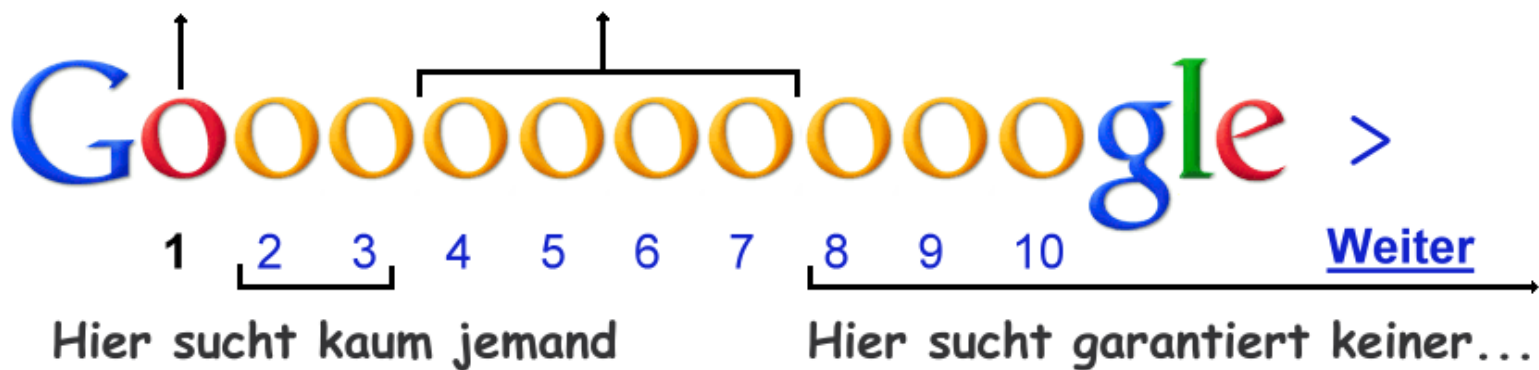


SEO

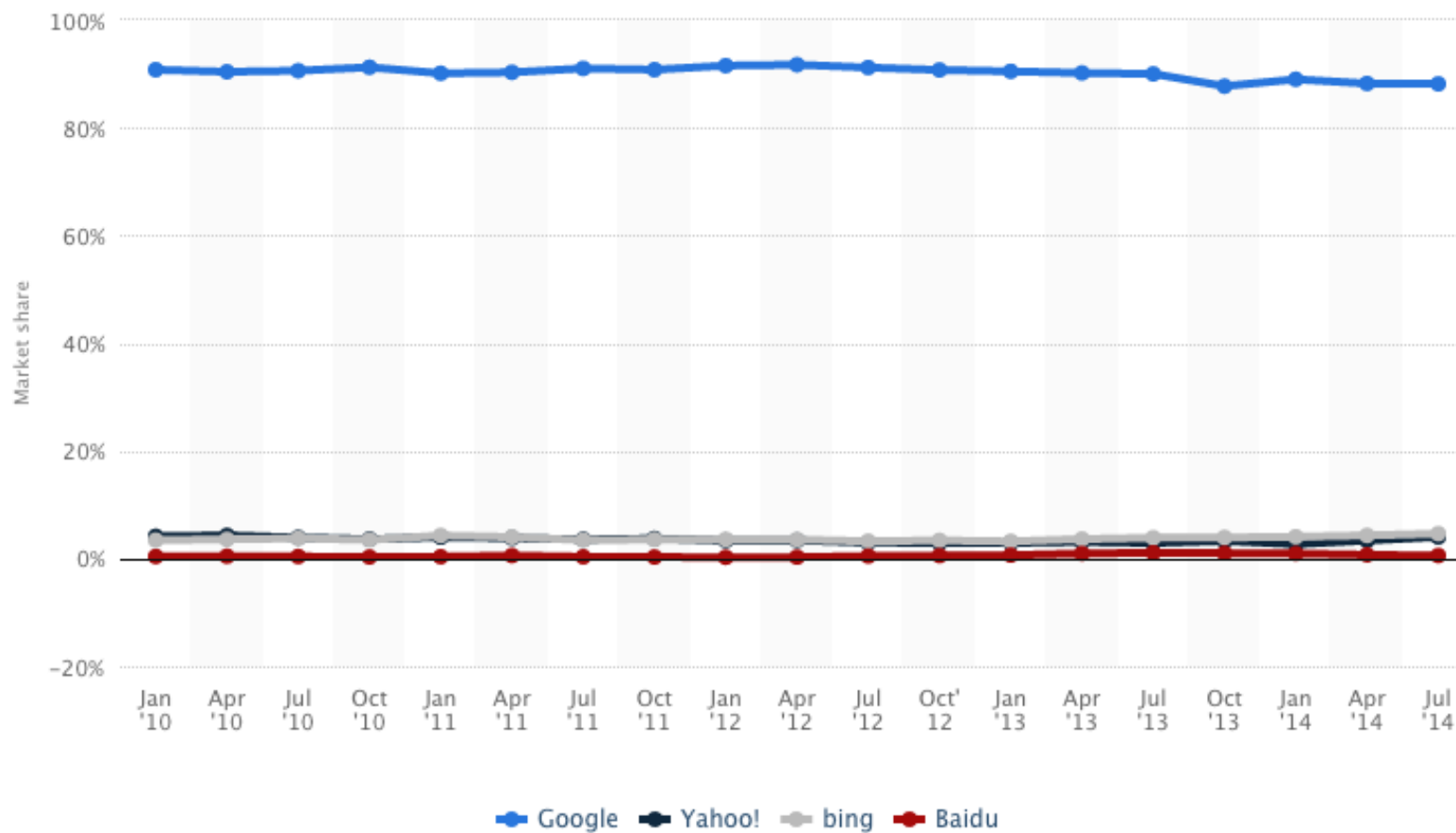
Da suchen alle! Hier sucht keiner



7000€



Worldwide market share of leading search engines from January 2010 to July 2014



**„Es geht nicht darum wie ich mich
präsentieren möchte sondern es geht
darum wie der Kunde mich sehen möchte.“**

User experience steht an erster Stelle, um so Benutzerfreundlicher die Seite um so besser das SEO Ranking.

Bei jeder Seite sollte man sich 6 Fragen stellen:

1. Wie ist die Seite aufgebaut? (**Benutzerfreundlich gemäß der Zielgruppe**)
2. Welche Inhalte befinden sich auf der Seite?
3. Inwieweit stimmen diese mit den Suchanfragen überein? (**Keywords**)
4. Welche Phase der **Customer Journey** wird angesprochen?
5. Sind die Seiten untereinander **verlinkt**?
6. Ist die Menüführung simpel und übersichtlich?

Customer Journey:



Potenzieller Kunde noch keinen Plan von den Produkten.

er informiert sich über das Angebot.

Graphische Anzeigen, Vergleiche und Produkttests beeinflussen ihn.

Er weiß was er will, aber noch nicht von wem.

Eine typische Suche wäre hier z.B.

