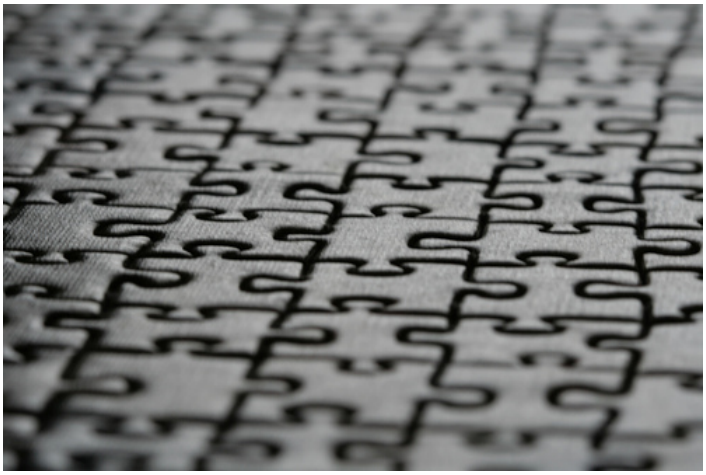
SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG IST TEAMWORK



Veröffentlicht am 26. April 2013 von Annette

Viele Webseiten erzielen ihren Erfolg dadurch, dass sie über Suchmaschinen unter bestimmten Begriffen gefunden werden. Eine [...]

Viele Webseiten erzielen ihren Erfolg dadurch, dass sie über Suchmaschinen unter bestimmten Begriffen gefunden werden. Eine professionelle **Suchmaschinenoptimierung** trägt deswegen bedeutend zum **Umsatz** bei. Damit das Potential voll ausgeschöpft werden kann, müssen Agentur und Kunde allerdings gut **zusammenarbeiten**. Denn mit der Erstellung einer Webseite ist nur der erste Schritt getan.

Professionelle Webseite und optimierte Inhalte sind der Anfang
Wie wir bereits in diversen Artikeln dargelegt haben, ist Suchmaschinenoptimierung **keine einmalige Angelegenheit**, sondern **ein kontinuierlicher Prozess**. Alles beginnt mit der **Erstellung einer professionellen Webseite**, denn auch der **technische Rahmen** und die Ästhetik sind entscheidend. Des weiteren dürfen Ladezeit, Navigationsstruktur und viele weitere Faktoren nicht außer Acht gelassen werden. Darum kümmert sich in der Regel die Agentur.

Mit der Webseite und passenden suchmaschinenoptimierten Inhalten ist der Grundstein gelegt. Auch die Wahl einer günstigen **Domain** ist Gold wert. Hiermit kann man schon sehr erfolgreich gefunden werden, besonders wenn die Konkurrenzlage niedrig ist.

Für Backlinks sorgen
Verlinkungen sorgen dafür, eine Webseite bei Google als wichtig erkennbar zu machen. Professioneller Linkaufbau einer Agentur hilft dabei. Aber man kann auch selbst viel tun: Der Aufbau von **lokalen Backlinks** kann sehr effektiv sein. Wie das geht, erfahren Sie in diesem Artikel. Wer als kleines oder mittelständisches etwa 50 Backlinks aufweisen kann, steht schon sehr gut da.

Inhalte aktuell halten
Suchmaschinenoptimierung heißt seine Webseite zu pflegen. Dazu gehört auch, **regelmäßige**

Aktualisierungen am Inhalt vorzunehmen. Dadurch lockt man nicht nur mehr Besucher auf die Webseite, sondern sichert auch seine Position im Google-Ranking. Schon Kleinigkeiten wie ein Satz neuer Bilder, eine Neuerung in der "Aktuelles"-Rubrik oder eine neue Unterseite zu einem neuen Leistungsangebot reichen aus. Gerade wenn diese Arbeit von einer Agentur übernommen wird, sollte man die Möglichkeit nutzen.

Im echten Leben nachhelfen
Auch in der Offline-Welt kann man viel dafür tun, die Suchmaschinenoptimierung für die Webseite zu verbessern. Einige Tipps, wie eine Webseite **außerhalb des Internets gut vermarktet** werden kann, finden Sie hier. Google achtet zwar nicht direkt auf Besucherzahlen, aber auf das Besucherverhalten. Bleiben Besucher lange auf einer Webseite, wird sie gut eingestuft. Das kann man beeinflussen, in dem man die Besucherzahlen durch Werbung hoch hält und interessante Inhalte anbietet, die zum Verweilen einladen.

Social Media einbeziehen
Wer heutzutage bei Google & Co. gefunden werden will, kommt an Social Media nicht vorbei. Eine sachgerecht eingerichtete und geführte **Facebook-Fanpage** unterstützt die Unternehmenswebseite. Suchmaschinen lesen mittlerweile in sozialen Medien mit. Links, die dort öffentlich geteilt werden, fließen in die Bewertung einer Webseite mit ein. Es hilft also, die eigene Seite zu teilen und die eigene Fanpage mit der Unternehmenswebseite zu verknüpfen. Gerade bei Facebook bieten sich viele Themen aus dem saisonalen Marketing an. Bei Unsicherheiten sollte man sich von einer Agentur beraten lassen.

Kontrolle ist besser
Da Suchmaschinenoptimierung ein dauerhaft angelegtes Projekt ist, muss es kontrolliert werden. Dies erfolgt am besten über **Webanalytik-Dienste** wie Piwik oder Sistrix. Hier sollte man die Agentur fragen, was genutzt werden kann und wo man als Kunde Einsicht erhält. So behält man den Überblick über die **Suchbegriffe**, die zu der eigenen Seite geführt haben, und hat alle Backlinks im Auge. Auch die **Absprungrate** und der Absprungzeitpunkt von Nutzern kann sehr interessant sein und Schwachstellen aufzeigen. Nebenbei kann man die eigene Webseite immer mal wieder in den Suchmaschinen suchen und schauen, wie gut sie platziert ist.

Es dürfte deutlich geworden sein, dass dem Betreiber einer Webseite in Sachen Suchmaschinenoptimierung alles andere als die Hände gebunden sind - auch und gerade, wenn er Kunde einer Agentur ist. Es gibt eine Menge, was getan werden kann, damit die eigene Präsenz nachhaltig gut gefunden wird. Wer hier am Ball bleibt und **effektiv mit seiner Agentur zusammenarbeitet**, erzielt mit Sicherheit ein Umsatz-Plus.

Sollte die Konkurrenz trotz aller Bemühungen immernoch zu groß sein, bietet sich Google Adwords als Ergänzung zur normalen Suchmaschinenoptimierung an.

Thumbnail Image: Puzzle von INTVGene via CC BY-SA 2.0