

„Schnorcheln auf Teneriffa“

Auslandspraktikum im Rahmen des Projektes „Erasmus+“ bei SEOintheSUN / Optimanova auf Teneriffa

Auszüge aus dem Praktikumsbericht

1. Einleitung

Ich absolvierte ein Auslandspraktikum auf Teneriffa, da ich meine Sprachkenntnisse vertiefen wollte. Das Unternehmen, in dem ich beschäftigt war, nennt sich SEOintheSUN, welches sich auf Online-Marketing spezialisiert. [...]

Meine Ziele, die ich mit diesem Praktikum erreichen möchte, sind, höhere Chancen in späteren Bewerbungsverfahren, da ich ein Auslandspraktikum absolvierte und damit Erfahrung sammeln konnte. Des Weiteren möchte ich das bereits gelernte Spanisch vertiefen und mein Sprachverständnis weiterentwickeln. Ich möchte für mich persönlich auch herausfinden, ob ich mir vorstellen könnte, im Ausland zu arbeiten.

[...]

2. Institution

SEOintheSUN ist ein Gemeinschaftsprojekt von einem begeisterten Online-Marketing Fachpersonal, das überwiegend aus dem Bereich Suchmaschinenoptimierung, kurz SEO, kommt. Dieser Teil des Online-Marketings macht daher auch einen Großteil der Arbeit aus. [...] Ziel des Programms ist es, eine Online-Marketing-Ausbildung mit Schwerpunkt auf SEO anzubieten und dies mit einem Aufenthalt hier auf Teneriffa, mit Kontakt zur einheimischen Kultur und zur spanischen Sprache für junge Leute zu vereinen.

Das Gemeinschaftsprojekt der FU International Academy Tenerife und Optimanova

Optimanova ist eine Online-Marketing Agentur mit den Schwerpunkten Suchmaschinenmarketing und -optimierung sowie Social Media Marketing. Gegründet wurde sie im Jahr 2009 von Alfonso Verdugo und Laura Gonzalez, zwei ehemaligen Google-Mitarbeitern, die in den Bereichen *Search Quality* und *Google AdWords Accounts* gearbeitet haben.

Eines deren hervorstechendsten Merkmale ist die internationale Ausrichtung. Ihre Kunden sind Global Player, die in bisher acht Sprachen und in einer Vielzahl europäischer Länder von spezialisierten Muttersprachlern betreut werden.

Für die FU International Academy (FUIA) ist das Unterrichten von Spanisch für Ausländer seit dem Jahr 2000 das wichtigste Geschäftsfeld. Jahr für Jahr empfängt sie Hunderte von Sprachschülern als Einzelreisende oder in Gruppen. [...]

3. Organisation

Die F+U International Academy befindet sich im Herzen der Touristenstadt Puerto de la Cruz im Norden der Insel Teneriffa. [...] Jeden Morgen besuchten wir ein Seminar, welches vom Senior Marketing Manager gehalten wurde. Der Schwerpunkt dieser Präsentationen war SEO (Search Engine Optimization). Dies dauerte in der Regel 30-45 Minuten. Für mich als Praktikant war die Junior Marketing Managerin Lisa-Maria Eckstein zuständig. [...] Mein Aufgabengebiet lag in der Erstellung eines Online-Artikels über Schnorcheln auf Teneriffa. Ich recherchierte, erstellte und gestaltete einen eigenen Artikel. Dieser wird demnächst veröffentlicht. [...]

Welche Fertigkeiten benötigte ich für mein Praktikum und wie eignete ich sie mir an? Für alle unsere Tätigkeiten benötigten wir gute Englischkenntnisse. Spanisch wurde ebenfalls benötigt, da nicht alle Firmen, an die Anfragen gesendet wurden, Englisch oder Deutsch sprachen. Gute EDV-Kenntnisse sind essenziell für ein Praktikum im Online-Marketing. Know-How in gewissen Programmen, beispielsweise CANVA, sind Grundvoraussetzung. Diese Fertigkeiten habe ich mir durch Tutorials im Internet angeeignet. Das Zurechtkommen mit sozialen Netzwerken ist ein wichtiger Bestandteil dieser Arbeit.

