



# SEO

SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG



# INHALTSVERZEICHNIS

Was ist SEO?.....	4
Funktionsweise von Suchmaschinen .....	5
Crawlen und Indexierung.....	5
Warum benötigt Ihre Webseite SEO?.....	6
Wie funktioniert SEO? .....	7
Suchmaschinenmarketing - SEM.....	8
Kostenlose SEO-Tools.....	8
Grundlegende SEO-Strategie .....	10
Onpage Optimierung.....	11
Keyword Recherche.....	12
Google Keyword Tool.....	12
Google Trends.....	12
Suchvorschläge .....	13
Pay-per-Click-Kampagnen .....	13
Aktivität der Konkurrenz.....	13
Keyword Recherche ist ein Muss.....	13
Long-Tail Keywords .....	14
Keyword-Suchvolumen.....	15
Keyword-Absicht.....	16
So funktioniert die Keyword Recherche.....	16
So bereiten Sie Content für Ihre Webseite vor .....	17
SEO-freundliche Inhalte.....	17
Doppelte Inhalte vermeiden .....	17
Rich Snippets - Strukturierte Daten.....	17
Social Plug-ins .....	18
Interne Verlinkungen .....	18
Content vorbereiten .....	18
Content Marketing .....	19
Offpage-SEO-Linkaufbau.....	21
So analysieren Sie Ihr SEO .....	24
Google Analytics für SEO.....	26
Überwachung des organischen Traffics .....	26
Tracking von „nicht angegebenen“ Keywords .....	26
Analyse der Landing Page.....	26
Content-Gruppierung.....	26
Analyse Alternativen.....	27

# WAS IST SEO?

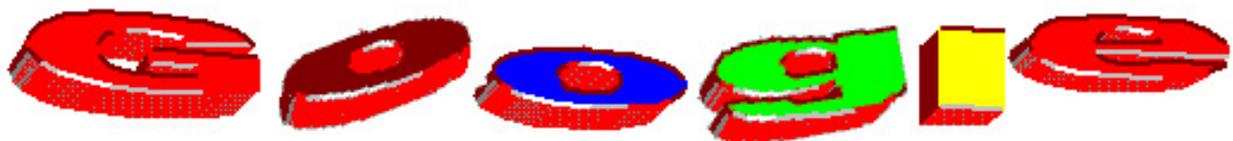
Seo ist die Optimierung der Webseite, um in den Ergebnissen der Suchmaschine aufzutauchen.

Beispiel: Wenn Sie eine Webseite betreiben, die Sportbekleidung in München verkauft und bei der Suche „Sportbekleidung in München“ auftauchen wollen, müssen Sie folgende Punkte beachten:

- Die Webseite muss im Text das „Keyword“ enthalten
- Andere Seiten müssen auf die Seite verlinken

## Kurze Geschichte

- Die erste Suchmaschine hieß Archie und wurde 1990 veröffentlicht.
- Google folgte 1996 und verarbeitet mittlerweile 70% der Suchanfragen im Internet.
- Früher war die Optimierung primitiver, doch Google passt die Algorithmen stetig an.



### Search Stanford

### Search The Web

# FUNKTIONSWEISE VON SUCHMASCHINEN

Das Internet besteht aus „unendlich“ vielen Webseiten. Suchmaschinen sortieren diese Seiten nach verschiedenen Keywords und ordnen die Seiten nach deren Relevanz und Beliebtheit. Zudem spielt auch der Standort eine wichtige Rolle.

Um die Inhalte einer Seite zu erfassen, durchsuchen diese das Internet nach kürzlich hinzugefügten und aktualisierten Inhalten. Dieses Verfahren wird auch „crawlen“ genannt.

## Crawlen und Indexierung

Um Ihren Index aufzubauen, muss eine Suchmaschine das komplette Internet durchforsten. Die Robots, die diesen Job erledigen, werden auch Crawler, Spider oder Googlebot genannt.

Ein Crawler beginnt mit den beliebtesten Seiten und folgt deren Links. -> Verlinkungen sind daher sehr wichtig.



# WARUM BENÖTIGT IHRE WEBSEITE SEO?

Je besser die Sichtbarkeit der Webseite ist, desto höher ist die Chance, dass Ihr Geschäft von Nutzern entdeckt wird, die nach Ihren Produkten/Dienstleistungen suchen.

Das Ziel sollte immer sein, an erster Stelle der Suchergebnisseiten zu stehen – SERP's – Search Engine Result Pages. Laut Studien bekommt das erste Ergebnis 20% der Klicks.

Rechenbeispiel: Keyword „Blumenversand“. Monatlich wird dieser Suchbegriff 165.000 mal gesucht. Das wären 33.000 Klicks im Monat für Ihre Webseite.

Oben zu stehen ist das oberste Ziel, aber es gibt mehr!

1. Ein besseres Nutzererlebnis: Durch Verfeinern der Navigation und Optimierung der Inhalte, finden Besucher schneller was sie suchen -> bessere Konversionsrate
2. Messbare ROI für die Webseite (Return of Investment):  
Mit Analytics können sie sehen wohin Ihr Geld fließt
3. Stärkere Marktposition:  
Die Reputation ergibt sich daraus wie bekannt Sie sind und wie Menschen über Sie denken. Wenn Kunden sich auf Webseiten willkommen fühlen und schnell finden wonach sie suchen, verbessern Sie damit das Ansehen der Webseite.

## Können Sie sich selbst um SEO kümmern?

Es gibt zwar viele Dienstleister die Ihnen schnellen Erfolg versprechen, doch ein langsames Wachstum bietet langfristig die besseren Erfolge. Ein paar Stunden pro Woche reichen schon aus.

- Sehr kosteneffektiver Traffic
- Keyword Recherche
- Optimierung der Inhalte auf Keywords
- Linkaufbau
- Erstellung von Keywordreichen Inhalten

# WIE FUNKTIONIERT SEO?

In der immer mobiler werdenden Welt wird eigentlich nur auf die ersten Ergebnisse geklickt. Die Entwickler von Suchmaschinen verfeinern die Algorithmen immer weiter, damit diese besser verstehen, was der Nutzer tatsächlich sucht, anstatt sich danach zu richten, was er eingibt. SEO ist daher ein fortlaufender Prozess. Seiten müssen ständig angepasst werden, um an erster Stelle zu stehen.

## Wichtige SEO-Elemente

- SEO Monitoring
- Keyword Research
- Page Content
- Social Media
- Link-Building
- Onpage- & Offpage-Optimierungen



# SUCHMASCHINENMARKETING – SEM

SEM sind verschiedene Aktivitäten um potentielle Kunden auf Ihre Webseite zu locken. Kostenlos (organisch) mit SEO oder bezahlt durch Pay-per-Click-Kampagnen (PPC).

## Warum ist SEM wichtig?

Sehr effektiv, da potentielle Kunden bereits aktiv nach spezifischen Produkten/Dienstleistungen suchen.

Zudem verbessert es die Wahrnehmung einer „Marke“ und könnte in Zukunft zu höheren Erträgen führen.

Im Vergleich zu anderen Marketing Möglichkeiten kann SEM, insbesondere SEO, sehr kosteneffektiv sein.

## KOSTENLOSE SEO-TOOLS

### Google Analytics

Mit diesem SEO-Analysewerkzeug können Sie herausfinden, wie Besucher Ihre Webseite finden und wo Sie im Markt stehen.

### Google Webmaster Tool / Google Search Console

Während sich Analytics auf Site-Traffic, Keywords und Besucher konzentriert, helfen diese Tools, Ihre Webseite an die Beurteilungskriterien der Google Algorithmen anzupassen.

