

Erfahrungsbericht über das Praktikum im Digital Marketing (SEO/SEA)

von Stephanie Sara Jussel, Studentin an der Hochschule Landshut

Da ich in meinem Studium ein Pflichtpraktikum in einem anderssprachigen Land absolvieren muss und mich nach meinem 4ten Semester in einem Tief befand, ohne alle Prüfungen erfolgreich bestanden zu haben, entschied ich mich für eine Pause des Studiums und machte ein freiwilliges Praktikum bei Optimanova Solutions im Norden auf Teneriffa in der Stadt Puerto de la Cruz, mit dem Hintergedanken, es mir in meinem weiteren Studienverlauf anrechnen zu lassen.

Meine Erfahrungen aus den letzten 6 Monaten auf Teneriffa waren sehr prägend. Ich konnte mich nicht nur beruflich, sondern auch persönlich weiterentwickeln. Die spanische Lebenseinstellung, wegen der ich unbedingt dort leben wollte, lernte ich als eine Kombination aus guter Laune, Gelassenheit und Can-Do-Attitude kennen. Ich war außerdem sehr überrascht von der Effizienz und dem Know-How in der eigentlich kleinen, nur aus 12 Mitarbeitern und zwei sich abwechselnden Praktikanten bestehenden, Digital Marketing Firma.

Die beiden Geschäftsführer Laura und Alfonso sind ehemalige Google Mitarbeiter, die somit die notwendigen Tools, Kompetenz und ein Netzwerk in das ehemalige Start-Up brachten. Es herrschte eine sehr ungezwungenes Arbeitsklima, ein modernes offenes Büro, das viel Kommunikation, Zusammenarbeit und Zugehörigkeitsgefühl förderte.

Ich war für insgesamt acht Kunden zuständig, für welche ich die Google Ads Accounts pflegte, Übersetzungen von Anzeigentexten schrieb und Keyword-Recherchen (KWR) machte. Dabei konnte ich verschiedene Branchen kennenlernen, von Modemarken über Essenslieferanten bis hin zu pharmazeutischen Unternehmen. Die Vielfältigkeit der Kunden ermöglichten es mir mich immer wieder in neue Situationen und Aufgaben reinzudenken. Dadurch wurde mir nie langweilig und ich übernahm früh viel Verantwortung.

Zu der Pflege der Google Ads Accounts gehörte das Untersuchen von Search-Terms und dadurch das Aufschreiben und Implementieren von Keywords und Negative Keywords. Außerdem schaute ich mir wöchentlich die Recommendations von GA4 für den jeweiligen Account an und wenn ich diese als interessant erachtete, stellte ich sie vor. Außerdem untersuchte ich auch auf welchen Seiten Anzeigen geschaltet wurden, und setzte sie je nach Kunde und deren Interessen und Wünschen auf die Exclusion-Lists. Auch einen Budgeting-Plan durfte ich für bestimmte Kampagnen aufsetzen und diese vor Implementation vorstellen.

Das Übersetzen von Anzeigetexten half mir beim Verstehen der spanischen Sprache, und so lernte ich schnell Branchen-relevante Worte. Auch hierbei waren oft kleine Keyword-Researches notwendig, um zu sehen, nach welchen Worten im deutschsprachigen Raum am meisten gesucht werden und die somit unsere Anzeigen organisch besser ranken lassen. Ich machte aber auch größere KWRs als wir beispielweise einem Kunden halfen seine Webseite komplett umzustrukturieren. Dabei habe ich alle Produkte und Standort orientierte Suchbegriffe abgedeckt und übersichtliche Listen erstellt. Bei einer solchen Recherche deckte ich um die 30.000 Suchbegriffe ab.

Die Unternehmenssprache ist Englisch, daher hatte ich im beruflichen Feld keine Probleme mit meinen geringen Spanisch-Kenntnissen. Im Alltag gestaltete sich das schwieriger, dennoch versuchte mir jeder zu helfen und mich zu verstehen. Ich fühlte mich sehr wohl auf der Insel und würde jederzeit wieder hingehen. Meine Meinung einmal in einem internationalen Unternehmen arbeiten zu wollen, wurde gefestigt. Ich bin sehr froh diese Erfahrungen zu haben, was ohne der Erasmus-Förderung nicht möglich gewesen wäre.