„3D Fernseher Hersteller“ oder „3D Fernseher Technik“

Nun werden konkrete Produkte verglichen.

Meist gewinnt der günstigste Preis.

Er hat sich für ein Produkt entschlossen und sucht jetzt einen geeigneten Anbieter.

Kauf



Typische SEO-Sünden beim verfassen von Texten:

Immer wieder gesehen dennoch falsch!

- Man sollte nicht „unsere Produkte“, „Dienstleistungen“ schreiben sondern die genaue Bezeichnung verwenden und auch Wörter komplett ausschreiben:
~~Büro- und Drehstühle.~~
Bürostühle und Drehstühle.
- Verwendet immer „sprechende Links“:
Weitere Informationen über Pferde findet ihr [hier](#).
Weitere [Informationen über Pferde](#) findet ihr hier. ✓

Erste Schritte:

- Ein klares Ziel setzen: Zugriffsrage, Zielgruppenansprache, Absatz, Conversion, Keyword Position steigern.
- Bei Google Places Anmelden (local gefunden werden)
- Bei Google Webmaster-Tools Anmelden & Sitemap einsenden (schneller von Google beachtet werden)
- Bei Google Adwords Anmelden (keywords finden)
- Bei Google Analytics Anmelden (Kontrolle)

Phase 1

Analyse

Welches Keyword nutzt der Interessierte Surfer?

