

WAS IST SEO?

-

ANFÄNGER-GUIDE



**EINE WEBSITE IST NICHT
GENUG ...**



... SIE MUSS AUCH GEFUNDEN WERDEN!

Sonst existiert sie praktisch nicht. Hier kommt SEO ins Spiel.

SEO, kurz für Suchmaschinenoptimierung, ist das Mittel der Wahl, um Ihre Website langfristig für User sichtbar, bedienbar und relevant zu machen.

ES GEHT UM:

- ➔ eine gute Platzierung in den Ergebnissen der Suchmaschinen
- ➔ die Reichweite Ihrer Website
- ➔ die Erfüllung der Erwartungen Ihrer Nutzer & die Beantwortung ihrer Fragen
- ➔ relevante und originale Inhalte

ZUSAMMENGEFASST: **Reichweite**, **Sichtbarkeit** und **Relevanz**

sind die Schlüsselbegriffe einer jeden SEO-Taktik.



SEO? Wozu?



ES GIBT MILLIONEN WEBSITES,

ABER IHRE SOLL GEFUNDEN WERDEN!

Das Internet beherbergt eine unglaubliche Fülle an Websites. Viele konkurrieren zu gleichen oder ähnlichen Themen. Und alle haben ein Ziel:

USER SOLLEN SIE FINDEN.

Wenn Nutzer Ihre Website noch nicht kennen, gelangen sie in der Regel über Suchmaschinen zu ihr. Um hier Ihrer Konkurrenz einen Schritt voraus zu sein, ist es wichtig, die eigene Website technisch einwandfrei, funktionstüchtig und den Content aktuell zu halten. Denn:

GOOGLE UND CO. LIEBEN FRISCHE INHALTE UND ZUVERLÄSSIGE TECHNIK!

Und genau da fängt **SEO** an ...



SEO HAT DREI

GESICHTER



ON-PAGE-OPTIMIERUNG

ist die redaktionelle Optimierung direkt auf der Website.

Dazu gehören u.a.:

- Keywords
- Texte
- Verlinkungen
- Title-Tags
- Meta-Description
- Alt-Texte für Bilder
- optimierte Bildgrößen
- Strukturierung der Seite
- sprechende URLs

ON-SITE-OPTIMIERUNG

sind technische Maßnahmen auf der Website.

Dazu zählen u.a.:

- logische URL-Struktur
- richtiger Code
- responsives Design
- Page Speed
- Crawlbarkeit
- Sicherheit
- Indexierbarkeit

OFF-SITE-OPTIMIERUNG

sind Faktoren außerhalb der eigenen Website.

Dazu gehören:

- Erwähnungen im Web
- Backlinkpopularität
- Social Signals



**WIE LAUTEN IHRE
KEYWORDS?**



Die Frage, mit der jede SEO-Strategie beginnt:

FÜR WELCHE SUCHBEGRIFFE UND WELCHE THEMEN SOLL MEINE WEBSITE RANKEN?

Um mit SEO zu beginnen, müssen Sie festlegen, was Ihre relevanten Keywords sind. Fragen Sie sich dabei auch: **Was hat der User im Sinn**, was möchte er finden, welche Antworten sucht er, wenn er diese Keywords eingibt. Daran sollte sich **Ihre persönliche SEO-Zieldefinition** orientieren.

LONGTAIL UND SHORTHEAD

Verwenden Sie die relevanten Keywords in Ihren Texten, Überschriften, Links und auch in der Navigation. Achten Sie darauf, dass es **kurze Keywords** (Shorthead) und **lange Keywords** (Longtail) gibt. User suchen häufig nicht nur nach „SEO“, sondern nach „SEO Tipps“ oder „SEO Guide PDF“. Oft eröffnet ein Suchbegriff ein ganzes Spektrum an Möglichkeiten.

Daher: Kombinieren Sie, aber differenzieren Sie auch!

HILFREICHE TOOLS FÜR DIE KEYWORDRECHERCHE...

sind im Internet einige zu finden. Wir stellen Ihnen 3 für die (teils) kostenfreie Nutzung vor:

GOOGLE TRENDS: Mit diesem Tool können Sie die Verwendung verschiedener Keywords vergleichen, um herauszufinden, welches von Nutzern häufiger verwendet wird.