### How much of my site's traffic is organic?

https://www.skynet.com



Here's a complete picture of traffic to your site.

### Where is my organic traffic coming from?

https://www.skynet.com



Country	Sessions	Goals	Goal Conv Rate	Bounce Rate
United States	98,600	390	4.89%	0.14%
Canada	55,200	210	2.46%	0.25%
India	22,230	139	0.58%	0.44%
United Kingdom	15,640	99	0.98%	0.32%
Brazil	10,800	64	0.22%	0.54%
Australia	9,800	320	0.22%	0.50%
Denmark	9,200	665	0.29%	0.41%
France	9,100	125	2.20%	0.43%
Greenland	8,600	32	0.26%	0.25%
Libya	7,800	19	0.42%	0.26%

How does traffic from one region convert compared to another region? Use this map to optimize your SEO investments.

### How did my organic traffic perform?

https://www.skynet.com

Goal: All

Dec 01, 2016 to Dec 31, 2016

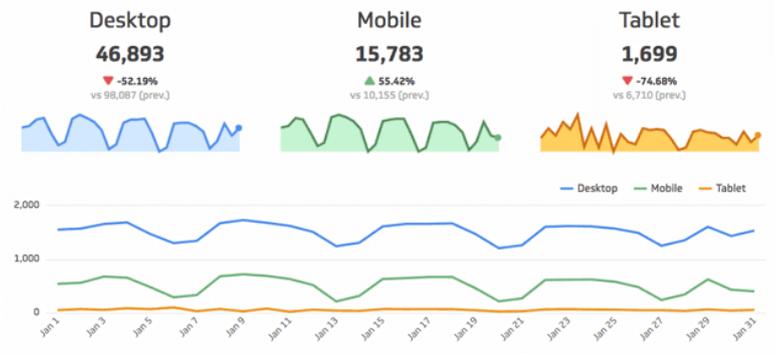


Use the drop-down to see how you performed for different goals.

### What's the device breakdown of my organic sessions?

https://www.skynet.com

Dec 01, 2016 to Dec 31, 2016



Device types directly impact a user's experience on your website. Use this chart to prioritize web design initiatives.

### What are my top landing pages from organic search?

https://www.skynet.com

Landing Pages	Sessions	Bounce Rate	CTR	Goal Conv. Rate
/about-us	120,410	85.40%	18.30%	10.78%
/learn-more	88,600	45.30%	12.50%	7.54%
/home	54,250	22.10%	9.20%	5.23%
/contact-us	33,800	15.70%	7.50%	4.10%
/products	20,830	11.10%	5.90%	3.27%

Use the Which keywords are driving traffic to my top landing pages? Klip to make sure these pages contain the right content. Note: this Klip doesn't include data for today and yesterday, because Google Search Console does not provide this data via their API.

### Which keywords are driving traffic to my top landing pages?

https://www.skynet.com/

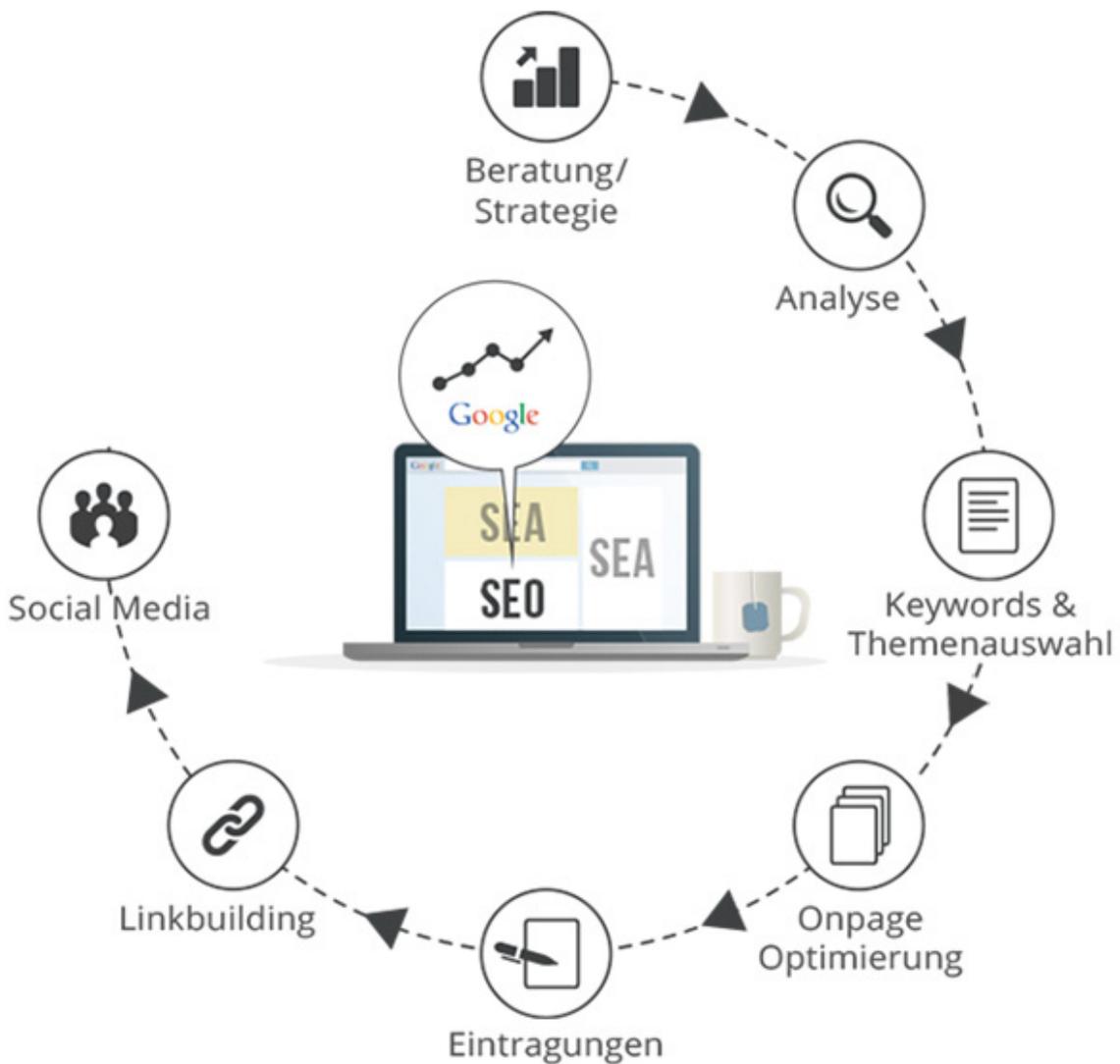
Landing Page: https://www.skynet.com/products

Keywords	Clicks	Impressions	Position	CTR
maximize time	19,780	44,670	9.70	78.30%
energy management	7,342	13,330	7.00	23.40%
improve productivity	4,450	8,950	5.30	15.20%
increase efficiency	1,030	7,100	3.87	12.10%
productivity hacks	785	5,340	2.99	14.00%

Use this data to optimize your landing pages. Note: this Klip doesn't include data for today and yesterday, because Google Search Console does not provide this data via their API.

