6 SEO-Geheimnisse für Ihren Online-Erfolg

In diesem Whitepaper finden Sie unsere sechs besten Tipps, um Ihre Online-Präsenz für Suchmaschinen bestmöglich zu optimieren und in der Liste der Suchergebnisse immer die Nase vorne zu haben.

united domains

Whitepaper

Suchmaschinenoptimierung – oft abgekürzt mit SEO – ist keine Zauberei, aber eines der wirkungsvollsten Tools, um im Netz sichtbarer zu werden. Die wichtigste Suchmaschine Google nutzt aktuell über 200 verschiedene Ranking-Faktoren, um relevante Seiten für einen Suchbegriff zu platzieren. Damit die Suchmaschinenoptimierung den gewünschten Erfolg für Ihr Business bringt, ist es deshalb wichtig, alle Tipps und Kniffe rund um dieses spannende Thema zu kennen. So bewirken Sie, dass Ihr Unternehmen im Zusammenhang mit oft gesuchten Keywords möglichst weit oben in der Liste der Suchergebnisse erscheint – und interessierte User so Ihre Seite oder Ihren Online-Shop wesentlich häufiger besuchen.

1. **Keywords**
2. **Content is King**
3. **Konkurrenz im Auge behalten**
4. **Gut vernetzt mit Backlinks**
5. **Ist Ihre Website für Mobilgeräte optimiert?**
6. **Starten Sie mit Social Media**

1. Keywords

Die richtigen Keywords festzulegen, ist einer der wichtigsten Schritte der Suchmaschinenoptimierung. Keywords sind Schlüsselwörter, die den Inhalt Ihrer Website definieren. Im Wesentlichen sind es die Wörter, die Nutzer von Suchmaschinen verwenden, um von Ihnen angebotene Produkte, Dienstleistungen oder auch Informationen (wie z. B. die Öffnungszeiten) über Ihr Unternehmen zu finden. Suchen Sie beispielsweise nach einem Pizza-Restaurant in New York, würden Sie die Suchmaschinen nach „beste Pizza in New York“ durchsuchen. Es ist daher sehr wichtig, diese Keywords in Ihre Texte einzubauen, um Ihre Website für Suchmaschinen zu optimieren und besser gefunden zu werden als Ihre Konkurrenz, d. h. in der Ergebnisliste höher angezeigt zu werden. Aber wie findet man die perfekten Keywords?

Es gibt einige Punkte, die bei der Auswahl zu beachten sind: Zuerst muss das Suchvolumen für jedes Keyword überprüft werden. Das Suchvolumen beziffert die Anzahl an Suchanfragen, die das jeweilige Keyword in der Regel erhält. Ein Keyword mit einem sehr niedrigen Suchvolumen ist nutzlos, da es keinen Traffic auf Ihrer Website erzeugt. Ebenfalls wichtig ist die Recherche, wie viele Ihrer Konkurrenten dieses Keyword verwenden.

Für kleine bis mittlere Unternehmen empfehlen wir, mit relativ einfachen Keywords zu beginnen. Wenn sich die Rankings für die Keywords im Laufe der Zeit erhöhen, können Sie damit beginnen, Keywords, bei denen es mehr Konkurrenz gibt, in Ihre Website zu implementieren.

2. Content is King

Die zwei wichtigsten Faktoren bei der Erstellung von Content, also Inhalten, sind Qualität und Quantität. Die Algorithmen von Google suchen nach wichtigen Wörtern an bestimmten Stellen Ihrer Website oder Ihres Blogs.

Quantität:
Wie viel Inhalt sollte man erstellen? Klare Antwort: Je mehr relevante Informationen Sie auf jeder Seite integrieren, desto besser. Wir empfehlen, mindestens 300 Wörter pro Haupttext für Ihre Seiten zu schreiben – unabhängig davon, ob es sich um eine Unterseite, eine Produktseite oder eine Kategorie handelt. Aber: schreiben Sie auf gar keinen Fall nur, um eine bestimmte Anzahl an Worten zu erreichen. Wenn der Zusammenhang nicht klar wird oder der Inhalt beliebig wirkt, leidet die Qualität Ihrer Website.

Qualität:
Ihre Informationen sollten also präzise, informativ und gut strukturiert sein, um Ihren Lesern ein Gefühl des echten Mehrwerts zu bieten. Dies wird helfen, die Aufmerksamkeit und das Interesse nachhaltig auf Ihre Produkte oder Dienstleistungen zu ziehen. Sollten Sie feststellen, dass Sie zu viele Füllwörter verwenden oder es zu schwierig ist, die vorgeschlagene Wortzahl zu erreichen, denken Sie immer daran: Es ist viel besser, einen kurzen, aber informativen Text zu bieten, als wertlose Informationen aneinanderzureihen.

Ihre Kunden wollen nicht auf jeder Seite die gleichen Informationen lesen. Um dies zu vermeiden, erstellen Sie idealerweise einzigartige Inhalte für jede Ihrer Seiten. Dies mag nach einer Menge Arbeit klingen, aber: Es wird sich lohnen. Einzigartiger Inhalt ist der Schlüssel zum Online-Erfolg.