Feedback

Da unsere Dokumente immer auf Google Drive gespeichert wurden, konnte Frau Eckstein jeder Zeit auf diese zugreifen und Kommentare hinzufügen. Diese waren sehr hilfreich und super erklärt. Verbesserungsvorschläge wurden immer in Form von konstruktiver Kritik geäußert! Dies war sehr motivierend. Ein weiterer wichtiger Punkt war, dass regelmäßiges Lob nicht zu kurz kam.

Unterstützung

Bei jeglichen Fragen stand uns unsere Verantwortliche zur Verfügung. Wie bereits im Feedback genannt, wurde uns stets unter die Arme gegriffen. Auf jede Frage wurde explizit eingegangen. Wichtig ist, dass immer gemeinsam nach einer Lösung gesucht wurde und diese auch immer gefunden wurde!

Die Arbeit ist für mich sehr interessant, da ich viele neue Dinge über Google gelernt habe. Es gab ein breites Spektrum an Informationen, es wurde aber nie langweilig. [...]

4. Wochenbericht

Woche 1

In der ersten Woche besuchten wir vormittags den Intensivkurs 20 - Spanisch. [...]

Am Nachmittag absolvierte ich das Praktikum bei SEOintheSUN. Wir erstellten uns ein

eigenes Google+ Konto, mit welchem wir ständig arbeiteten. Wir erhielten weitere Einblicke in die Welt von Google und erstellten unsere Dokumente für die Online-Artikel mit Google Documents. Die Daten wurden alle in Google Drive gespeichert, sodass die Verantwortlichen immer einen Blick auf meine Dateien hatten. Die Verständigung lief über unsere Google-Mail-Accounts. Wir bekamen CANVA (Infografik-Tool) gezeigt. Mit diesem bearbeiteten wir Bilder und erstellten Infografiken. Des Weiteren erklärte uns Frau Eckstein, wie man Bilder mit Beachtung der Creative Common License sucht.

Woche 2

Das Praktikum war ab dieser Woche ganztägig. Ich bekam die Aufgabe, einen Blogpost zu schreiben. Mein Thema war Schnorcheln auf Teneriffa. Dieser Artikel wird auf der Seite www.tenerifeactive.com erscheinen. Hierfür recherchierte ich auf Google und erstellte die dementsprechenden Infografiken auf CANVA. Am Ende des Artikels habe ich die wichtigen **Key words** von einem Programm im Internet lesen lassen. So konnte ich erkennen, ob die wichtigen Wörter zu meinem Thema oft genug in meinem Text vorkamen.

Von 9.00 Uhr - 9.45 Uhr hatten wir täglich ein Seminar mit dem Senior Marketing Manager. Folgende Dinge wurden besprochen:

Was ist SEO? S = Search E = Engine O = Optimization

Im Großen und Ganzen kann man sagen, dass SEO für die optimale Platzierung einer Seite auf Google benutzt wird. Führt man das richtig durch, hat man große Chancen, einen guten Platz bei Google zu ergattern und somit viele Klicks zu sammeln. Pablo Fernandez Rodriguez hat uns eine kleine Einführung gegeben. Er teile uns mit, dass Google absolut kein Spam mag. Möchte man seine Seite auf der ersten Seite oben platzieren, besteht ebenfalls die Möglichkeit, Geld zu bezahlen, um ganz oben zu erscheinen. Abgerechnet wird pro Klick, den die Seite durch diese Platzierung bekommt. Dies alles ist mit vielen Algorithmen gespickt.

On page factors: Hierbei geht es darum, welchen Inhalt man auf seiner Seite platziert. Die HTML ist eine textbasierte Auszeichnungssprache zur Strukturierung von digitalen Inhalten, wie Texten, Bildern und Hyperlinks, in elektronischen Dokumenten. HTML-Dokumente sind die Grundlage des World Wide Web und werden von einem Webbrowser dargestellt.