# GRUNDLEGENDE SEO-STRATEGIE

- Auswahl von Keywords, die bei den Suchmaschinennutzern beliebt und für Ihr Geschäft relevant sind.
- Schreiben von Seitentiteln, die für Kunden informativ sind und an Ihre Geschäftsziele ausgerichtet sind.
- Aufbau einer klaren Seitennavigation, die von einer Seite zur nächsten fließt und Besucher zur „Konversion“ führt.
- Veröffentlichen von Inhalten, die reich an einzigartigen Informationen und hochwertigen Bildern/Videos sind.
- Aufbau von eingehenden Links, die von Webseiten mit einer hohen Relevanz stammen.
- Erwähnungen Ihres Unternehmens in sozialen Medien steigern.



# Onpage Optimierungen

## Webseitenstruktur

- Strukturelle Elemente
- Interne Verlinkungen

## Inhalte

- Originäre Inhalte
- Einzigartige Texte/Bilder

## Keywords

- Durch diese wird die Seite beim Suchen gefunden.
- Ganz natürliche Verteilung in den Texten
- Verwendung in Überschriften, Dachzeilen, Unterzeilen, fett geschriebenen Textabschnitten

## Meta Tags

- Bilder mit passenden Keywords versehen
- Seitenbeschreibungen

## Onpage SEO

- Besonders hochwertiger Content, der
- Gut für menschliche Besucher lesbar sein soll
- Relevante Keywords verwenden
- Keywords sollten immer in Titeln und Untertiteln, als auch im Haupttext, aber nicht in jedem Satz vorkommen.
- Kommentare sollten immer erst auf SPAM-Links überprüft werden.
- Technisch sollte Ihre Webseite in Ordnung sein. Entfernen Sie tote Links und stellen Sie sicher, dass keine Formatierungsfehler auftreten.

## Verwenden Sie Text, um Informationen darzustellen.

Auch wenn es für die menschlichen Besucher anziehender ist, Bilder, Videos und interaktive Elemente zu sehen, ist der Crawler auf Text angewiesen, um herauszufinden, welche Informationen auf der Webseite vorhanden sind.

**Cloaking** sollte vermieden werden. Das heißt, Sie sollten den gleichen Inhalt für Crawler und Besucher und keine eigene Version für jeden bereitstellen.

# KEYWORD RECHERCHE

## Google Keyword Tool

Das Google Keyword Tool ist üblicherweise das erste Werkzeug, das Webseitenbetreiber verwenden, um zu bestimmen, welche Zielgruppe sie erreichen möchten. In seiner einfachsten Form liefert das Tool Informationen zu einzelnen Keyword Suchen, zusammen mit monatlichen Schätzungen, wie häufig die Suche durchgeführt wird.

- Das Tool gibt Ihnen zudem einen Hinweis darauf, wie sehr die Keywords mit dem Hauptbegriff verwandt sind.
- Zudem können Sie so herausfinden, wonach die Nutzer suchen.
- Obwohl das Keyword-Tool im AdWords-Konto verfügbar ist, das eigentlich als kostenpflichtige Marketinglösung gedacht ist, können Sie gratis darauf zugreifen.

## Google Trends

Das Tool sieht sich dieselben Keyword Suchen in einem anderen Kontext an. So sehen Sie, welche Interessen gerade an Beliebtheit gewinnen und/oder verlieren.

Your product or service

Get ideas

Modify search

Search volume trends ↕

Average monthly searches

7.14M

5.36M

3.57M

1.79M

Apr 2013

Jul

Oct

Mar 2014

## Suchvorschläge

Wenn Benutzer die ersten Buchstaben oder Wörter einer Suchanfrage eintippen, geben Google und auch Bing Suchvorschläge vor, damit nicht die gesamte Phrase eingegeben werden muss.

Diese Phrasen werden aus tatsächlichen Suchanfragen von Nutzern aus früheren Besuchen ausgewählt. Die Einbeziehung dieser Vorschläge ist eine hervorragende Methode, um die Echtzeit-Interessen von Internetbenutzern in Nischen und Marken zu ermitteln und daraus passende Keywords zu bestimmen.



## Pay-per-Click-Kampagnen

Mit diesen Kampagnen können Sie die Effektivität verschiedener Keywordphrasen testen und Anzeigen zu bestimmten Keywords schalten. Sie sollten aber wohl überlegt die Keywords anpeilen, die auch von Werbetreibenden verwendet werden. SEO-Inhalte für ein Keyword zu erstellen, mit dem Sie keine Käufer finden, ist eine Verschwendung von Ressourcen.

## Aktivität der Konkurrenz

Neben den PPC-Kampagnen können auch die Aktivitäten der Konkurrenz darauf hinweisen, ob ein Marktinteresse entdeckt wurde. Wenn ein Konkurrent eine Präsentation in einem bisher nicht abgedeckten Feld erstellt, sollten diese neuen Aktivitäten mit den oben erwähnten objektiven Tools analysiert werden.

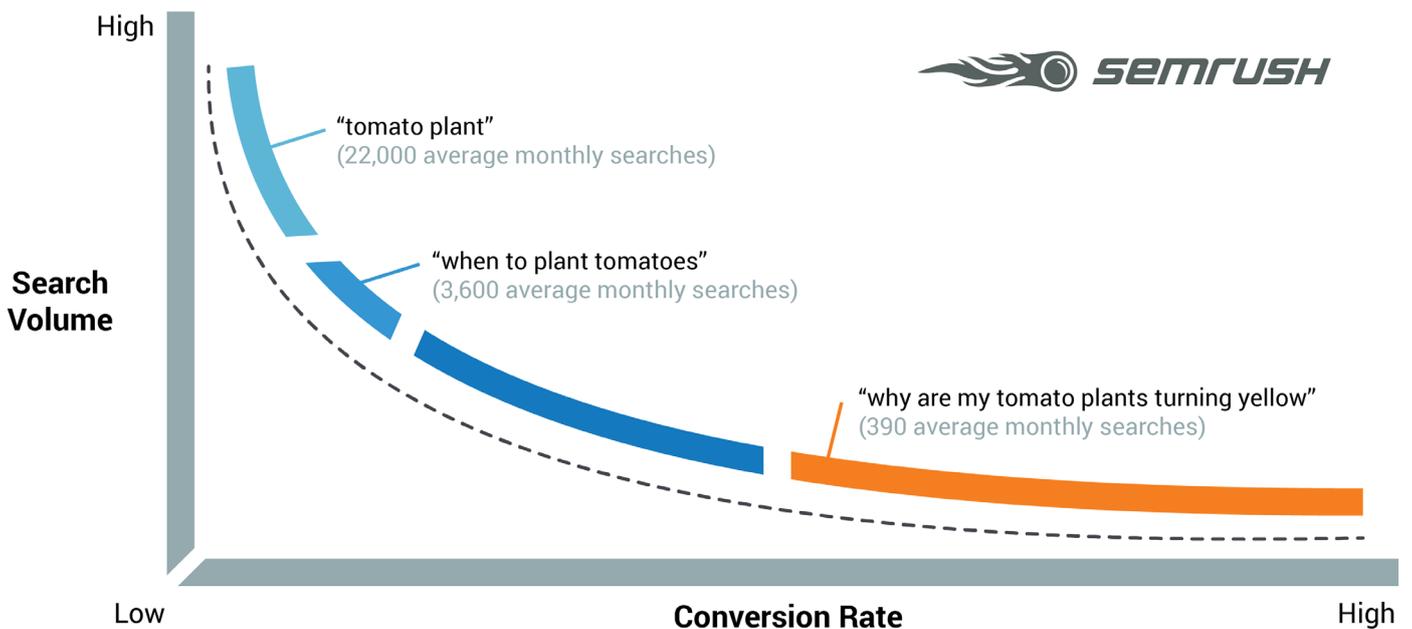
## Keyword Recherche ist ein Muss

Unternehmen müssen Ihre Zeit und Ressourcen auf die Aspekte des Webmarketings konzentrieren, die zu einem Profit führen. Es kostet sonst nur Geld, wenn Sie nicht wissen, wo Sie Ihr Marketingbudget investieren. Sie sollten die von Keyword-Tools bereitgestellten Daten nutzen, um darauf ihre SEO-Strategie aufzubauen.