- Bei Mitbewerbern prüfen welche Keywords sie nutzen.
- Überlegen und die Keywords aufschreiben die passen.
- Die Aufgeschriebenen Keywords auf adwords.google.com/select/KeywordToolExternal auf Häufigkeit prüfen. Auch verwandte Begriffe ansehen und evtl. übernehmen.
- Die daraus resultierten Keywords noch einmal checken auf google.com/trends nach regionalem und zeitlichem Interesse prüfen.
- **Es gilt Klasse statt Masse.**

Phase 2

On-Site

Meta

Keywords

META Keywords werden von Google nicht mehr beachtet.
Verschwendet also keine Zeit mit META Keywords

Titel

ist das wichtigste META Tag und sollte das ziel-keyword so weit wie möglich vorne enthalten und die in 1-3 Wörtern beschreiben

Description

150 Zeilen, den Inhalt deutlich machen und Besucher neugierig machen. Dieser sollte gut geschrieben sein, da es der Text ist der bei Google unter dem Titel angezeigt wird

URLs

kurz und knackig.

Links

diese sollten aussagekräftig sein. Also z.B. über „Winzerfest in Bonn“ statt auf „hier“

Bilder

mit Hilfe von alt=““ ausstatten. Auch auf aussagekräftige Dateinahmen Wert legen

Sitemap.xml

ist eine Linkliste die angelegt werden sollte. Formate und Richtlinien gibt's von Google: <https://support.google.com/webmasters/answer/183668> diese sollte auch in den Webmaster Tools eingereicht werden

Robo.txt

aussuchen was durchsucht wird und was nicht z.B.:

- User-Agent:
- Allow: /
- Disallow: /admin
- Sitemap: url/sitemap.xml

- 1) Sinnvolle interne Verlinkungen: um so mehr um so wichtiger wird die Seite
- 2) Guter Themenrelevanter Inhalt:
- 3)
 - Maximal ein H1
 - Website immer aus der Sicht des Kunden betrachten: welche Informationen interessieren ihn wirklich
 - Einfache Formulierungen bevorzugen

Landing Pages:

- Konkurrenz prüfen
- Ladegeschwindigkeit auf developers.google.com/pagespeed prüfen
- Die Erweiterung einer Seite durch einen News-Bereich oder Blog-Bereich ist sinnvoll damit die Seite ständig aktualisiert wird

Phase 3

Off-Site

Off-Site (Links, die auf meine Seite verweisen)

- 1) Betreiber von ähnlichen Seiten, die also die selben Themen behandeln, kontaktieren und verhandeln.
 - Wichtig ist, dass man Sprechende Links verwendet und am besten jedes mal einen Anderen Text und eher den Unternehmensnamen als sprechenden Text
 - Thematisch ähnliche Seiten via Google finden und als Werbepartner gewinnen.

- Wenn man eine Seite optimiert die einen regionalen Bezug hat sollten auch die Off-Site-Links aus der Region sein. Optimal sind hier z.B. Branchenbücher o.ä.
- Wenn man einen Onlineshop optimiert möchte man optimalerweise eher, dass die Off-site-Links von Themenrelevanten Seiten stammen. Optimal sind hier z.B. Fachforen
- Gibt man bei Google link:url ein sieht man wie viele Off-site-Links auf diese Seite verweisen. So kann man z.B. bei den Mitbewerbern schauen auf welchen Seiten sie ihre Links gesetzt haben

Links auf Social Bookmarks und Social Sites setzen

- wie mister-wong, delicious oder stumble upon nutzen um Links zu streuen.
- Auch Youtube, Twitter, Facebook, G+ und co. bieten sich hierfür an.
- Branchenbücher wie Meinestadt oder die gelben Seiten bieten sich auch ideal dafür an. Allerdings verlangen einige monatliche Gebühren. Da muss man mit analytics prüfen ob sich das lohnt.
- Dmoz.org ist ein riesiges Katalog der Links sammelt. Viele Seiten beziehen sich auf dmoz.org. Deshalb ist ein Link bei dmoz wichtig.

Artikel auf fremde Blogs

- Relevante Blogger auffordern über den eigenen Inhalt zu bloggen. Z.B. Gratisproben zum Testen anbieten
- Gekaufte Artikel auf Themenrelevanten Blogs mit großer Leserschaft plazieren. Blogs die so etwas anbieten findet man z.B. über Hallimash oder Teliad
- Auf Themenrelevanten Blogs aktiv werden und Kommentare mit Mehrwert posten. Hierbei die Links zur eigenen Seite aber so subtil wie möglich verstecken. Z.B. nur im Profil

Auf die für Google verbotenen Methoden wie Linkwheels und SEO-Pyramiden gehe ich erst gar nicht ein, weil sie immer ein Risiko mit sich bringen von Google ganz ausgeschlossen zu werden.