HYPERSUGGEST: Dieses Programm schlägt Ihnen verwandte Longtail Suchbegriffe zu einem beliebigen Keyword vor. Dabei können Sie wählen, ob die Erweiterungen davor und/oder dahinter stehen sollen.

KEYWORDTOOL.IO: Auch dieses Tool gibt alternative Suchbegriffe zu einem Keyword aus, wie sie von Usern tatsächlich eingegeben wurden. In einer kostenpflichtigen Version erhalten Sie außerdem Einblicke in das **Suchvolumen**.

Das **Suchvolumen** beschreibt, wie oft ein Keyword monatlich von den Usern verwendet wird. Daraus können Sie Rückschlüsse auf den möglichen Traffic, den der Suchbegriff generiert, ableiten.



**WER IST IHRE
ZIELGRUPPE?**



LERNEN SIE IHRE ZIELGRUPPE KENNEN!

Neben der Keywordrecherche ist auch eine fundierte **Zielgruppenanalyse** ein wichtiger Grundpfeiler für eine erfolgreiche SEO-Strategie. Anhand von Fragen können Sie Repräsentanten Ihrer Zielgruppe, sog. Personas, generieren:

- Wer liest Ihre Inhalte?
- Wer interessiert sich für Ihre Angebote?
- Was sind das für Menschen?
- Wo bewegen sie sich im Internet?
- ...

Die Beantwortung dieser Fragen hilft Ihnen, ein klares Bild von Ihren Kunden zu gewinnen. Je besser Sie Ihre Zielgruppe kennen, desto gezielter können Sie passende Inhalte schaffen!

MIT EINER DURCHDACHTEN ZIELGRUPPENANALYSE ANS ZIEL!



**STELLEN SIE DEN USER
IN DEN MITTELPUNKT!**



GUTE WEBSITES SIND FÜR DIE USER GEMACHT, NICHT FÜR DIE SUCHMASCHINEN.

Für die Suchmaschinen ist der Nutzer Dreh- und Angelpunkt. Ihm wollen sie das passende Ergebnis für seine Fragen liefern. Im Umkehrschluss bedeutet das, Website-Inhalte, die Userfragen klären, sind relevant für Google, Bing, Yahoo, etc.

WEBSITES, DIE SICH AUF DEN USER KONZENTRIEREN, RANKEN GUT!

Richten Sie Ihren Fokus bei der Textproduktion auf Ihre Leser. Was beschäftigt sie? Welche Fragen haben sie? Wie kann Ihre Firma diese lösen? Liefern Sie Antworten und richten Sie Ihre Inhalte auf die Bedürfnisse und Erwartungen der User aus!

Bieten Sie Ihren Lesern Mehrwert, indem Sie über nutzer-relevante Themen schreiben. Platzieren Sie darin geschickt Ihre Keywords. Aber Achtung: User sind im Web ganz besonders ungeduldig! Schreiben Sie **fundierte**, **kurzweilig** und **bringen Sie die Sache auf den Punkt!**



USABILITY IS KEY



USABILITY STEHT FÜR DIE BENUTZERFREUNDLICHKEIT EINER WEBSITE.


Sie verknüpft technische und psychologische Faktoren. Ziel ist es, dass die Website für den User intuitiv verständlich und reibungslos zu bedienen ist.

WAS HAT USABILITY MIT SEO ZU TUN?

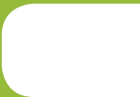

Suchmaschinen erkennen anhand von Metainformationen die Qualität einer Seite. Verweilt der Nutzer nur kurz auf Ihrer Website und kehrt danach zur Suchmaschine zurück, wirkt sich dies negativ auf das Ranking der Website aus. Eine kontinuierliche Verbesserung der Usability ist also empfehlenswert. Daher:

- ➔ Optimieren Sie die Navigation durch Ihre Seite.
- ➔ Strukturieren Sie alle Elemente der Website sorgfältig und logisch.
- ➔ Sorgen Sie dafür, dass sich der User mühelos zurecht findet und er lange verweilt!

Übrigens: Je häufiger Ihre Seite geteilt wird, desto höher das Ranking in den Suchergebnissen.



**ZUVERLÄSSIGE TECHNIK
IST DAS FUNDAMENT
JEDER ERFOLGREICHEN
SEO-STRATEGIE!**



GUTES SEO FÄNGT IM CODE AN!

