

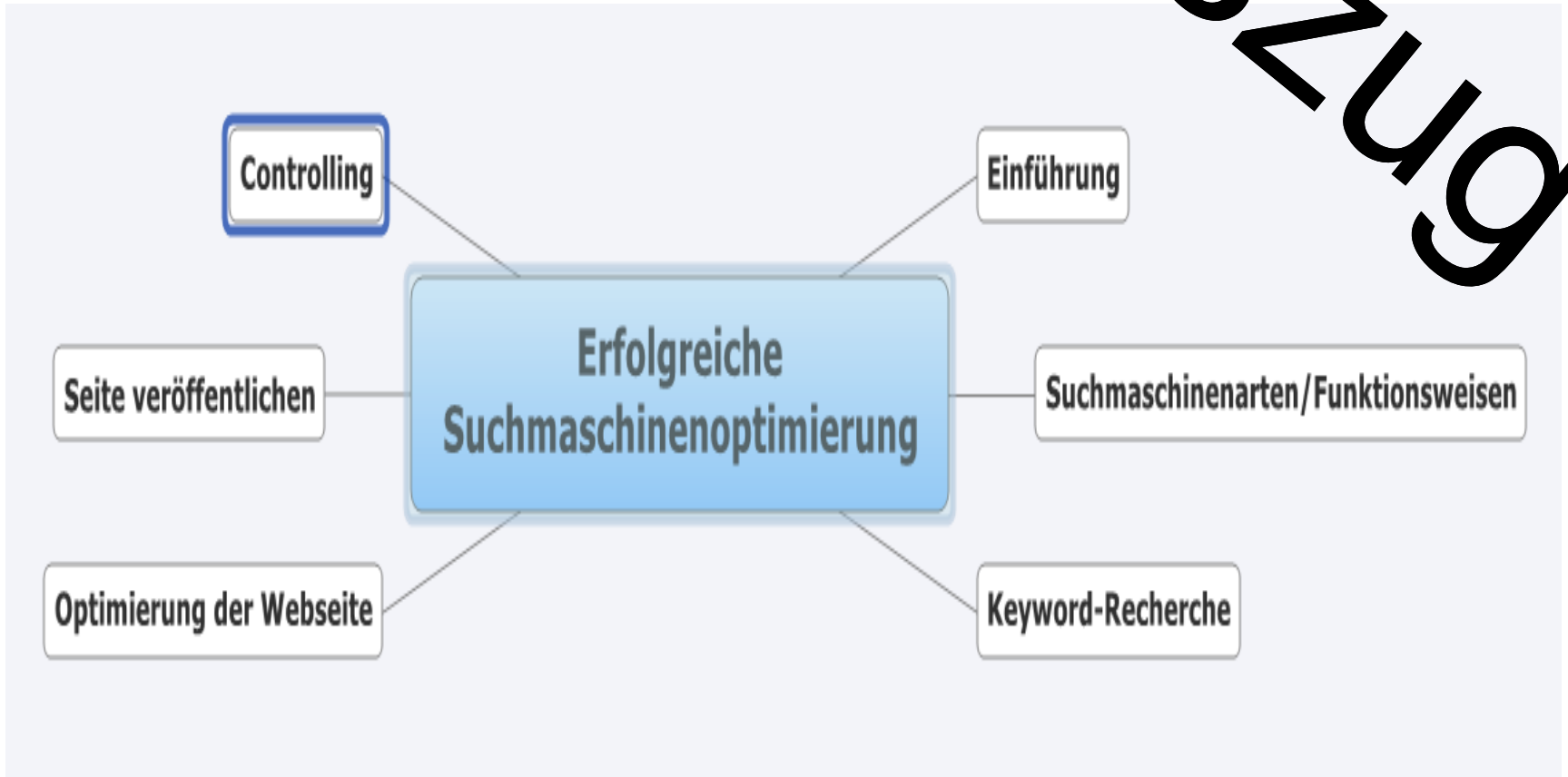
Auswahl

Erfolgreiche Suchmaschinenoptimierung

Christoph Runkel

Agenda

Auswahl



Bewertungsfaktoren - ONSITE

- URL
- Seitentitel
- HTML-Tags (Überschriften, Aufzählungen)
- Linktexte
- Korrektheit des Quelltexts
- Metatags
- Dateinamen
- Alt-, Titeltex te von Bildern
- Sprache
- Position und Häufigkeit des Keywords innerhalb Dokument
- Reihenfolge der Suchbegriffe
- Aktualität der Seite
- Seitengröße, Dokumentlänge
- Dateigröße
- Verzeichnisebene (Struktur)
- Anzahl der ausgehenden Links
- Verwendete Technologien
- „Ehrlichkeit der Seite“
- Dateiformat
- Alter der Webseite

Bewertungsfaktoren - OFFSITE

- Linkpopularität (Anzahl und Güte eingehender Links)
- Linktexte (Steht Keyword in Linktexten?)
- PageRanks der beteiligten Seite
- Klick-Popularity
- Anzahl der Aufrufe
- Standort des Webservers
- IP-Adresse

Keyword-Recherche

Quellen für Keywords

- Keyword-Datenbanken
(ranking-check.de, Google adwords, miva,semager.de)
oder auch Word Thesaurus
- Wettbewerber-Analyse
 - Warum ist der Wettbewerber weiter vorne?
 - Vergleich z.B. über seitwert.de
 - Quelltextanalyse manuell oder z.B. über SeoQuake Extension von Firefox)
 - Kopieren von Inhalten, z.B. MetaTags ist unzulässig!
- Mitarbeiter- Kundenbefragung
 - „Betriebsblindheit“ beachten
- Webstatistiken (Logfile-Analyse)

Zusammenstellen einer Keywordliste

- Welche Begriffe sind wichtig
 - Einzahl, Plural, Reihenfolge, Groß- / Kleinschreibung
 - Mehrsprachigkeit, Gängige Rechtschreibfehler
 - Einfache Terminologie / „Fachchinesisch“