## Long-Tail Keywords

Je mehr ein Kunde über sein Suchobjekt weiß, desto mehr Wörter wird er in seiner Suchanfrage verwenden. Eine lange Suchanfrage ist ein typisches Anzeichen dafür, dass der Nutzer nach dem richtigen Ort sucht, um eine bestimmte Produkt-Modellnummer, ein Merkmal oder eine Erweiterung zu finden. Sie sollten daher unbedingt über Seiten verfügen, auf der sich neue Nutzer in dieser Phase schnell zurechtfinden.

Es wird zwar im Vergleich zu allgemeinen Suchanfragen (z.B. Waschmaschine) nicht so viele Menschen geben, die diese spezifischen Begriffe nutzen jedoch sind die suchenden Nutzer in dieser Phase wesentlich stärker an dem Produkt interessiert und stehen kurz vor dem Kauf.



# Keyword-Suchvolumen

Die Länge der Phrase steht in enger Verbindung mit dem Trafficvolumen, den der Begriff auf Ihre Seite ziehen kann.

- Je allgemeiner die Phrase ist, desto häufiger wird danach gesucht und desto mehr Traffic erhalten Sie.
- Je spezifischer die Phrase ist, desto weniger Traffic erhalten Sie, verfügen für den Suchenden aber über eine hohe Relevanz.

Wofür sollten Sie sich entscheiden? Das hängt ganz von Ihrer Strategie ab. Längere Phrasen bringen Ihnen nicht so viel Traffic ein wie allgemeine Begriffe, sind aber äußerst stark auf eine Zielgruppe fokussiert und werden Ihnen wahrscheinlich die höchste Konversion Rate einbringen. Kürzere Phrasen bringen Ihnen mehr Besucher, aber ohne eine klare Kaufabsicht. Am besten sie fahren eine doppelgleisige Strategie und verwenden eine Mischung aus kurzen und langen Phrasen.

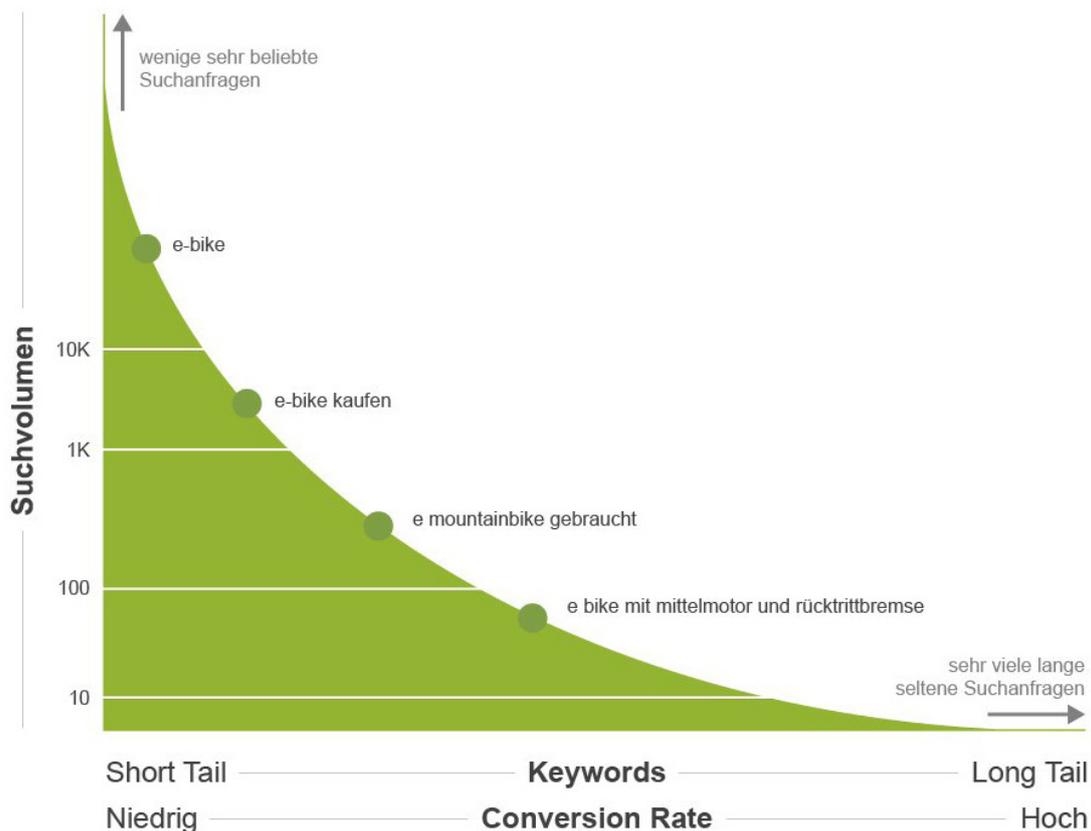
The screenshot shows the Google Keyword Planner interface. At the top, the search term 'dresses, dress, dres' is entered. Below this is a bar chart titled 'Search volume trends' showing 'Average monthly searches' from June 2015 to May 2016. The y-axis ranges from 1.25M to 5M. The chart shows a general upward trend in search volume over the period.

Below the chart is a table of 'Keyword ideas'. The table has columns for 'Search terms', 'Avg. monthly searches', 'Competition', 'Suggested bid', 'Ad impr.', and 'Add to plan'. The first three rows of data are highlighted with a red box:

Search terms	Avg. monthly searches	Competition	Suggested bid	Ad impr.	Add to plan
dresses	301,000	High	€0.97		»
dress	301,000	High	€0.97		»
dres	301,000	High	€0.87		»

## Keyword-Absicht

Da Ihre Ressourcen begrenzt sind und Sie nur eine begrenzte Anzahl von Keywords, Märkten und/oder Nischen mit Ihrer Suchkampagne in Angriff nehmen können, sollten Sie versuchen sich so gut wie möglich auf diejenigen Keywords zu konzentrieren, die auf einen Einkauf abzielen. Einige Longtail-Keywords enthalten eine klare Kaufabsicht und sind unter den Nutzern sehr beliebt



## So funktioniert die Keyword Recherche

Die Recherche kann Zeit aufwändig sein, aber wenn sie vernünftig ausgeführt wird, erreichen Sie mit ihr langfristige Erfolge.

Der Erfolg Ihrer SEO-Strategie hängt von der Qualität der Nutzer ab, die Sie auf Ihre Webseite locken. Ihre Besucher müssen speziell nach Ihrem Produkt suchen. Die richtige Keyword Recherche hilft Ihnen dabei.

Es gibt vier Aspekte, die Sie in Ihrer Strategie berücksichtigen sollten:

- Die Verwendung von Longtail-Keywords
- Die Messung des Keyword-Schwierigkeitsgrades
- Die Absicht hinter dem Keyword bestimmen
- Das Keyword-Targeting

# SO BEREITEN SIE CONTENT FÜR IHRE WEBSEITE VOR.

Nachdem Sie den Markt nun kennen und von den Fragen Ihrer Kunden wissen, können Sie nun Blogbeiträge oder Artikel verfassen. Ein paar Punkte sollten Sie dabei beachten:

- SEO-freundliche Inhalte
- Doppelte Inhalte vermeiden
- Rich Snippets
- Social Plug-ins
- Interne Verlinkungen

## SEO-freundliche Inhalte

Jeder Artikel sollte SEO-freundlich sein.

