SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG IM JAHR 2017 – ALLES WISSENSWERTE AUF EINEN BLICK

Veröffentlicht am 9. Juni 2017 von Judith

Es scheint so, als könnte man heutzutage keine erfolgreiche Webseite mehr auf die Beine stellen, ohne dass man an SEO vorbei kommt. Was SEO genau bedeutet und wie ihr es am besten zu Eurem persönlichen Vorteil nutzen könnt, erfahrt ihr im folgenden Blogbeitrag.

SEO: DIE KURZVERSION

Mit SEO (Suchmaschinenoptimierung) schafft man es seine Webseite anhand bestimmter Tools so zu optimieren, dass die Seite im Suchmaschinenranking, also in den kostenlosen Suchergebnissen, eine **hohe Platzierung** erreicht. Im Vordergrund der Suchmaschinen Optimierung steht eine hohe Übereinstimmungsrate von Suchbegriff, Relevanz und Suchergebnisdarstellung, damit zum einen Zufriedenheit des Suchmaschinen Nutzers garantiert wird und zum anderen die **Traffic Rate** der eigenen Webseite steigt.

WAS IST EIGENTLICH SEO?

Der Traum jedes Unternehmens ist es wohl, bei Google ganz oben auf dem ersten Platz auf der ersten Seite zu stehen. Die Suchmaschine liefert innerhalb von Millisekunden, variierend nach Thema, Millionen von Links. Iin der Regel befindet sich die passende Antwort auf das Suchkommando schon in den ersten Links auf der ersten Seite.

Es ist bewiesen, dass Ergebnisse ab der 2. Seite, quasi keine Klicks mehr von Nutzern bekommen. Wie schaffst Du es also, mit Deiner Webseite bei Google auf der ersten Seite ganz oben zu stehen? Mit Hilfe von optimierten Suchmechanismen und **Keyword Analysen** klassifizieren Google Algorithmen den Inhalt der Websites, um sicherzustellen, dass Suche und Ergebnis so weit wie möglich übereinstimmen. Aber wie genau realisiert Google diese Kongruenz? Der Schlüssel zum Erfolg heißt **SEO**.

SEO ist die Abkürzung für den englischen Begriff: Search Engine Optimization oder auf deutsch Suchmaschinenoptimierung. Mit SEO schaffst Du es, Webinhalte, die durch Suchmaschinen wie zum Beispiel Google auslesbar sind, anhand von **Keywords** (inhaltlich relevante Begriffe) so zu optimieren, dass die Webseite, die eine hohe Anzahl von Themen spezifischen Keywords enthält, auf einer möglichst hohen Position erscheint. Bei SEO geht es allerdings nicht ausschließlich nur darum, so viele Keywörter wie möglich in die Webseite einzubauen, sondern den **Content** so zu optimieren, dass dem Nutzer eine ideale Lösung präsentiert wird. Dafür müssen Suchbegriff, Relevanz und Suchergebnisdarstellung eine hohe **Übereinstimmungsrate** haben.

INTERNE UND EXTERNE OPTIMIERUNG DEINER WEBSEITE DURCH SEO

On-Site Optimization – die Besuchererfahrung
Mit Hilfe der **Suchmaschinenoptimierung** (Search Engine Optimization) kannst Du Deine Seite so verbessern, dass Content sowie Traffic ihr volles Potenzial erreichen. Bewusst verfasste Überschriften und Beschreibungen, Bildverarbeitung, schnellere Download Geschwindigkeit, Verbesserung der URL Adressen, unauffällige Werbemedien und Fehlerbeseitigung helfen die Besuchererfahrung (User experience) zu verbessern.

Off-Site Optimization - Qualitätsprüfung
Hie, versucht Google Deine Webseite anhand objektiver Messwerte zu bewerten. Ein **Qualitätscheck** der prüft, ob Deine Seite relevanten Content enthält und ob Dein Inhalt und der Suchbegriff kongruent sind. So unterscheidet Google zwischen Qualitäts-, Leistungs- und Popularitätswerten. Genauer betrachtet analysiert die Suchmaschine die Anzahl der sozialen Interaktionen (Social Media: Facebook Likes, Shares, Comments, Tweets), globales und lokales Suchvolumen der Keywörter und die Glaubwürdigkeit der Quellen.

