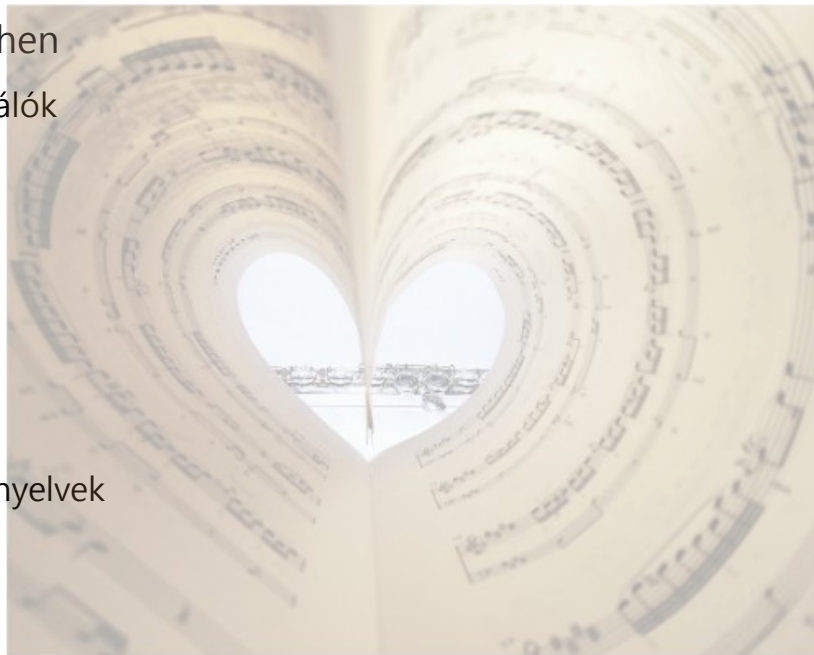
Ladezeiten, Mobile, Crawlability, Core Web  
Vitals  
Betöltési idők, mobil, feltérképezés, Core Web  
Vitals

# Suchintention & E-E-A-T keresési szándék & E-E-A-T

Das ist das Herz des Ganzen – "do spuit die Musi" ! Ez az egésznek a lényege – "ott szól a zene"!

- **Suchintention:** Verstehen, was Nutzer:innen wirklich suchen
- Keresési szándék: Megérteni, mit keresnek valójában a felhasználók
- **E-E-A-T:** Experience, Expertise, Authority, Trust
- E-E-A-T: Tapasztalat, szakértelem, autoritás, bizalom
- **Individuelle Kompetenz & Erfahrung zeigen**
- Az egyéni kompetencia és tapasztalat bemutatása
- **Einzigartige Inhalte!** Egyedi tartalmak!
- **Google Quality Rater Guidelines** Google Minőségértékelési irányelvek
- **Selbst Inhalte erstellen Checkliste von Egility®:**
- **Készíts saját magad tartalmakat Ellenőrzőlista az Egility-ről®**

<https://egility.at/wissen/seo-text-checkliste/>



# GEO: Generative Engine Optimization

Sichtbarkeit bei klassischen Suchmaschinen & darüber hinaus: LLMs, Voice Search & Co

- ChatGPT, Perplexity & Co. zeigen Websites als Quelle
- LLMs bevorzugen: Hochwertige, präzise, originäre Antworten
- Inhalte müssen für KI lesbar & wertvoll sein
- Google-Ranking → Bing-Ranking → ChatGPT-Empfehlung
- Inhalte: einzigartig, plattformübergreifend, multimodal (versch. Formate)



# GEO: Generatív motor optimalizálás

Láthatóság a klasszikus keresőmotorokon és ezeken felül: LLM-ek, hangkeresés és társai

- A ChatGPT, Perplexity és társai weboldalakat mutatnak forrásként
- Az LLM-ek előnyben részesítik: Magas minőségű, pontos, eredeti válaszokat
- A tartalomnak olvashatónak és értékesnek kell lennie az MI számára Google rangsor, → Bing rangsorolás → ChatGPT ajánlás
- Tartalom: egyedi, platformokon átnyúló, multimodális (különböző formátumok)



# David gegen Goliath

Kleine & regionale Unternehmen haben einen großen Vorteil:

- **Lokale Nähe** = Vertrauen & Ranking-Vorteil
- **Google Unternehmensprofil**, Bewertungen, NAP (Name, Adress, Phone)-Konsistenz
- **Persönliche Beziehungen** schlagen anonyme Konzerne
- **Nähe ist Trumpf** – in Handwerk, Services, Gesundheit



# Dávid Góliát ellen

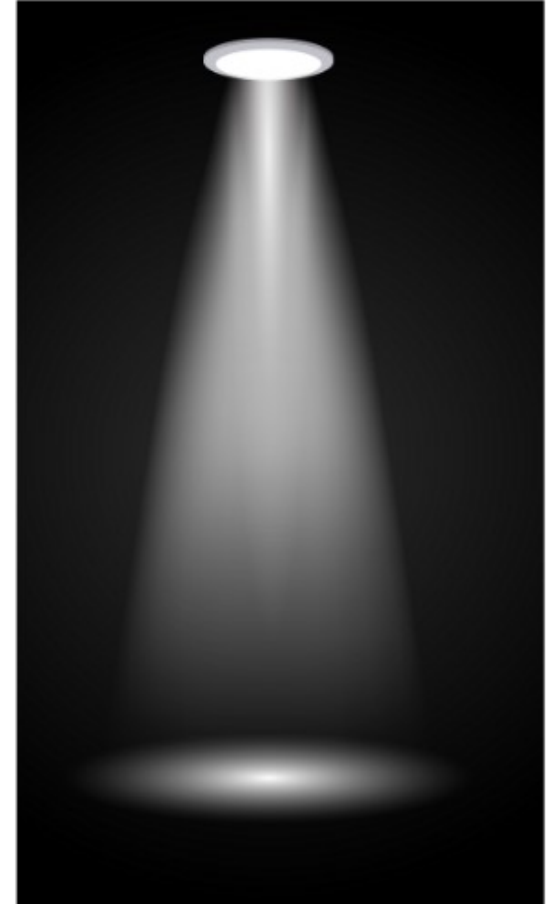
Kleine & regionale Unternehmen haben einen großen Vorteil:  
A kis- és regionális vállalatoknak van egy nagy előnye:

- **Lokale Nähe** = Vertrauen & Ranking-Vorteil
  - Helyi közelség = bizalom és rangsorolási előny
- **Google Unternehmensprofil**, Bewertungen, NAP (Name, Adress, Konsistenz)
  - Google üzleti profil, értékelések, NAP (név, cím, telefon) következetesség
- **Persönliche Beziehungen** schlagen anonyme Konzerne
  - A személyes kapcsolatok felülmúlják az anonim vállalatokat
- **Nähe ist Trumpf** – in Handwerk, Services, Gesundheit
  - A közelség az ütőkártya – a kereskedelemben, szolgáltatásokban, egészségügyben