### Content Länge

Artikel sollten eine ausreichende Länge haben, damit Sie das Thema eingehend bearbeiten können. Der Richtwert liegt bei mindestens 650 Worten. Auch wenn Sie die Artikel für ein gutes SEO-Ranking schreiben, sollte sie vor allem für echte Menschen gut lesbar sein.

### Titel

Der Titel sollte so gewählt werden, dass die Kunden, die an dem Thema interessiert sind, es leicht finden können. Die Ziel-Keywords sollten im Titel vorkommen und auch im Rest des Textes natürlich eingestreut werden. Sie können auch ähnliche Keywords, Synonyme und andere Variationen benutzen. Diese nennt man sekundäre Keywords.

## Doppelte Inhalte vermeiden

Ihre Inhalte sollten niemals an einer anderen Stelle im Internet erscheinen. Einzigartigkeit ist unabdingbar. Es ist in Ordnung, auf andere Ideen zu verweisen, aber Sie können viel Ärger anrichten, wenn Sie die Inhalte anderer kopieren. Webseiten Betreiber können dafür bestraft werden, wenn sich duplizierte Inhalte auf Ihrer Webseite finden.

## Rich Snippets – Strukturierte Daten

Suchmaschinen geben Webmastern und Content-Erzeugern die Möglichkeit, in den Suchergebnissen spezielle Elemente für Ihre Webseite hinzuzufügen. Z.B. können Restaurants einen Code auf der Webseite einfügen, mit dem ein Foto des Ladens oder eine Karte neben Ihrem Eintrag in den Suchergebnissen angezeigt wird.

<https://developers.google.com/search/docs/guides/intro-structured-data?hl=de>

## Social Plug-ins

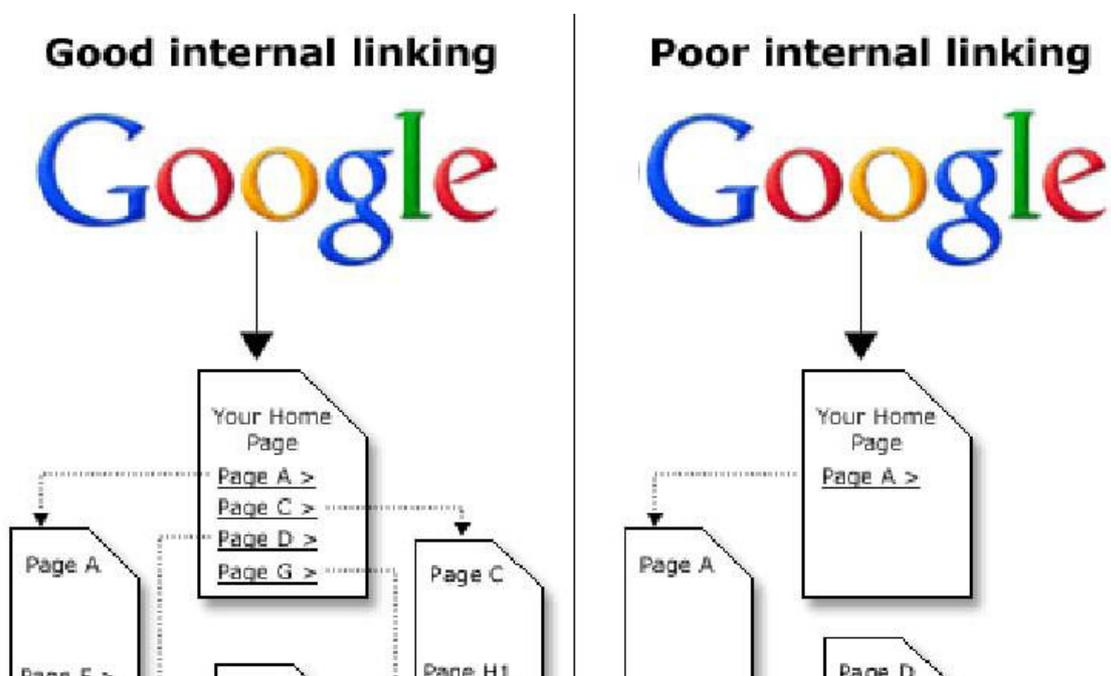
Soziale Signale, also die Häufigkeit von Aktivitäten wie kommentieren, liken und teilen, haben keinen direkten Einfluss auf Ihr Ranking, auch wenn dieser immer diskutiert wird. Nichtsdestotrotz sollten Sie immer daran denken, dass Ihre Inhalte an andere Nutzer weiterempfohlen werden, wenn Ihre Leser sie als nützlich einstufen.

## Interne Verlinkungen

Interne Links verdeutlichen die Bedeutung Ihrer Inhalte im Vergleich zu anderen Webseiten auf Ihrer Webseite. Wichtige Konzepte, Produkte und Dienstleistungen sollten als Links markiert sein, damit die Leser zu anderen Stellen auf Ihrer Webseite weitergeleitet werden. Suchmaschinen beurteilen anhand der Verlinkungen, ob die Webseite die Zeit der Besucher wert ist.

## Content vorbereiten

Natürlich gibt es keinen Ersatz für relevante, aktuelle Inhalte. Als Content Erzeuger müssen Sie unbedingt darauf achten, dass Ihre Webseite wirklich die Bedürfnisse der Besucher adressiert. Die fünf vorherigen Elemente können dafür sorgen, dass Ihr Content leichter entdeckt wird. Damit sich Ihre Arbeit aber wirklich lohnt, sollten Sie auch wertvolle, relevante Inhalte anbieten.



# CONTENT MARKETING

Content-Marketing ist ein Ausdruck, den Sie bestimmt schon häufiger gehört haben. SEO und Content-Marketing stellen zwei Seiten derselben Medaille dar. Die Optimierung von spezifischen Keywords sorgt dafür, dass sich Ihre Inhalte einfacher entdecken lassen, aber die eigentlichen Inhalte sind dafür verantwortlich, dass Ihr Besucher sich mit Ihrer Webseite auseinandersetzt.

Content-Marketing umfasst drei unterschiedliche Schritte, die auf effektive Weise ausgeführt werden müssen:

- Content-Planung
- Content-Erstellung
- Content-Promotion

## Content-Planung

Content-Planung ist der Prozess, bei dem einige Fragen zur Gestaltung der Marketingkampagne geklärt werden.

- Welchen Zweck verfolgt Ihr Content?
- Wer ist Ihre Zielgruppe?
- Was ist Ihr Ziel?
- Welche Art von Inhalten könnte für Ihre Besucher interessant sein?

SEO ist als eine langfristige Strategie zu betrachten, und danach sollte sich auch Ihr Content richten. Es ist eine gute Idee, einen Veröffentlichungsplan vorzubereiten, damit Sie Ihr Publikum über einen längeren Zeitraum hinweg auf Ihre Webseite ziehen können.

## Content-Erstellung

Sobald Sie einen grundlegenden Fahrplan für Ihren Content haben, geht es dann schließlich an die Erstellung von Inhalten. Unabhängig von der Form des Contents sollten Sie auf jeden Fall nachvollziehen können, womit sich Ihr Publikum beschäftigt und für welche Probleme es Lösungen sucht.