Phase 4

Kontrolle

In Analytics:

- **Neue Besucher vs. Wiederkehrende**
wenn man nur neue und keine wiederkehrenden Besucher hat heißt es, dass die Besucher unzufrieden mit dem Angebot sind.
- **Herkunft**
eignet sich um gezielt regionale Kampagnen zu starten wenn z.B. eine Region eine gute Conversionsrate bietet.
- **Browser und Bildschirmgröße**
gut zu wissen um die Page auf die Größen hin zu optimieren. Wenn zum Beispiel nur Safari-Benutzer schnell abspringen könnte es ein Hinweis auf einen technischen Fehler sein.

On-Site:

- Wie ist die Keyword-Dichte?
- Wie sind die Links eingebunden?
- Sind URLs, Alt und Dateinamen von Bildern und PDFs korrekt?
- Sind die Überschriften optimal eingesetzt?
- Wurde eine Sitemap eingereicht und indiziert?
- Was macht die Konkurrenz?

Off-Site:

Schwierig zu überprüfen, man kann lediglich sehen wie viele Backlinks auf die Seite verweisen und von welchem am meisten Besucher kommen, daraus kann man Schlüsse ziehen was funktioniert und was nicht.

Offsite ist ein langwieriger Prozess bei dem Erfahrung eine wichtige Rolle spielt. Off-Site dauert im Schnitt 1 Jahr. Man sollte nichts überstürzen. Ein zu schneller, unnatürlicher Linkaufbau wirkt für Google gestellt und wird bestraft.

A man with dark hair and a light beard, wearing a black hoodie, stands in front of a height chart. He is holding a white sign with black text. The background features the Google logo in its multi-colored font. The height chart has horizontal lines and numbers on the left side.

Google

**I Was Buying
Links**

Zu Adwords:

besonders hilfreich bei zeitlich begrenzten Aktionen.

Adwords-starthilfe.de vergibt Adwords Gutscheine.

Zum sauberen Code:

Der Quelltext der Seite sollte auf „Sauberkeit“ hin überprüft werden via validator.w3.org.

Was bringt die Zukunft?

Rich Snippets

Rich Snippets werden immer wichtiger. Damit kann man Bewertungen oder Tourdaten direkt in den Google Anzeigen mit anzeigen lassen.

[Amazon.com: Bose® QuietComfort® 15](#)

[www.amazon.com](#) > [Audio & Video Access](#)

★★★★★ Rating: 4.4 - 312 reviews - \$299.00 - In stock
QuietComfort 15 headphones feature exclusive Bose QuietComfort technology. You hear less noise and more of your music.

[PDF] [QUIETCOMFORT® 15 - Bose](#)

[www.bose.no/.../owners-guide_QuietComfort](#)

File Format: PDF/Adobe Acrobat - Quick View
QUIETCOMFORT® 15. ACOUSTIC NOISE CANCELLATION TECHNOLOGY. FORT. ®. 15. A. CO. US. T. IC. N. OIS.

[Bose QuietComfort 15 Acoustic Noise Cancelling Headphones](#)

[www.bestbuy.com/...QuietComfort%26%2317](#)

★★★★★ Rating: 5 - Review by from Cuyahoga Falls, OH
2013 - \$299.99 - In stock
BOSE QuietComfort 15 Acoustic Noise Cancelling Headphones

[Coldplay: Mylo Xyloto](#)

[www.coldplay.com/](#) 

The official **Coldplay** website, featuring news, lyrics, live pictures and videos. New album, Mylo Xyloto, out now.

[Live](#) - [News](#) - [Recordings](#) - [Oracle](#)

Upcoming events for Coldplay

Thu, Jul 5 Coldplay
Wells Fargo Center, Philadelphia, PA
More info: [viagogo.co.uk](#), [vividseats.com](#)

Fri, Jul 6 Coldplay
Wells Fargo Center-PA, Philadelphia, PA
More info: [vividseats.com](#), [ticketmaster.com](#)

Sun, Jul 8 Coldplay
Verizon Center, Washington, DC
More info: [viagogo.co.uk](#), [vividseats.com](#)

Mon, Jul 9 Coldplay

Google Merchant

Ads related to raincoat

Rain Coats at Macy's | Macy's.com

www.macys.com/RainCoats - ★★★★★ - 376 seller reviews
Shop Rain Coats at Macy's. Free Shipping w/ \$99 Order Today!
+ Show map of 1441 Metropolitan Avenue, Bronx

Women's Juniors
Men's Sale & Clearance

Raincoat at REI - Raincoats, Ponchos, Jackets & More.

www.rei.com/Rain-Jackets - ★★★★★ - 6,510 seller reviews
100% Satisfaction Guarantee.