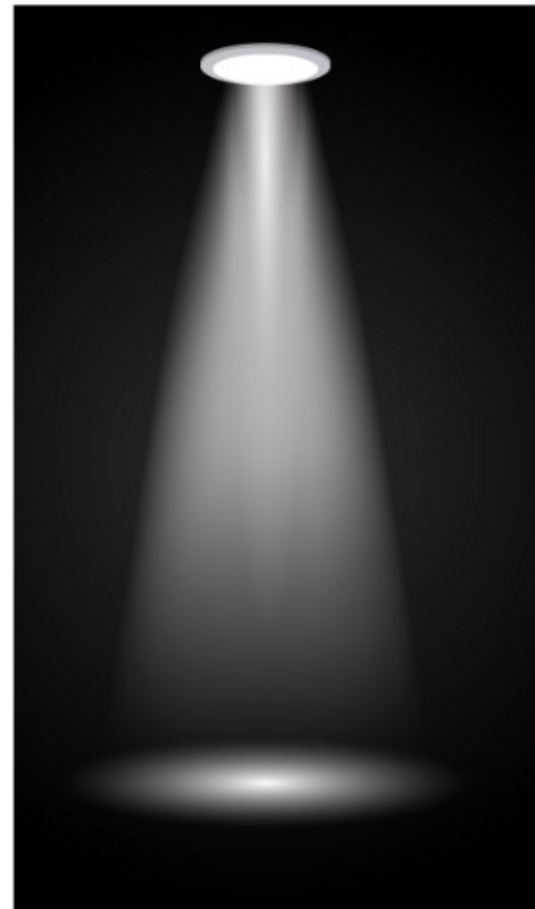
# 5 wichtigste Punkte für SEO-Texte

- **Klare Inhalte** für konkrete Suchintentionen: Nachdenken, Nachdenken, recherchieren, analysieren, Kund:innen befragen befragen
- **Konsistenz & Fokus** – nicht alles auf einmal
- **Strukturierte Daten** & prägnante Antworten
- **Crawlbar & technisch sauber**
- **Kontinuierliche Optimierung** statt Einmal-Maßnahmen.  
SEO/GEO = long term game
- Download: Checkliste für alle, die selbst Inhalte erstellen möchten <https://egility.at/wissen/seo-text-checkliste/>



## 5 legfontosabb pont SEO szövegekhez

- Világos tartalmak konkrét keresési szándékokhoz: gondolkodj, kutatsz, elemezz, interjúztass ügyfeleket
- Következetesség és fókusz – nem mind egyszerre
- Strukturált adatok és tömör válaszok
- Kereshető és technikailag tiszta
- Folyamatos optimalizálás egyszeri intézkedések helyett. SEO/GEO = hosszú távú játék
- Letöltés: Ellenőrzőlista mindazoknak, akik maguk szeretnék tartalmakat létrehozni <https://egility.at/wissen/seo-text-checkliste/>



# Digitaler Fußabdruck Digitális lábnyom

Multimodale Inhalte & plattformübergreifend: Multimodális tartalom és platformokon átnyúló:

- Website ist das Fundament – aber nicht alles A honlap az alap – de nem minden
- Google Maps, Social Media, Bewertungsportale zählen
- Számítanak a Google Maps, közösségi média, értékelési portálok
- Konsistente Präsenz über alle Kanäle Következetes jelenlét minden csatornán
- Video, Text, Bilder – multimodal präsent sein Videó, szöveg, képek – multimodális jelenlét
- Klare Kanten, erkennbare Identität Tiszta élek, felismerhető identitás



# Die wichtigsten Tools (kostenlos!) A legfontosabb eszközök

(ingyenesek!)

- **Google Search Console**

Index-Status, Suchbegriffe, organische Website-Besuche

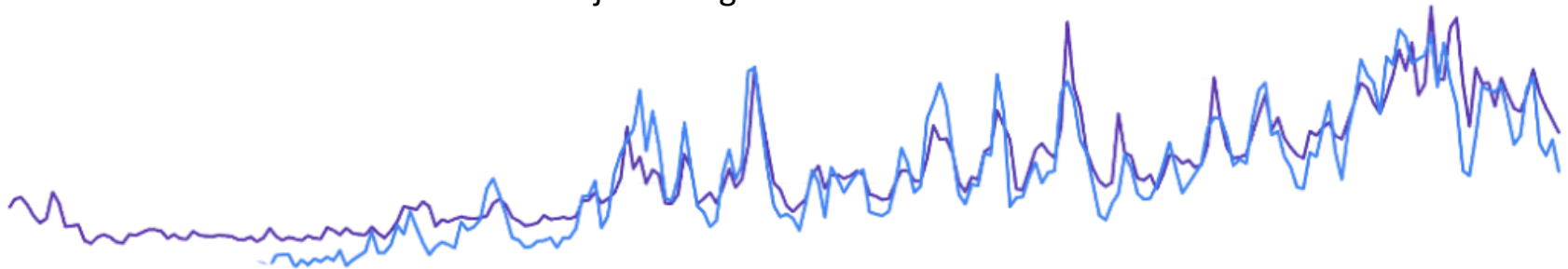
Index állapot, keresési kifejezések, organikus honlap-látogatások

- **Bing Webmaster Tools**

Crawlbarkeit, Rankings, ChatGPT (!)

- **Google Analytics** –

Woher kommt der Traffic? Honnan jön a forgalom?