## Optimierung Ihrer Inhalte für Suchmaschinen

Wir haben bereits besprochen, wie wichtig es ist, dass Sie bei der Erstellung Ihrer Inhalte ein Problem behandeln, für das Ihre Leser eine Lösung suchen. Allerdings müssen Sie Ihre Leser auch wissen lassen, dass dieser Content existiert. Sonst wäre das ja so, als ob Sie ein Luxus Wohnhaus bauen und der Öffentlichkeit dann nicht mitteilen würden, dass Sie auch Wohnungen zu vermieten haben. SEO zielt darauf ab, Ihren Content sichtbar zu machen, indem er sich über Suchmaschinen einfacher finden lässt. Wie vorhin schon besprochen, spielt die Keyword Recherche eine wichtige Rolle in diesem Prozess, da Sie mit Ihrer Webseite die beliebtesten Keywords in Ihrem Spezialgebiet besetzen möchten. Darüber hinaus entwickeln Sie auf Grundlage des monatlichen Suchvolumens ein Gespür dafür, welche Themen gefragt sind.

## Content-Promotion

Auch wenn der Content eigentlich dazu da ist, Ihr Geschäft zu bewerben, müssen auch Ihre Inhalte erst einmal beworben werden. Leider taucht guter Content nach der Erstellung nicht einfach magisch vor den Internetnutzern auf, um ihre Probleme zu lösen. Höhere Positionen für ein spezifisches Keyword ergeben sich nicht innerhalb von einem Tag. Wie wir bereits erwähnt haben, und in den nächsten Kapiteln dieses Guides auch noch weiter vertiefen werden, ist Ihr Ranking unter anderem abhängig von der Anzahl der Backlinks, die Ihre Webseite von anderen relevanten Webseiten erhält. Sie können sich diese Backlinks als Stimmen für Ihren Content vorstellen. Je mehr Stimmen dieser erhält, desto sichtbarer wird er in den Suchergebnissen.

Daher sollte Ihr Content über alle verfügbaren Social-Media-Kanäle und in für Ihre Nische relevanten Communitys verbreitet werden. So erreichen Sie eine maximale Sichtbarkeit und sorgen dafür, dass andere Ihren Content lesen und vielleicht sogar darauf verweisen werden.



# OFFPAGE-SEO-LINKAUFBAU

Suchmaschinen stufen beliebte Seiten höher ein, da beliebte Seiten eher das anbieten, wonach der Nutzer sucht.

Auf einem ähnlichen Prinzip basiert die Facebook-Chronik. Vielleicht haben Sie bemerkt, dass Geschichten mit einer höheren Anzahl an „Likes“ weiter oben im Feed stehen. Das liegt daran, dass sich der Facebook-Algorithmus in der Bewertung der Nützlichkeit des Contents teilweise daran orientiert. Mit anderen Worten stellen eingehende Links also eine Stimme für Ihre Webseite dar.

Natürlich bezieht der Algorithmus einer Suchmaschine auch noch andere Kriterien ein als nur die reine Anzahl der eingehenden Links. Diese eingehenden Links müssen nämlich aus einer vertrauenswürdigen und relevanten Quelle stammen.

## Das Problem mit Links

Eingehende Links sind wertvoll, bringen aber auch ein Problem mit sich. Wer sich primär auf externe eingehende Links verlässt, macht das Ranking seiner Webseite abhängig von anderen Webseiten. Wenn beispielsweise keine autoritative Webseite auf Ihre Seite verlinkt, dann sind Ihre Chancen, auf der ersten Seite bei Google zu landen, sehr gering oder auch gleich null und das unabhängig von der Qualität Ihrer digitalen Marke. Kein Unternehmen kann oder sollte das dem Zufall überlassen.

## Don'ts beim Linkaufbau

Vermeiden Sie unbedingt folgende Methoden, die Ihrer Webseite nur schaden würden

- Linktausch-Programme
- Link-Kauf
- Links auf Presell-Seiten hosten
- Kommentare auf Blogs /Foren
- Artikelverzeichnisse

# So erhalten Sie hochwertige Links

## Social Media

Links von sozialen Medien auf Ihre Webseite sind oft „no-follow“-Links, die keinen direkten Einfluss auf die SEO haben. Dennoch kann ein Markenauftritt in den sozialen Medien den Traffic auf Ihre Webseite erhöhen und im Allgemeinen beim Reputationsaufbau helfen. Je sichtbarer Ihre Inhalte in den sozialen Medien sind, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass Menschen sie über Blogartikel, Foren, Social Bookmarking und andere Kanäle teilen und dadurch Ihr Linkprofil natürlich verbessern.

## YouTube und Pinterest

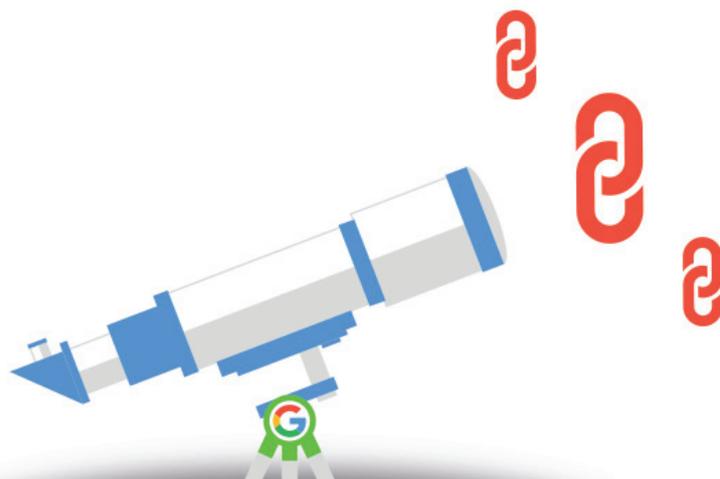
Mit der Veröffentlichung von interessanten Video- oder Bildinhalten auf YouTube oder Pinterest können Sie jede Menge Traffic auf Ihre Seite ziehen. Diese Webseiten haben eine sehr gute Domain-Autorität, d. h. sie werden von Suchmaschinen hoch eingestuft, und sie verfügen außerdem über große Communitys, die Ihren Content entdecken können.

## Gastbloggen

Gastbloggen ist eine Praxis, bei der ein Blogger anbietet, einen Beitrag auf dem Blog einer anderen Person zu schreiben. Der Beitrag enthält dann üblicherweise einen Link zurück auf die Webseite des Gastbloggers. Der Gastblogger profitiert, indem er einen Link von einer Webseite aus derselben Nische erhält, während der Blog-Gastgeber kostenlos hochwertigen Content erhält. Die zwei Schlüssel fürs Gastbloggen sind Relevanz und Qualität. Als Gastblogger sollten Sie wählerisch sein, für wen Sie schreiben. Sie sollten sich an qualitativ hochwertige Blogs wenden, die für Ihre Webseite in hohem Maße relevant sind.

## Linkbuilding: Qualität zählt

Wenn Sie am Gastbloggen Interesse haben, dann sollten Sie herausfinden, wer die besten Blogger in Ihrem Feld sind und wie Sie sich mit ihnen in Verbindung setzen können. Achten Sie aber darauf, dass Sie es nicht übertreiben. Wer das Gastbloggen in größerem Umfang zum Linkaufbau betreibt, kann damit ebenfalls gegen die Regeln von Google verstoßen. Beim SEO sind nur die Langsamen Gewinner.