Raincoat | Zappos.com

www.zappos.com/Raincoats
Free Overnight Shipping on All Raincoats at Zappos

raincoat at Target

www.target.com/s/raincoat
Items 1 - 16 of 31 - raincoat. ("placementAreas": "6", "placementType_5": ...
Sale Price \$13.99 i-play® Infant Toddler Pocket Raincoat - Navy Spend \$50 ...
Sale Price \$9.79 Original Price \$11.98 Raincoat in ...

Raincoat - Wikipedia, the free encyclopedia

en.wikipedia.org/wiki/Raincoat
A raincoat is a waterproof or water-resistant coat worn to protect the body from rain. The term rain jacket is sometimes used to refer to raincoats that are waist ...

DKNY Women's Belted Rain Coat | Overstock.com

www.overstock.com > ... > Women's Clothing > Outerwear > Coats
★★★★★ Rating: 4.5 - 169 reviews - \$61.99
Buy DKNY Women's Belted Rain Coat at an everyday discount price on

Why these ads?

Shop for raincoat on Google

shopping.google.com

Sponsored



H2Off Rain Coat Mesh L...
\$169.00
L.L.Bean



Hooded Ripstop Rain...
\$22.80
Forever 21



Carhartt Pro Rain Coat M...
\$39.99
Sports Autho...



Pretty Slicker Rain Coat in...
\$129.99
ModCloth.com



Cath Kidston Raincoat
\$37.47
ASOS.com



Patagonia Tormentshell...
\$122.93
REI



Carhartt Mens Lightweight...
\$35.00
Meijer



The North Face Rainco...
\$210.00
Macy's

Shop by price

Up to \$35 \$35 - \$60 \$60 - \$100 Over \$100

Ads - Why these ads?

Raincoats at JCPenney

www.jcpenney.com/Raincoats
★★★★★ 5,062 seller reviews
Shop a Selection of Raincoats.

Suchanfragen werden:

SO

SOCIAL



LO

LOCAL



MO

MOBILE



ZUSATZ

Hilfreiche Links

Hilfreiche / Weiterführende Links:

seo-ranking-tools.de => _____ Pagerank

Alexa.com => _____ Alexa-Ranking u.a. um Off-Site-Links zu checken.

rankflex.com/de/, diagnoseo.de,
seitenreport.de, seittest.de,
seitwert.de, backlinktest.com,
seo-united.de, x4d.de,
seoheap.com, rapid.searchmetrics.com,
Cuterank.net, tools4google.com,
Free Google Monitor,
de.linkvendor.com => _____

Ranking, Report und Off-site-Link Check

touchgraph.com/seo => _____ zeigt thematisch ähnliche Seiten

google.de/alerts => _____ Warnt vor Mitstreiter

Free Google Monitor,
http://www.opensiteexplorer.org/ => __ Position Checken

Ranks.nl => _____ Keyword Check

External-Keyword-Tool => _____ Welche Keyword Phrases nutzt die Zielgruppe?

Google-Trends => _____ Welche Keyword Phrases nutzt die Zielgruppe?

Webmaster Tools => _____ Welche Keywords sind gut, welche verbessert werden?

validator.w3.org => _____ prüfen ob Website valid ist. Wenn nicht ändern.
Oder ändern lassen via twango.de z.B.

developers.google.com/pagespeed => Geschwindigkeit checken.

goo.gl/seoguide-de => _____ Googles eigener SEO Guide

http://goo.gl/5oYgpV => _____ Richtlinien für Webmaster

Websites um über SEO auf dem Laufenden zu bleiben:

media-treff.de, lead-digital.de, suchradar.de, websiteboosting.com, t3n.de, ibusiness.de,
internetworld.de, seomoz.org, seo-united.de, radio4seo.de, sistrix.de, mattcutts.com/blog,
internetkapitaene.de, seokratie.de, seo-strategie.de, seo-trainee.de, myseosolution.de,
seo-news.de, mobile-seo.de, tagesblog.de, suchradar.de, full-value-of-search.de,
adwords-de.blogspot.de, googlewebmastercentral-de.blogspot.de, agof.de, bitkom.org

Präsentation Basierend auf den Erkenntnissen von SEO Experten Kim Weinand niedergeschrieben
in seinem Buch Top Rankings bei Google und co.

Eine Arbeit von Chiara Hafen, Jessica Bensch und Thibault Jan Beyer. Während des dritte
Semesters der Kölner Design Akademie.