SEO-TOOLS

Mit Hilfe von SEO-Tools wie zum Beispiel den Webseiten OnPage, Searchmetrics und Co. kannst Du herausfinden:

1. Welche Suchbegriffe die Richtigen sind?
2. Die Sichtbarkeit der eigenen Website in den Suchergebnissen.
3. Welche Position mit Hilfe von relevanten Suchbegriffen erzielt worden ist?
4. Wie viel Traffic die eigene Seite generiert?
5. Nutzungsverhalten der Besucher.
6. Hat SEO nachweisbare ökonomische Erfolge erzielt?

1. Passende Keywörter finden.

Um die Keywörter zu finden, die nachhaltig dafür sorgen, dass die eigene Webseite hoch platziert wird, muss zunächst einmal sorgfältig recherchiert werden. Hierbei spielen die Bewertung, Überprüfung und Erweiterung der relevanten Suchbegriffe eine essenzielle Rolle. Mit Hilfe von Keyword Tools, der Erörterung, wie die Konkurrenz vorgeht, und Brainstorming soll eine möglichst **umfangreiche Keyword Liste** erstellt werden. Wie gut oder wie schlecht diese Keywords dann sind, wird anhand von **quantitativen Analysen** festgemacht. Dabei wird ausgewertet, wie oft das Keyword in verschiedene Suchmaschinen eingegeben wurde. Bei der Bewertung der Keywörter werden diese anhand von bestimmten Merkmalen kategorisiert. So unterscheidet man zum Beispiel zwischen **Evergreens** (Wetter; Hilfe, bin ich schwanger?) **Events** (Fußball WM 2018) oder **Current Events** (Terroranschlag; Naturkatastrophen).
Auch wird die Intention des Nutzers infrage gestellt. Hier wird unterschieden zwischen:

- Informationsorientierung,
- Markenorientierung, das heißt man sucht ein bestimmtes Unternehmen / Produkt und
- Transaktionsorientierung, die dann zutrifft, wenn man etwas kaufen möchte.

Um die Keywords passend zu bewerten hilft es sich mit Google AdWords vertraut zu machen. Bei der Erstellung der kostenpflichtigen Werbeanzeigen werden viele nützliche Tools für die Vorbereitung der Kampagne zur Verfügung gestellt. Denn Google möchte den Nutzern alle wichtigen Voraussetzungen mit an die Hand geben. Diese Tools können bei der Keyword Recherche auch sehr interessant sein, unabhängig davon, ob ene Adwords Anzeige erstellt wird. Ein kleiner SEO Experten Tipp von uns: Wir empfehlen Dir die **Relevanz Deiner Keywörter** regelmäßig zu überprüfen, um den Content Deiner Website so **zeitgemäß** wie möglich zu gestalten.

2. Suchmaschinenoptimierung um die Sichtbarkeit Deiner Webseite zu erhöhen.

Die Sichtbarkeit Deiner Seite wird von zwei Faktoren bestimmt. Zum einen sind die **Anzahl und das Volumen** der Keywords, die in der Google Domain enthalten sind, wichtig. Zum anderen musst Du auf die **Positionen,** mit denen Du die Keywords besetzt, achten. Für unsere SEO Analyse benutzen wir unter anderem die Software unseres Partners Searchmetrics. Dieses Tool eignet sich auch, um Deine eigene Netzpräsenz zu überprüfen. Es ist vor allen Dingen wichtig im Auge zu behalten, dass

die Sichtbarkeit Deiner Webseite nicht nur heute oder in den nächsten Monaten gesichert ist, sondern Du **nachhaltig** Deinen Platz im Netz findest. Die Veränderung Deiner Sichtbarkeit kann **positiv** beeinflusst werden, durch die konstante Optimierung der Webseite. Wenn Deine Webseite schon etwas älter ist, hilft es die Seite zu **relaunchen,** neue Inhalte einzufügen und für Aktualität zu sorgen. Auch können Verlinkungen (Backlinks) anderer relevanter Websites die Sichtbarkeit Deiner eigenen Seite erhöhen. Die negative Beeinflussung der Sichtbarkeit Deiner Seite kann auf technische Schwierigkeiten zurückzuführen sein. Der Ausschluss von bestimmten Seiten oder Verzeichnissen, sowie Duplicate Content oder individuelle Abstrafungen durch Google verringern Deine Sichtbarkeit.