## Linkbuilding-Strategien

1. Links von anderen Seiten anfragen: Sprechen Sie mit einflussreichen Bloggern und Webseiten-Betreibern und fragen Sie nach. Erklären Sie, wie sich der Backlink für sie lohnen würde. Beispielsweise...
2. Indem Sie Ihr Publikum auf die jeweils andere Webseite aufmerksam machen.
3. Erstellen Sie Ihre eigenen Links: Bei dieser Methode müssen Sie Webseiten, Blogs und Social Media Konten erstellen
4. Gastbeiträge

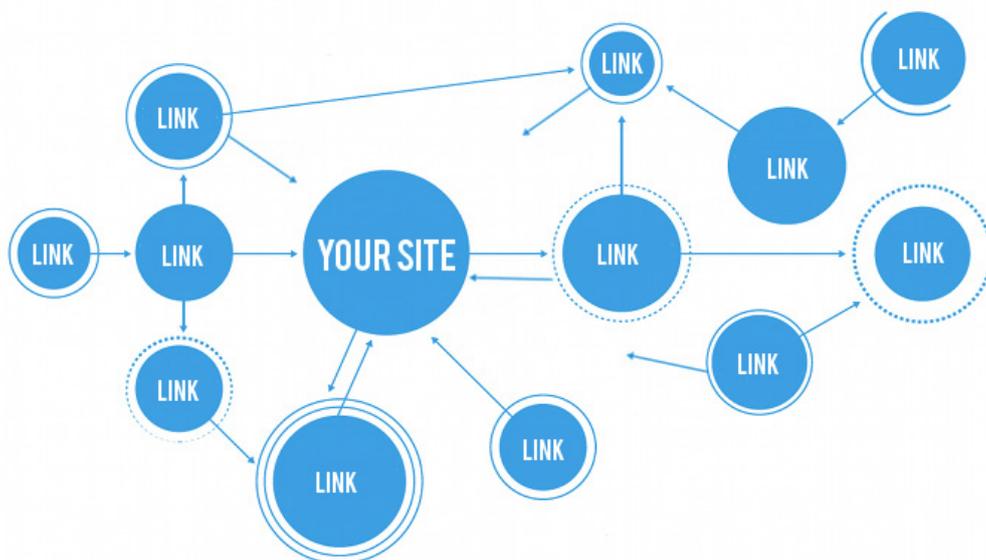
### Autoritative Links definiert

Es ist nicht kompliziert, autoritative eingehende Links zu erhalten, aber dennoch benötigen Sie einen Überblick darüber, welche Kriterien Suchmaschinen für autoritative Links heranziehen. Hier sind ein paar wichtige Indikatoren für einen hochwertigen eingehenden Link:

- die Webseite ist für Ihre Webseite relevant
- der Inhalt der Webseite ist hochwertig (d. h. kein Spam oder voller Keywords)
- Sie haben irgendeine Art von Beziehung zu dem Webseite-Betreiber
- der Content der Webseite ist für Ihr Publikum von Nutzen
- die Webseite wird als Meinungsführer in Ihrer Branche angesehen

Fazit: Seien Sie geduldig und arbeiten Sie fleißig an Ihrer Linkbuilding-Strategie.

Linkbuilding ist nicht kompliziert, aber es ist auch nicht einfach. Passende Links zu erhalten, kann einige Zeit und viel Fleiß in Anspruch nehmen, um sicherzustellen, dass nur qualitativ hochwertige Webseiten zurück auf Ihre Webseite verlinken



# SO ANALYSIEREN SIE IHR SEO

Wenn man es messen kann, lässt es sich auch verbessern.

Seit der Einführung hat Google Analytics Web-Marketer und Unternehmen mit Tools unterstützt, über die sich die Performance bei Suchmaschinen unkompliziert verfolgen und messen lässt. Bei der SEO wird der Erfolg durch Traffic, Rankings und Konversionen bestimmt – alle diese Komponenten lassen sich über cloudbasierte Anwendungen im Internet verfolgen. Google Analytics ist dabei ein ziemlich gutes Werkzeug.

## Die drei wichtigsten Key Performance Indicators (KPIs)

Zunächst einmal sollten wir klären, was ein Key Performance Indicator ist. Ganz vereinfacht gesagt dient ein KPI der Leistungsmessung. Bei der SEO sind die KPIs die Performance-Kennzahlen, die die größte Rolle spielen.

### Traffic

Der Traffic ist der am häufigsten besprochene KPI, weil er signalisiert, ob Menschen Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung wahrnehmen. Traffic ist aber viel mehr als nur reine Zahlen, diese müssen nämlich auch noch eine Bedeutung haben. Allgemein gibt es zwei Aspekte beim eingehenden Traffic, die Sie überwachen sollten: das Volumen (Zahl oder Prozentsatz der täglichen/monatlichen Besucher) und die Qualität (die Art der Besucher).

- Trafficvolumen: Wenn es um die reine Anzahl der eingehenden Besucher geht, ist der organische Traffic der heilige Gral.
- organischer Traffic tritt nämlich dann ein, wenn Benutzer über eine Suchmaschine auf Ihre Webseite gelangen.

Traffic-Qualität: Die Qualität des Traffics zu bestimmen, ist nicht ganz so einfach, denn Sie müssen genau wissen, auf welche Kennzahlen es ankommt. Einige der am häufigsten verwendeten Kennzahlen für die Ermittlung der Traffic-Qualität sind: Seiten pro Besuch, Bounce-Rate, Verweildauer und Click-through-Raten (CTRs). Die Traffic-Qualität bezieht sich vor allem darauf, wie lange Ihre Besucher auf der Webseite bleiben und sich mit ihr beschäftigen und ob sie Inhalte konsumieren, die schließlich zum Einkauf oder zur einer Konversion führen.

### Rankings

Laut Search Engine Watch erhalten organische Suchergebnisse auf der ersten Seite von Google bis zu 92 % des Traffics im Vergleich zu den bescheidenen 8 %, falls Ihre Webseite auf der nächsten Seite landet. Das zeigt, dass Keyword-Rankings immer noch eine große Rolle spielen. Zwar ist es nicht unbedingt schwer, Ihre Rankings zu verbessern, aber es braucht schon etwas Feingefühl, wenn Sie es wirklich richtig machen wollen. Seien Sie in Ihrem Bemühen um bessere Suchmaschinen-Rankings geduldig. Langfristig wird es sich für Sie auszahlen.

## Konversionen

Dieser Faktor beschäftigt sich mit dem „Warum“ hinter Ihrer SEO-Strategie. Jede Suchoptimierung sollte klare, definierbare Ziele haben, die gemessen werden können. Wenn diese Ziele erreicht werden, spricht man von einer „Konversion“. Eine Konversion muss nicht unbedingt bedeuten, dass dabei Geld fließt. In vielen Fällen ist eine Konversion so etwas Einfaches wie eine Anmeldung für den Newsletter oder der Download eines Dokuments. In jedem Fall können und sollten Ihre Webseite-Konversionen mit Ihrem Analyse-Tool untersucht werden.

Fazit: Verfolgen Sie alles. Beim SEO-Tracking dreht sich alles um die Daten. Je mehr Daten Ihnen zur Verfügung stehen, desto mehr Wissen werden Sie haben, um einen großen Einfluss auf Ihr Publikum zu haben.



# GOOGLE ANALYTICS FÜR SEO

Zunächst einmal müssen Unternehmen für die Verwendung von GA nichts zahlen. Das Tool wird von den Menschen entwickelt, gepflegt und verwaltet, die die weltweit größte und innovativste Suchmaschine betreiben. Genau die, auf der Sie eine hohe Position erreichen möchten.

