

DIE SEO-CHECKLISTE: DIESE 10 FRAGEN SOLLTEN SIE MIT JA BEANTWORTEN KÖNNEN

Veröffentlicht am 27. Februar 2014 von Rüdiger

Wie findet man heraus, wo ein Produkt oder eine Dienstleistung erhältlich ist? Eine einfache Frage: Man googlet natürlich. Von der Suchmaschinenoptimierung hängt nun ab, welche Webpräsenz in den Suchergebnissen auf den Top-Plätzen steht. Doch nicht nur mit der Platzierung Ihrer Seite können Sie feststellen, ob gut optimiert wurde. Mit den 10 Fragen unserer SEO-Checkliste lässt sich überprüfen, ob Sie Ihren Suchmaschinenoptimierer loben oder tadeln sollten.

UNSERE SEO-CHECKLISTE FÜR SIE:

In unserer Checkliste geht es um die [OnPage-Optimierung](#). Es stehen also die Maßnahmen im Mittelpunkt, die man auf Ihrer Webpräsenz ergreifen kann, um Sie bei den Suchmaschinen schneller zu finden. Falls Sie die folgenden Fragen nicht mit „ja“ beantworten können, besteht Verbesserungsbedarf:

1. Passt der Seitentitel?

Der **Seitentitel** steht auf Ihrer Webpräsenz ganz oben im Browserfenster oder Tab. Seo-Experten empfehlen einen **kurzen Titel**, der die wichtigsten **Suchbegriffe** enthält. Statt einem Bandwurmsatz sollte ein Leser hier erfahren, was er auf der Seite machen kann. Bei einer Vermietung für Ferienwohnungen würde „Ferienwohnungen an der Ostsee günstig mieten“ ein sinnvoller Seitentitel sein.

2. Wird meine Webpräsenz schnell geladen?

Wenn ein möglicher Kunde auf Ihre Seite kommt, will er nicht minutenlang auf Ihre Inhalte warten. Und auch Google bevorzugt Seiten mit **kurzen Ladezeiten**. Ein guter Suchmaschinenoptimierer sorgt dafür, dass Ihre Besucher ohne großen Zeitverlust zu Käufern werden.

3. Kommen Kunden direkt ans Ziel?

Es gibt Webpräsenzen auf denen man sich verirren kann. Bevor der Kaufwillige die Produktseite erreicht, hat er sich die Finger fast wund geklickt. Das ist nicht benutzerfreundlich und auch nicht im Sinne von Google. Von der Startseite aus sollten Seitenbesucher mit **wenigen Klicks** auf jede Unterseite gelangen. Von den einzelnen Unterseiten sollten **Links zu ähnlichen Seiten** führen.

4. Habe ich doppelten Inhalt?

Was Google und Co. überhaupt nicht leiden kann, ist identischer **Inhalt** auf mehreren Webpräsenzen. Wenn Sie nun wissen möchten, ob Ihre Texte **einzigartig** oder nur kopiert sind, hilft ein einfacher Trick. Setzen Sie den Text in Anführungszeichen und kopieren Sie ihn in das

Google-Suchfeld. Sollten nun viele Suchergebnisse erscheinen, sollten Ihre Texte umgeschrieben werden.

5. **Habe ich tote Links?**

Tote Links sind Verweise die von einer Ihrer Seiten ins nirgendwo führen. Wenn Sie durch Ihre Webpräsenz surfen, sollte an keiner Stelle die Fehlermeldung 404 (Seite nicht gefunden) erscheinen. Das **frustriert die Nutzer** und die **Crawler** der Suchmaschinen gleichermaßen. So machen Sie Google unnötig das Leben schwer.

6. **Sind meine Inhalte nützlich?**

Ihre Texte, Bilder und Videos sollten einen Mehrwert für Ihre User haben. Das erwarten nicht nur die Besucher, sondern auch die Suchmaschinen. Mit **aktuellen Informationen** und **praktischen Tipps** verbessern Sie also auch Ihr **Ranking**.

7. **Brauche ich so viele Kategorien?**

Auf schlecht optimierten Webpräsenzen entspricht die Zahl der Kategorien fast der der Produkte. Das muss nicht sein. Für das Produkt „Gummistiefel“ benötigen Sie beispielsweise nicht die Kategorien „Regenbekleidung“ und „Stiefel“. Eine der Kategorien reicht vollkommen.

8. **Ist die Description brauchbar?**

Die **Description** ist der Text, den Sie bei den Suchergebnissen unter dem Titel (blauer Link) sehen. Ein guter Optimierer schreibt Ihnen einen solchen Beschreibungstext in der **richtigen Länge** und gespickt mit geeigneten **Suchbegriffen**. Ein unfähiger Suchmaschinenoptimierer hält sich nicht an die maximale Description-Länge, die Google vorgibt.

9. **Werden meine Stärken betont?**

Damit die Suchmaschinen-Nutzer auf Ihre Webpräsenz klicken und nicht auf die anderen Suchergebnisse müssen Sie sich abheben. Daher sollte schon im **Titel** und der **Description** deutlich werden, was Sie **Besonderes** bieten (Niedriger Preis, große Auswahl...).

10. **Bekommen Besucher alle wichtigen Informationen?**

Vor allem in Online-Shops sollten Kaufinteressierte **detaillierte Produktinformationen** erhalten. Die Webpräsenz muss Überzeugungsarbeit leisten, ein Produktbild mit Bestellbutton reicht nicht.

Unsere **Media Company** beherzigt für seine Partnerunternehmen die Regeln der Suchmaschinenoptimierung. Denn nur wer suchmaschinengerecht optimiert, kann mit einer **guten Platzierung** bei Google rechnen. [Sprechen Sie uns an](#), wenn Sie an nachhaltiger SEO interessiert sind.