Weiter on page factors sind die Meta Tags. Dies ist der HTML Code. Der Title Tag ist sehr wichtig, da dies der Text ist, der oben im Browserkopf erscheint. Dieser darf maximal 70 Wörter beinhalten. Das Keyword sollte dabei immer an erster Stelle stehen, um ein hohes Ranking zu garantieren. Die Meta Description befindet sich unter dem Title Tag. Dies dient dazu, dass der Nutzer versteht, wonach er sucht. Sie darf maximal 155 Wörter beinhalten. Dadurch wird die Einmaligkeit jeder Seite gewährleistet. Es sollten keine gleichen Meta Descriptions verwendet werden. **H e a d e r s** haben die Aufgabe, den Kopf vom restlichen Content zu unterscheiden. Headers helfen den Text besser zu scannen. Um Bilder in

lesbarem Format für Google zu bekommen, werden Alt Attributes benötigt. Das Problem bei Bildern ist, dass sie von Google nicht gelesen werden können. Es ist wichtig, dass bei der Bildbeschreibung ein Wort gewählt wird, welches großen Bezug zu dem Foto hat. Es ist nicht gut, wenn ein Schuh hochgeladen wird und der Name "Haus" ist. Äußerst relevant ist bei einer Internetseite der Link, der Permalink bzw. URL. Er ist der direkte Link zu einer individuellen Seite. Wichtig ist ebenfalls, dass Keywords benutzt werden. Die URL hilft Suchmaschinen den Inhalt zu verstehen.

Competition Analysis: Dies wird dafür verwendet, um herauszufinden, was die Konkurrenz online macht. Das ist ein absolutes M U S T und hat höchste Priorität, bevor man eine Website launched. WARUM? Wenn man sieht, was die Konkurrenz macht, kann man reagieren und die guten Dinge nachmachen. Ebenfalls kann man neue Möglichkeiten entdecken, welche bei der eigenen Arbeit helfen. WIE? KEEP CALM AND GOOGLE IT !! Am besten kann man dies tun, indem man die Keywords in Google eingibt.

[...]

Woche 3

In der dritten Woche war der Schwerpunkt unserer Seminare "Social Media". Wir erhielten einen allgemeinen Einblick in die psychologischen Hintergründe, wieso Firmen soziale Netzwerke nutzen.

Im Jahr 2013 nutzte eine von vier Personen soziale Netzwerke (1,73 Milliarden) und diese Zahl wird voraussichtlich bis 2017 auf 2,55 Milliarden steigen. „Social“ bezieht sich auf die Gemeinschaft, die sich in der virtuellen Welt des Internets bildet und dort auch viele Leute verbindet.

Bedürfnisse der Nutzer:

Der Hauptgrund, warum die Menschen soziale Netzwerke nutzen ist, dass bestimmte Bedürfnisse der Nutzer befriedigt werden. Weiterhin entstehen neue Verwendungszwecke, die meist vorher nicht vorgesehen waren. Zum Beispiel wird YouTube mittlerweile auch als Learning Tool genutzt. Tutorials geben hilfreiche Tipps, wie man bestimmte Dinge erlernen kann. Viele Menschen nutzen Social Media, um neue Freundschaften zu schließen oder um den Kontakt mit alten Freunden zu halten. Ebenfalls ist es sehr einfach, Informationen von anderen Gleichgesinnten zu erhalten und online über bestimmte Themen zu diskutieren. Die Leute möchten aus bestimmten Gründen zu einer Gruppe dazugehören. Narzissmus, der Drang sich selbst zu verwirklichen, ist ein großer Faktor. Man kann dadurch sein Selbstbewusstsein steigern und seine Schüchternheit überwinden. Ebenfalls steigern Menschen damit ihr Selbstwertgefühl. Viele Nutzer erhoffen sich über die sozialen Netzwerke schnelle Antworten z. B. durch Umfragen auf Facebook oder das Lesen von Reviews. Eine Studie ergab, dass schon 2008 50% der Befragten Blogs lasen.