- Praxisorientiert denken
 - Regionaler Bezug?
 - Was sucht der Kunde (Hersteller, Händler ..)
- Reihenfolge bilden z.B. Top 100 Keywords
- Laufend optimieren
 - Wie oft wird danach gesucht (Google Trends), wie oft werde ich gefunden
 - Wie ist mein Ranking

Optimierung einer Webseite

Website-Optimierungen Ansätze

- On-Page-Optimierung
 - Alle Maßnahmen die auf der betroffenen Seite selbst durchgeführt werden können
 - z.B. Quellcodeoptimierung, Fehlerbereinigung
- Off-Page-Optimierung
 - Umfasst Maßnahmen die nicht auf der Seite durchgeführt werden
 - z.B. externe Verlinkungen generieren

Die Website-Domain

- Etablierte Domains werden bevorzugt, neue Domains haben es hiergegen schwer (Google räumt dies ein)
- Der Suchbegriff im Domainnamen ist ein enormer Vorteil
- Mehrere Domains mit demselben Content werden i.d.R. gefiltert.
- Multidomains sind vor allem mit unterschiedlichen Inhalten idealerweise auf unterschiedlichen Servern erfolgversprechend
- Domainrecht beachten
 - restaurant-ort verstößt evtl. gegen Wettbewerbsrecht
 - Namensrechte sind vorrangig

On-Page-Optimierung - Vorbereitung

- Die Optimierung der Webseite beginnt bei Ihrer Konzeption
- Fertige Webseiten zu optimieren gestaltet sich oft schwierig
- Welche Seite soll für welche Suchbegriffe optimiert werden
- Landing Pages für Suchbegriffe festlegen
- URLs und Dateinamen entsprechend vorbereiten
 - Anlegen von geeigneten Pfaden oder Subdomains
<http://suchbegriff.ihredomain.de>
 - Bilder schon als suchbegriff.jpg speichern