3. Wie verschaffst Du Dir durch SEO eine möglichst hohe Position auf diversen Suchmaschinen

Die Position Deiner Webseite wird durch zwei Kriterien beeinflusst:

Contentkriterien (Sprache, Ort oder Land) und **Personalisierungskriterien** (Deine Suchhistorie, Dein Klickverhalten). Das heißt, Du kannst die Position Deiner Website nicht erhöhen, indem du deine Seite mit einer Vielzahl an Keywords (Keyword Stuffing) ausschattest oder dich selbst ganz oft anklickst. SEO ist weitaus komplexer und es kommt sehr oft auf kleinste Nuancen an, die über den Erfolg entscheiden.
Wir geben Dir gerne Tipps, wie Du die Position Deiner Webseite mit Hilfe von Search Engine Optimization (SEO) verbessern kannst. Jedoch ist SEO immer mmit Feingefühl verbunden. Es gibt keinen Weg, der immer funktioniert. SEO Arbeit ist eine fortlaufende und kontinuierliche Arbeit.

- OnPage Optimierung
- Interne- (Backlinks) und externe Verlinkungen
- Content Marketing und Content Strategie

Wir als SEO Profis haben da Laien gegenüber natürlich einen Wissens- und Erfahrungsvorsprung, der sich durch jahrelange SEO Arbeit entwickelt hat und uns hilft, in bestimmten Situationen richtig zu handeln.

4. Wie entscheidet sich der Nutzer für meine Webseite?

Um den Nutzer davon zu überzeugen, dass Deine Webseite die Lösung für sein Problem enthält, stellt Google sogenannte **Snippets den Nutzern zur Verfügung,** die eine Vorschau zu dem Inhalt Deiner Webseite zur Verfügung stellt. Ein Snippet ist zu vergleichen mit einem Trailer einer Serie. Wenn einen der Trailer einer Sendung fesselt, dann ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass man sich die Serie anschaut. Nach dem gleichen Prinzip funktionieren Snippets. Wenn das Snippet es schafft, inhaltliche Übereinstimmung zwischen Suchbegriff und Lösung zu präsentieren, bist Du motivierter die Webseite, anstatt einer anderen, anzuklicken.
Es gibt allerdings einige Faktoren, die Dir helfen können, Dein Ranking zu optimieren. Eine gute Informationsstruktur oder ein adäquater Titel mit treffender Beschreibung erhöhen die Wahrscheinlichkeit, dass der User auf Deine Webseite klickt. Snippets ermöglichen den Betreibern einer Webseite, sich im direkten Vergleich gegen Konkurrenten durchzusetzen, da sie den User innerhalb von Sekunden davon überzeugen können, dass Deine Webseite den Content enthält,

nachdem sie gesucht haben. Um den Erfolg Deiner SEO Response Strategie zu garantieren und um Deine Webseite gegenüber anderen Seiten hervor zu heben solltest Du Dich an Linkmarketing und Rich Snippets halten.
Rich Snippets sind eine erweiterte Form der zuvor erklärten Snippets, beinhalten aber wichtige Zusatzinformation wie zum Beispiel Bewertungssterne, Verlinkungen, Abbildungen oder Preisangaben.

5. Wie reagiert der Nutzer auf meine angewandte SEO Strategie?

Ob dem Nutzer Deine Seite gefällt oder die Information enthält, die er sucht, kann an verschiedenen Faktoren gemessen werden. Die **Absprungrate**, Verweildauer, die Anzahl der durchgeklickten Seiten pro Besuch und die **Konversionsrate** sind gute Orientierungskriterien, ob die Reaktion des Nutzers positiv oder negativ ausgefallen ist. Aus den oben genannten Faktoren kannst Du auch Rückschlüsse ziehen, um Deine Webseite zu optimieren. Oft hilf eine Umgestaltung des **Layouts,** interne und externe Verlinkungen oder eine Konversionsoptimierung.