3. Konkurrenz im Auge behalten

Haben Sie stets ein Auge auf Ihre Konkurrenten: Es wird Ihnen helfen zu sehen, was Sie selbst für Ihre bestmögliche Sichtbarkeit im Internet noch anpassen müssen. Sie können beispielsweise überprüfen, welche Art von Backlinks (mehr Infos zu Backlinks erhalten Sie im nächsten Abschnitt) Ihre Konkurrenz verwendet, sowie die Quantität und Qualität der Inhalte, die diese auf ihren Websites bieten.

Im ersten Schritt sollten Sie jedoch herausfinden, wer Ihre Konkurrenz ist: Ist es eher ein lokaler Wettbewerber oder vielleicht ein Unternehmen mit Sitz in einer anderen Stadt oder sogar einem anderen Land? Achtung: beobachten heißt noch lange nicht kopieren! Dies würde Ihrem Ranking nur schaden.

Lassen Sie sich inspirieren, aber klauen Sie nicht.

4. Gut vernetzt mit Backlinks

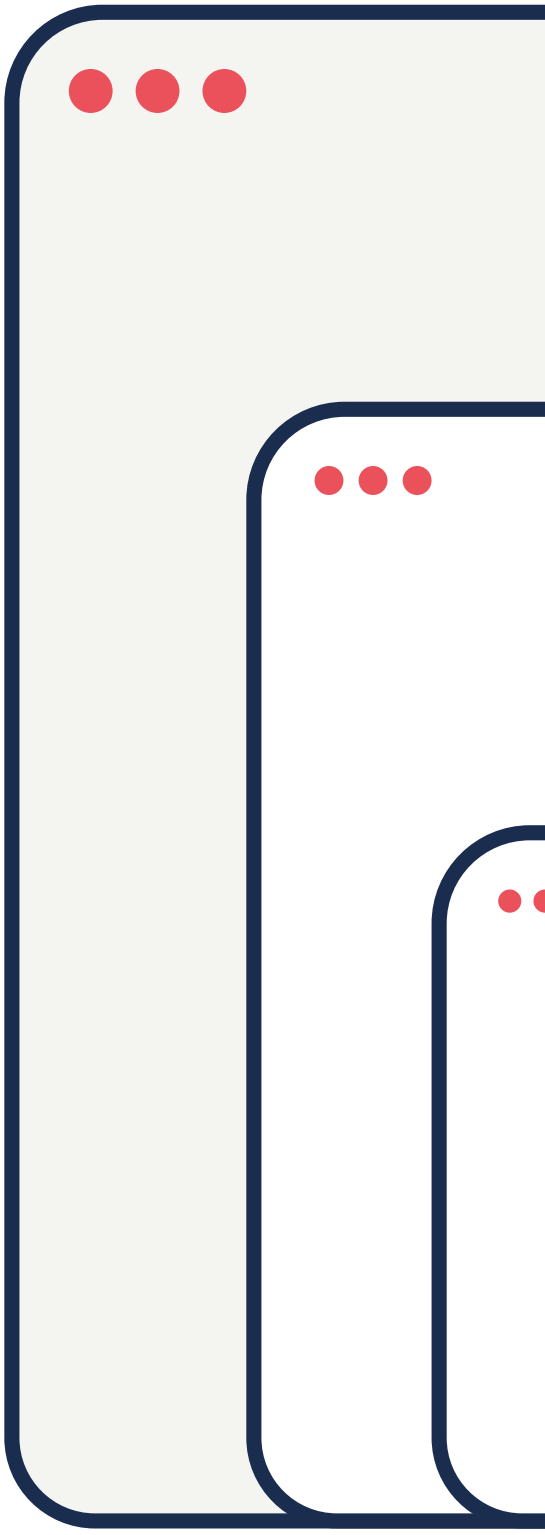
Backlinks sind von großer Bedeutung, wenn es darum geht, Kunden auf sich aufmerksam zu machen. Backlinks sind Hyperlinks, die von einer anderen Website auf Ihre Website verlinken. Dies können Partnerseiten, Online-Magazine oder Blogs sein. Zum Vergleich können Sie sich ein Fischernetz vorstellen: Je größer das Netz, desto mehr Fische kann man fangen.

Je mehr Backlinks also auf Ihre Seite verweisen, desto besser ist es für die Auffindbarkeit Ihrer Website.
Es gibt jedoch auch Fälle, in denen Backlinks negative Auswirkungen haben können. Zum Beispiel, wenn sie von Websites stammen, die nicht vertrauenswürdig scheinen. Dies führt zu Strafen von Google, die dazu führen, dass Sie schlechter gefunden werden.

