

DER WEB-INFORMANT //

Folge 4: SEO – Suchmaschinenoptimierung

Darum können Sie es sich nicht leisten, Suchmaschinen zu vernachlässigen

80% aller Informationssuche beginnt im Internet. Google, Yahoo und Co. sind der zentrale Einstiegsort, wenn potentielle Kunden Produkt- oder Service-Informationen vor einem Kauf recherchieren.

Doch Kunden sind ergebnisverwöhnt; Studien belegen, dass nur 10% überhaupt auf die 2. Seite mit Suchergebnissen klicken. FAZIT: Ihre Webseite muss auf der ersten Suchergebnis-Seite erscheinen. Dazu benötigen Sie eine umfassende, langfristig angelegte Optimierung Ihrer Webseite für Suchmaschinen.



Studie: „Wann nutzen Sie Suchmaschinen?“ (Mehrfachnennung möglich)
Quelle: Leitfaden Online-Marketing 2008, Hrsg. T. Schwarz

So planen Sie eine langfristige SEO-Strategie

Suchen Sie einen Dienstleister Ihres Vertrauens (Ihre Marketingagentur, einen auf SEO spezialisierten Berater, ...) und entwerfen Sie gemeinsam eine Strategie.

Diese sollte folgende Punkte umfassen:

1. Bestandsaufnahme

Was ist Stand der Technik Ihrer Webseite? Welche Inhalte sind zu finden, welche zu ergänzen? Soll für alle Suchmaschinen oder nur für die gängigsten optimiert werden? In Deutschland nutzen User folgende Suchmaschinen am liebsten:

- 1) Google
- 2) Yahoo!
- 3) MSN/ Windows Live Search
- 4) Ask.com
- 5) Seekport

2. On-site-Optimierung technisch

Sitestructur: Eine möglichst flache Ordnerstruktur (geringe Verzeichnistiefe) hilft Suchmaschinenrobotern, Ihre Webseite leichter zu „crawl“, also zu erfassen.

Metadaten: Nicht sichtbare Seitenelemente wie Meta-Tags („Description“ und „Keywords“ sind die wichtigsten) und Dateinamen unterstützen die Zuordnung Ihrer Webseite.

3. On-site-Optimierung inhaltlich

Dokumentstruktur: Wie in wissenschaftlichen Arbeiten listet eine sinnvolle Struktur Wichtiges vor Details. Daher werten Google, Yahoo und Co. den Anfang von Dokumenten stärker und schreiben Überschriften, Unter- und Zwischenüberschriften eine höhere Relevanz zu.

Dichte der Schlüsselwörter: Ein gut verschlagworteter Text beinhaltet ca. 5-8% Keywords. Weiterhin gilt: Je mehr themenrelevante Informationen und je mehr Aktualisierungen, desto besser.

4. Off-site-Optimierung

Verlinkung von anderen relevanten Websites auf Ihre Homepage, beispielsweise durch Empfehlungen von Nutzern oder eigene Beiträge in Foren und Blogs, die für weiterführende Informationen auf Ihre eigene Webseite verweisen.

Ein Eintrag in Webkataloge hilft auf zweierlei Art: Zum einen ist es ein Backlink. Zum anderen bieten Kataloge eine andere Herangehensweise als Suchmaschinen. Denn nicht immer wissen User einen Begriff für das, was sie suchen; über Taxonomie des Katalogs können sie sich „durchhangeln“. Allerdings werden Kataloge in Deutschland weniger genutzt als in anderen Ländern.

5. Kontrolle

Zeigen die Veränderungen erste Ergebnisse (besseres Ranking, häufigere Besuche der Robots, mehr Klicks durch interessierte Nutzer)?

6. SEA – Search Engine Advertising (Suchmaschinenwerbung): Sie haben sicherlich schon einmal von Google AdWords gehört? Die kleinen Textanzeigen rechts und oberhalb der Suchergebnisse? Hier schalten Unternehmen textliche Werbeanzeigen zu bestimmten keywords.

Neben den generischen oder organischen Links (die unabhängigen Ergebnisse der Suchmaschinen) sollten Sie für bestimmte Schlüsselwörter auch in den Top-10 Positionen bei der Suchmaschinenwerbung erscheinen. Das ist nicht teuer, dafür aber wirkungsvoll. Da diese Art der Werbung immer wichtiger wird, widmen wir dem Thema SEA/ Google AdWords den WEB-INFORMANTEN Nr. 6.

7. Ständiger redaktioneller Input

Eine Webseite muss leben, damit sie ein gutes Ranking erhält. Ständiger redaktioneller Input, neue Verlinkungen und neue Medien wie Bilder oder PDFs sind ein Muss, um Top-Positionierungen bei Suchmaschinen zu erhalten.

CHARISMARCOM

Marketingkommunikation. Spürbar. Charismatisch.

Und nun? Neugierig, wie Sie Ihre Position bei Suchergebnissen verbessern können und so von mehr Kunden gefunden werden? Dann sollten Sie mit uns sprechen:

Agentur Charismarcom
Kirsten Meisinger
Konrad-Adenauer-Allee 25
86150 Augsburg

0821- 24 21 290
k.meisinger@charismarcom.de
www.charismarcom.de