## Überwachung des organischen Traffics

Mit dem letzten GA-Update wurde die Überwachung von organischem Traffic zum Kinderspiel. Melden Sie sich einfach bei GA an, gehen Sie links in das Menü und wählen Sie „Zugriffsquellen“ aus. Klicken Sie dann auf das Drop-down-Menü „Suchen“ und klicken Sie auf „Organisch“. Nun sehen Sie eine Liste der Keywords, die organischen Traffic auf Ihre Webseite leiten. Sie können sich für jedes Keyword detaillierte Informationen ansehen (Anzahl der Besuche, Verweildauer und Seite pro Besuch).

## Tracking von „nicht angegebenen“ Keywords

Was ist ein „nicht angegebenes“ Keyword? Nun, dafür müssen wir ein bisschen weiter ausholen. Im Jahr 2011 kündigte Google an, dass man Suchbegriffe, die in sicheren Suchanfragen verwendet werden, verschlüsseln würde. Wenn Sie beispielsweise die oben erklärte organische Trafficüberwachung verfolgen, werden Sie unter anderem den Keywordeintrag „nicht angegeben“ finden. Dieser bezieht sich auf Anfragen, die über die sichere Suche durchgeführt wurden. Das ist die schlechte Nachricht. Die gute Nachricht ist, dass Sie diese Daten in den Google Webmaster-Tools nutzen können. Der Nachteil hierbei ist aber, dass Sie sich nur die ersten 1.000 organischen Suchergebnisse anzeigen lassen können.

## Analyse der Landing Page

Die GA Analyse-Tools für die Landing Page erlauben Ihnen die Überwachung Ihrer Webseiten-Performance bis ins kleinste Detail. Klar, Sie können sich auch alle normalen Kennzahlen (Bounce-Raten, Klicks, eingehender Traffic usw.) anzeigen lassen, aber es ist auch möglich, sich individuelle Konversionsziele für jede Landing Page einzustellen, um spezifische Konversionsprozentsätze für jede überwachte Landing Page zu erhalten. So können Sie ganz genau kontrollieren, welche Webseiten oder Seitenelemente gut funktionieren.

## Content-Gruppierung

In GA können Sie die Performance bestimmter Aspekte Ihrer Webseite mit einer Funktion namens Content-Gruppierung überwachen. Wenn Sie beispielsweise Kleidung verkaufen, können Sie Site-Elemente gruppieren, die sich auf Herrenbekleidung konzentrieren. So können Sie spezifische Performance-Kennzahlen für diesen bestimmten Teil Ihrer Webseite erhalten. Der einzige Nachteil an dieser Funktion ist, dass Google Sie nur fünf Content-Gruppierungen pro Webseite erstellen lässt.

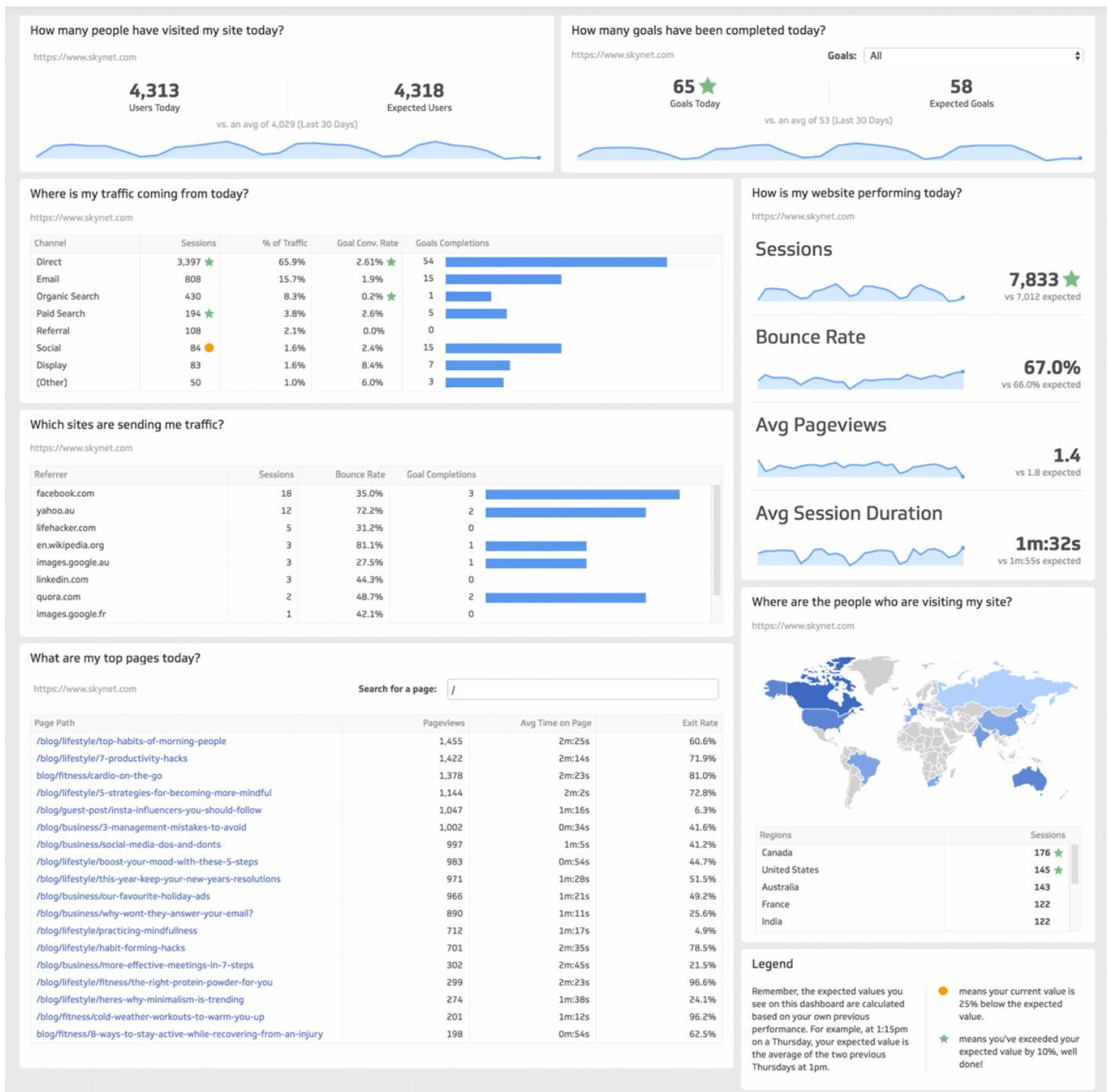
# ANALYSE ALTERNATIVEN

Andere gute Möglichkeiten für die Analyse sind kostenpflichtige Programme, die aber alle kostenlos getestet werden können.

z.B. <https://unamo.com/search-engine-optimization>

<https://www.rankingcoach.com/de-de>

Diese Tools bieten sehr übersichtlich alle wichtigen Informationen und geben Tipps zur Verbesserung.





A series of 20 horizontal dotted lines spanning the width of the page, intended for writing or drawing.

A series of 25 horizontal dotted lines spanning the width of the page, intended for writing or drawing.

A series of 25 horizontal dotted lines spanning the width of the page, intended for writing or drawing.



**NOW COMMUNICATION GmbH**

Flurstraße 65  
D-86551 Aichach

Fon +49 (0) 82 51/8 19 96-0  
Fax +49 (0) 82 51/8 19 96-20  
now@nowcom.de  
www.nowcom.de

Sitz Aichach, HRB 22922  
Registergericht Aichach  
Geschäftsführer: Günter Nowodworski  
Ust-Id-Nr. DE 257 637 185