So verschlechtert sich Ihre Website-Performance und im schlimmsten Fall auch das Image Ihres Unternehmens. Versuchen Sie also Backlinks von Seiten zu erhalten, die sich auf den Inhalt Ihrer eigenen Website beziehen oder innerhalb einer ähnlichen Branche agieren. Wenn möglich, erlauben Sie auch anderen Unternehmen innerhalb der gleichen Branche, Backlinks auf Ihrer eigenen Website zu implementieren. Wie wäre es zum Beispiel mit einem Blog und einem Gastbeitrag?

Kurz zum Stichwort Link-Farmen: Wir empfehlen nicht, eine solche Lösung in Betracht zu ziehen, sondern viel mehr auf die Qualität Ihres Contents zu bauen.

5. Ist Ihre Website für Mobilgeräte optimiert?



Da immer mehr Menschen mit Handys, Tablets und Laptops auf das Internet zugreifen, ist es unumgänglich, dass Ihr Unternehmen mobil gut erreichbar ist. Sucht zum Beispiel ein Urlauber in einer fremden Stadt ein Restaurant, ermöglicht eine für mobile Endgeräte optimierte Website eine schnelle Erreichbarkeit. Es gibt zwei Dinge, die beim Zugriff auf eine Website über ein mobiles Gerät wichtig sind:

1. Die angepasste Gestaltung der Website (Responsive Design):
Das bedeutet, dass sich Ihre Website nahtlos an die jeweilige Bildschirmgröße anpasst. Hierzu finden Sie auch in Ihrem CMS wie WordPress spezifische Plugins, die Ihnen die Arbeit erleichtern.

2. Die Ladezeit der Inhalte:
Der Wert der Geschwindigkeit für die Benutzerfreundlichkeit ist klar, denn: Inhalte, die schnell geladen werden, machen eine Webseite attraktiver. Dies führt automatisch zu mehr Traffic und besseren Konversionsraten. Geschwindigkeit ist aber auch für Suchmaschinen sehr wichtig. Google verwendet seit 2010 die Seitengeschwindigkeit als Rankingfaktor und vergibt eine höhere Platzierung an Webseiten mit schnellerer Seitengeschwindigkeit. Um dieses Problem zu lösen, beginnen Sie am besten damit, die Bilder zu komprimieren, die Sie auf Ihrer Webseite eingebunden haben. Das wird die Ladezeit Ihrer Website enorm verringern.

Eine für mobile Endgeräte optimierte Website kann das Zünglein an der Waage sein bei der Entscheidung, ob sich der Kunde für Sie oder Ihre Mitbewerber entscheidet.

6. Starten Sie mit Social Media

Jeder kennt es, fast jeder nutzt es: Social Media. Ihre Kollegen und Freunde können Ihnen bestimmt viel über die verschiedenen Social Media Plattformen, von Facebook über X bis hin zu Instagram, erzählen. Social Media Optimization (SMO) scheint allerdings noch nicht jedem ein Begriff zu sein. Dabei ist ein gut geführter Social Media Account ein perfektes Beispiel dafür, wie ein Unternehmen seine Marke aufbauen, einen optimalen Kundenservice bieten, neue und bestehende Kunden ansprechen und qualitativ hochwertiges Kundenfeedback erhalten kann. Hier gilt: Erstellen Sie lustige, interessante und auch informative Inhalte, die den Nutzern einen hohen Mehrwert bieten.

Bleiben Sie am Ball! Sie haben ein Ziel vor Augen: Ein gutes Ranking. Bleiben Sie am Ball, erstellen Sie eine SEO-Strategie und optimieren Sie Ihre Website mithilfe unserer Tipps Schritt für Schritt. Wir wünschen Ihnen viel Erfolg!

Über united-domains

united-domains ist ein etablierter Domain-Registrar und Anbieter von Webhosting-Diensten. Mit Sitz in Deutschland bieten wir professionelle Lösungen für Domainregistrierung, Web-Präsenz-Management und sichere Markendomains. Zu unseren Kunden gehören viele der bekanntesten Marken. Diese schätzen unsere Domainexpertise, unsere hohen technischen Standards sowie den united-domains Kundenservice, der Unternehmen und Privatkunden auch bei komplexen Domainanforderungen stets zuverlässig weiterhilft.

Impressum
united-domains GmbH, Gautinger Straße 10, 82319 Starnberg, Deutschland. E-Mail support@united-domains.de, Telefon +49 (0) 8151 / 36867-0. HRB 29 43 48, Amtsgericht München. USt.-IdNr. DE203066334, MwSt. Schweiz: CHE-274.284.535 MWST, Türkei: 8920484983. Geschäftsführung Saad Daoud, Michael Klemund

Die Inhalte des White Papers wurden mit größter Sorgfalt erstellt. Für Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität keine Gewähr.

© united-domains, 2024. Alle Rechte vorbehalten – einschließlich der, welche die Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und jede Art der Verwertung der Inhalte dieses Dokumentes oder Teile davon außerhalb der Grenzen des Urheberrechtes betreffen. Handlungen in diesem Sinne bedürfen der schriftlichen Zustimmung durch united-domains. united-domains behält sich das Recht vor, Aktualisierungen und Änderungen der Inhalte vorzunehmen.