Motivation:

Die Motivation vieler Nutzer ist, dass sie spezielle Informationen suchen und bestimmte Fragen stellen möchten. Sie wollen den Service einer Marke beurteilen und erhoffen sich durch das Checken von Angeboten "special offers".

Emotionale Motivation:

Firmen geben den Kunden das Gefühl, etwas wert zu sein und der Kunde fühlt sich wichtig, da auf die Anfragen, Kommentare etc. eingegangen wird.

Brand Communities:

Dies sind spezialisierte, nicht geographisch gebundene Marken, welche ein strukturiertes Netz von sozialen Beziehungen mit anderen Marken haben.

Consumer Empowerment:

Der Konsument erhält eine stärkere Stimme, da er ein bisschen bei der Entwicklung einer Marke beisteuern kann, indem er Posts und Umfragen kommentiert. Ein weiterer Aspekt, welchen Firmen auf jeden Fall beachten müssen, ist der, dass ein negativer Comment eine fünfmal größere Wirkung hat als ein positiver Comment. Durch das Mitwirken des Konsumenten, baut dieser eine größere Bindung zum Unternehmen auf. Firmen bauen Vertrauen auf, indem sie kostenfreie Sachen anbieten wie z. B. Gutscheine etc. Da die Marken hier die Chance haben, auf bestimmte Vorkommnisse zu antworten, können sie diese besser aus der Welt schaffen.

Community Building:

Die Community unterstützt die Marke, ohne dass diese etwas tun muss. Potenzielle Kunden sprechen in Gruppen über ihren Lifestyle und stellen bestimmte Fragen. Dadurch kann das Unternehmen auch herausfinden, wer die eigentlichen Kunden sind und welche Inhalte diese liefern.

(Social) Sharing:

Damit ist das Teilen auf Facebook zum Beispiel gemeint. Dies erfüllt das Bedürfnis des Menschen, seinen Emotionen Ausdruck zu verleihen. Die Reaktion der anderen Leute spielt für viele Nutzer eine ganz wichtige Rolle.

[...]

Woche 4

Hauptthema während der Seminare: Affiliate Marketing. [...]

Während des Praxisteils erstellen wir eine Liste mit Artikeln von Amazon.com, welche wir vermarkten könnten. Diese sollten auf Freizeitaktivitäten auf Teneriffa abgestimmt sein. Des Weiteren erstellten wir Bilder für Facebook-Posts mit jeweils einem Fakt zu der Insel auf dem Bild. Ein weitere Aufgabe war, dass wir für eine ganze Woche kleine Posts mit Bildern, Links, Videos erstellten, die zum Thema Aktivitäten auf Teneriffa passen. Ebenfalls schrieben wir alle

zusammen einen Blogpost zu "Die besten Apps für Teneriffa". Hierbei aktualisierten und testeten wir bestimmte Apps und schrieben hierzu ein Review. Am Ende der Woche erhielten wir unsere Zertifikate (Sprachkurs, Online-Marketing) und unsere Europässe.

5. Persönliches Fazit

Ich würde das Praktikum definitiv wieder machen. Ich fühlte mich rundum wohl. Die Unterkunft im Hotel Bellavista Mirador war sehr gut. Ich hatte einen wundervollen Blick aufs Meer in einer sehr ruhigen Lage. Der Sprachkurs hat mir weitergeholfen, da dieser nur in Spanisch gehalten wurde. Durch den ständigen Kontakt zu Menschen mit unterschiedlichen Nationalitäten und Einheimischen verbesserte sich mein Spanisch von Gespräch zu Gespräch. Die Arbeit war sehr interessant und machte auch viel Spaß. Wir waren frei in unserer Arbeit, was dem ganzen eine ruhige Atmosphäre verlieh. Das Arbeitsklima war sehr gut, da jeder Mitarbeiter von SEOintheSUN sehr freundlich ist. Die Aufgaben waren sehr abwechslungsreich und meist auf die Seminare zugeschnitten gewesen. Somit konnte man das theoretische Wissen in die Praxis umsetzen. [...]

Jonas Zipf

In der Ausbildung zum

Fremdsprachenkorrespondenten,

Euro Akademie Aschaffenburg