# Zukunft: Wird es (überhaupt) noch Websites brauchen? brauchen?

Die klare Antwort:

- **Ja – Websites bleiben zentral.** Sie sind Dein digitales Fundament
- KI-Tools brauchen verlässliche, strukturierte Inhalte
- Google & Bing indexieren Deine Website
- LLMs zitieren Websites in ihren Antworten
- Ein breiter **Digitaler Fußabdruck mit klaren Kanten** – ausgehend von einer optimierten Website - das ist die Zukunft



# Jövő: Szükség lesz még (egyáltalán) honlapokra?

A világos válasz:

- **Igen** – a honlapok továbbra is központi szerepet töltenek be. töltenek be. Ezek jelentik a digitális alapodat
- Az MI-eszközöknek megbízható, strukturált tartalmakra van tartalmakra van szükségük
- A Google és Bing indexelik a honlapodat
- Az LLM-ek válaszaikban honlapokat idéznek
- **Egy széles digitális lábnyom, tiszta élekkel** –egy optimalizált honlapból kiindulva – ez a jövő



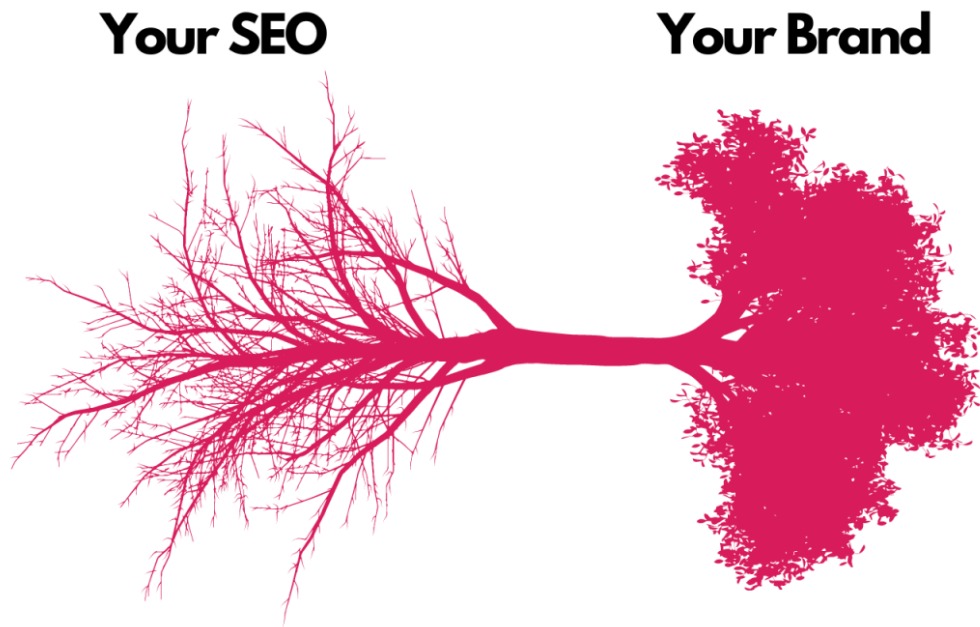
# Fazit

## Összegzés

- **Crawler sind das Fundament** – eine Website muss für Menschen und für Crawler gemacht  
A crawlerek jelentik az alapot – a honlapot embereknek és a crawlereknek kell készíteni
- **Pull-Marketing ist Zukunft** – Suchintention ist Gold  
A pull marketing a jövő – a keresési szándék aranyat ér
- SEO + GEO – der neue Standard für Online-Sichtbarkeit: multimediale Inhalte, plattformübergreifend, kurze Fragen/Antworten
- SEO + GEO – az online láthatóság új szabványa: multimodális tartalom, platformokon átnyúló, rövid kérdések/válaszok
- KMU haben Vorteil – Nähe & Vertrauen nutzen, Google Unternehmensprofil erstellen!  
A KKV-k előnyben vannak – használd a közelséget és a bizalmat, hozz létre Google cégprofilt!
- Tools kostenlos – Google Search Console & Bing sollen genutzt werden  
Ingyenes eszközök – használni kellene Google Search Console-t és Bing-et

# Takeaway-Picture

(by Andrew Holland)



# Vielen Dank! Köszönöm szépen!



Elke Egi, MBA | SEO, GEO & Websites

[www.egility.at](http://www.egility.at)



Egility®  
SEO & WEBSITES