6. Konnten durch Search Engine Optimization (SEO) ökonomische Erfolge verbucht werden?

Durch eine Suchmaschinenoptimierung können unterschiedliche Vorteile genutzt werden. Sofortige Erfolge können verbucht werden, wenn die **Besucherzahl** auf Deiner Webseite steigt und sich dadurch die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass sich mehr Menschen für Deinen **Newsletter** anmelden, einen Kommentar hinterlassen, **Facebook-Fan** werden, einen **Store Locater** aufrufen, ein **Infopaket** anfordern, auf strategisch platzierte Produktseiten klicken oder Dein Produkt auf Ihre Amazon Wishlist setzen.
Langfristige Erfolge zeigen sich in der Optimierung Deiner Webseite. Die Optimierung der Seitengeschwindigkeit, die Informationsarchitektur und die Nutzung von internen und externen Verlinkungen sichern dir solide Erfolge, da beispielsweise die Absprungsrate der Nutzer sinkt. Denn das belohnt Goolge mit einer guten Platzierung.

https://www.youtube.com/watch?v=xoyEAXUtGVU

Quelle: https://www.youtube.com/watch?v=xoyEAXUtGVUn Stand: 07.06.2017

FAZIT: SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG ODER IN KURZ SEO.

Da man heutzutage überall **Search Engine Optimization (SEO)** liest, muss man sich erst mal darüber informieren, was es mit SEO eigentlich auf sich hat. Nachdem man verstanden hat, worum es bei SEO geht, wird der Hype um die Suchmaschinenoptimierung verständlich. Mit Hilfe von SEO kannst Du deine Webseite so optimieren, dass die Platzierung im kostenlosen Bereich der Suchmaschinen steigt und dadurch effektiv mehr Besucher auf deine Seite kommen. Mehr Besucher bedeutet bei einer bestimmten Conversionrate auch mehr Geschäfte. Abschließend möchten wir Euch noch drei **SEO Experten Tipps** nahe legen, damit ihr SEO optimal nutzen könnt.

1. Bei SEO geht es generell darum, sich von seinen Mitstreitern abzusetzen. Eine Möglichkeit dies

zu erreichen sind **HTML-Entities**. Mit diesem Stilmittel könnt ihr Eure Snippets aufwerten, indem ihr sie mit Sonderzeichen, wie Sternchen oder Herzen, verseht.

2. Bei der richtigen Benutzung von SEO empfehlen wir Dir, dass Du Deine Webseite so schnell wie möglich **indexieren** lässt. Google hat dafür eine Vorrichtung in der Google Search Console. Du musst allerdings darauf achten, dass Du Deine Seite nur 10x im Monat indexieren lassen kannst.
3. Den letzten Tipp, den wir euch auf den Weg geben möchten, heißt: ausgeklügelte **Meta Beschreibungen**! Eure Meta Description, wird nicht in die Berechnung eures Rankings mit einbezogen. Nichtsdestotrotz sind Meta Descriptions Euer erstes Aushängeschild. Und wie wir ja alle wissen, der erste Eindruck zählt! Mit einer klar formulierten und ansprechenden Meta Description weckt ihr Interesse und lockt potentielle Kunden auf Eure Webseite. Die Meta Description sollte nicht länger als 156 Zeichen sein. 140 Zeichen würden wir Euch als guten Richtwert empfehlen. Wenn ihr bei der Meta Description dem **AIDA Prinzip** folgt (Attention, Interest, Desire und Action) könnt ihr recht wenig falsch machen.

1. www.media-comapany.eu auf Google

Attention
Durch den Titel Innovation trifft auf Kreativität, wird das Interesse des Nutzers geweckt. In passendem Zusammenhang kann man auch ein Häkchen verwenden (Checkmark „“) welches im Unterbewusstsein ein Gefühl von Zufriedenheit und „Ich habe etwas erledigt“ hervor ruft.
Interest
Das Interesse wird geweckt, durch das Angebot, dem Nutzer erfolgreich den Weg zu zeigen. Mit uns stehst Du nicht alleine in der Internetwelt. Wir wissen, wo es lang geht.
Desire und Action
Da über 600 Projekte erfolgreich betreut worden sind, möchte der Nutzer zu diesen erfolgreichen Projekten gehören. Das daraus resultierende Verlangen (Desire) führt im ideal Fall zur Action, das heißt, der Nutzer klickt die Seite an.

Für weitere Tipps, Meinungen und Ratschläge zum Thema Suchmaschinenoptimierung stehen wir, von der Media Company, Euch gerne zur Verfügung. Sprecht uns einfach an.