

Suchmaschinen-Optimierung: Die SEO-Checkliste

→ Onpage-Optimierung

Domain & Subsites

- Domain-Name: Aussagekräftiger Titel
- Alter der Domain: Je älter, desto besser
- Struktur der Website: flache Hierarchien
- Titel der Seiten: Passende inhaltsreiche Namen
- Metadaten müssen im Quelltext auf jeder Unterseite neu hinterlegt werden
- Meta name: title
- Meta name: description
- Meta name: keywords

Text

- Text: Lebendig, spannend texten, Text strukturieren
- Struktur: h1, h2, Fließtext, Listen, Tag-cloud auf der Indexseite
- Keywords in h1, h2, Aufzählungen, Bildnamen, etc. einbringen
- Keywords: Relevante, für Zielgruppe passende Keywords (siehe help-tools)
- Keywords Density: 5-8 %
- 1 Hauptkeyword pro Subsite, dieses in h1 unterbringen
- Achtung: Kein keyword-Stuffing
- Textlänge. Ca. 250- 1600 Worte. Falls der Text länger ist, besser eine neue Unterseite einführen
- Kein Duplicate Content! Falls Content doppelt vorkommt oder Seite textlich zu kurz ist, die Seite für Robots sperren (`Hyperlink`)

Bilder

- Bilder in geeigneter Anzahl
- Bilder korrekt benannt
- Alternativtext der Bilder: Beschreiben, was dargestellt ist (z.B. Bürogebäude Firma xy, Frontansicht)

Links innerhalb des Webauftritts

- Verlinkungen innerhalb der Seiten: durch Sitemap, Querverlinkungen
- Bei Verlinkungen: Aussagestarke Linktexte verwenden. (Statt „Mehr“ Besser: „Mehr Wissen für Blumenzüchter...“)
- Klickrate innerhalb der eigenen Site

Zusatzdokumente

- PDFs
- Filme, Clips
- Checklisten

Sonstiges

- Verweildauer auf der Webseite
- Regelmäßig auf Fehlerseiten überprüfen/ Fehler beheben
- (Code 404) Seite einbauen mit „nettem“ Text anstatt standardisierter Fehlermeldung

→Kein cloaking, blackhat, backdoor und andere „illegale“ Methoden, um Suchmaschinen auszutricksen

CHARISMARCOM

Marketingkommunikation. Spürbar. Charismatisch.

→ Offpage

Backlinks von anderen Sites

- Summe der „wertigen“ backlinks (keine Datenfriedhöfe): Business Netzwerke, Social Media, Kooperationspartner, Kunden, Pressemitteilungen in Online-Portalen,...
- Aktualität eingehender Links
- Distanz zwischen den verlinkten Webseiten (unterschiedliche Webserver, geografisch entfernt)
- Wenn auf nicht-themenverwandte Seiten verlinkt wird, negativer Einfluss auf Pagerank. Das mit dem Attribut „rel=“nofollow“ umgehen (siehe oben)
- Eintrag in Webkataloge (DMOZ, Google, Yahoo, Google Places)
- Eintrag in relevante Verzeichnisse (Gelbe Seiten, 11880, Branchenseiten)
- Verlinkung mit Themen-relevanten Webseiten
- Verlinkung von unterschiedlichen Subsites (nicht immer nur Indexsite)
- Verlinkung mit Affiliates (Partnerunternehmen, Händler, Dienstleister)
- Social News: digg.com, yigg.de, reddit.com,...
- Social Networks: XING, LinkedIn, facebook, MySpace,...
- Social Bookmarks: Mr. Wong, Delicious, StumbleUpon,...

Zusätzlich hilfreich:

- SEA (Search Engine Advertising), z.B. Google AdWords, Google Content-Sites und andere Keyword Advertising Tools
- Social Media Marketing: Marketing per XING; facebook, LinkedIn, youtube, flickr und Co.
- Bloggen, in Foren mitschreiben und auf die eigene Webseite für Zusatzinformation zurückverlinken, um die Klickrate auf die Seite von außerhalb zu erhöhen