Eine **technisch gut realisierte Website** ist die absolute **Basis für Ihre SEO-Strategie**. Die Daten Ihrer Website müssen anhand der HTML-Tags, der CSS- und Javascriptdateien sauber strukturiert und semantisch fehlerfrei sein. Denn nur so können sie von den Suchmaschinen richtig ausgelesen, interpretiert, indexiert und schließlich in den Suchergebnissen angezeigt werden.

GUTE TECHNISCHE STANDARDS FÖRDERN DIE USER EXPERIENCE!

Laden die Website-Inhalte zügig? Funktionieren Videos, Buttons, Formulare etc. reibungslos? Kann Content mühelos von Usern auf Social Media geteilt werden? Ist die Website für mobile Geräte zugänglich und können alle Inhalte problemlos angezeigt werden? Wird Duplicate Content vermieden? All diese Faktoren sind ebenfalls wichtige SEO-Eckpfeiler!

Denn: Websites mit **hohen Ladegeschwindigkeiten**, **responsivem Design** und integrierten **Social Sharing Optionen** punkten nicht nur bei den Usern, sondern auch bei den Suchmaschinen.



SEO-MONITORING



GREIFEN DIE SEO-MASSNAHMEN?

Funktioniert die durchgeführte SEO-Methode? Muss etwas verändert oder sogar etwas Neues integriert werden? Ob eine Strategie Früchte trägt, ist immer eine wichtige Frage! Schließlich arbeiten Sie ohne die Auswertung Ihrer Maßnahmen geradezu ins Blaue hinein.

**MIT SEO-MONITORING UND PASSENDEN ANALYSE-TOOLS KÖNNEN SIE
IHRE ERFOLGE MESSEN!**

TOOLS GIBT ES UNZÄHLIGE...

Gute Erfahrungen haben wir z.B. mit **Google Search Console, Google Analytics, Searchmetrics, Sistrix, Xovi, Ryte, Linkbird** oder **Screaming Frog** gemacht. Manchmal lohnt sich eine Kombination verschiedener Tools, da jedes einen anderen Schwerpunkt setzt und dementsprechend andere Insights liefert.

WAS KANN SEO-MONITORING MESSEN?

- ➔ Wie lange verweilen User im Schnitt auf der Website? (durchschnittl. Sitzungsdauer)
- ➔ Wie schnell verlassen User Ihre Website? (Absprungrate)
- ➔ Wie viele Seiten pro Besuch sehen sich User an?
- ➔ Welche Aktionen führen User auf Ihrer Website durch?
- ➔ Wer sind meine Besucher (Alter, geographische Herkunft, Geschlecht)?
- ➔ Wie kommen User auf meine Seite (über Google, über Social Media, über Ads etc.)?
- ➔ Welche Unterseiten werden wie oft aufgerufen?
- ➔ Wie viele externe & interne Links gibt es auf der Website?
- ➔ Sind die Meta-Daten fehlerfrei?
- ➔ Welche Positionen belegt die Website in den Suchergebnissen?
- ➔ ...

ZU GUTER LETZT: SEO IST KEINE STATISCHE WISSENSCHAFT,

SEO IST AGIL, DYNAMISCH UND NIEMALS FERTIG.

Beständig gibt es neue SEO-Trends und Best Practices. Auch das Userverhalten ändert sich. Die Fragen, Erwartungen und Probleme wandeln sich. Hier gilt es, am Ball zu bleiben. Profitieren Sie von professionellem Monitoring und egal, was Sie tun,

ACHTEN SIE AUF QUALITÄT!

Schreiben sie **fundierte Texte** mit **Mehrwert** für den User, verwenden Sie **hochwertige Bilder** und Grafiken. Setzen Sie auf **Usability** und eine **solide technische Basis**. Analysieren Sie Ergebnisse Ihrer SEO-Strategie und integrieren Sie Ihre Erkenntnisse in die zukünftige Taktik.

Viel Erfolg!

Sie wollen SEO-Methoden aktiv in Ihren Marketing-Mix integrieren? Möchten aber SEO-Monitoring auslagern? Oder wünschen Sie ein regelmäßiges SEO-Coaching? Dann besuchen Sie unsere Website:

[LOMBEGO.DE/SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG](https://lombego.de/suchmaschinenoptimierung)

oder sprechen Sie uns direkt an:

Peter Nocken

Lombego Systems GmbH

Kaufstraße 2-4

99423 Weimar

E-Mail: **MARKETING@LOMBEGO.DE**

Telefon: +49 3643 811 8070