



Strategischer Blogaufbau

mit klaren Performance-Zielen

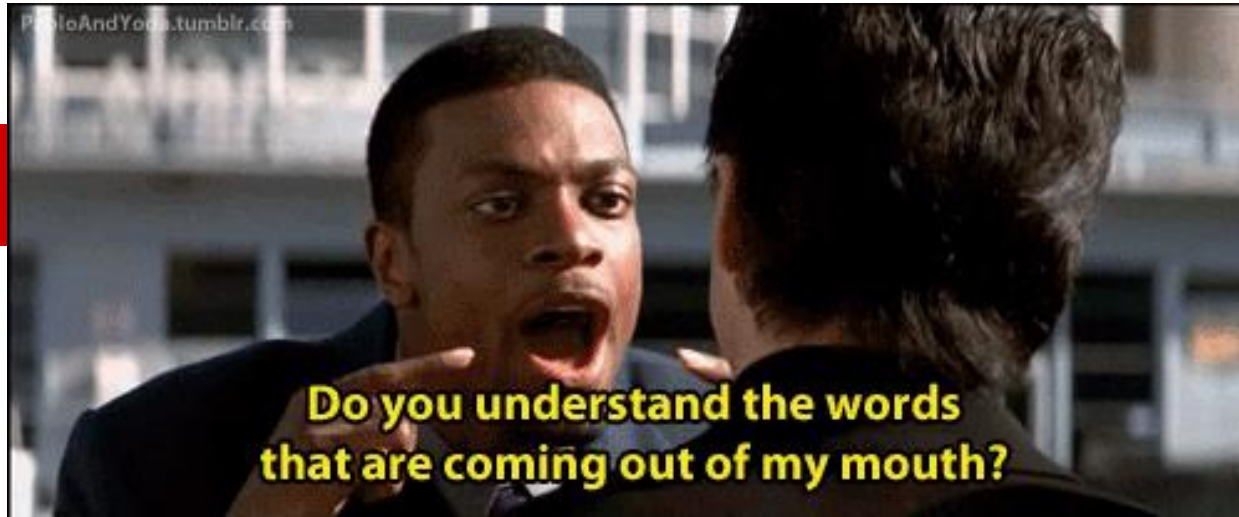


Es ist mir Wurscht, wir ihr es nennt ...





Eines ist mir aber wichtig ...





Was wollen wir erreichen?



Mehr Umsatz und Gewinn





Wie mit Content mehr Umsatz & Gewinn machen?

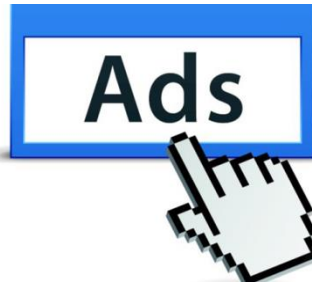


Klärt eure Wunsch-Zielgruppe(n)

Löst mit eurem Content Probleme dieser Gruppe(n)

Macht die Lösung findbar

SEO





Es braucht Traffic, der sich vergolden lässt!



Der eingehende Traffic muss vorqualifiziert sein

Viel hilft nur selten viel. Suchvolumen ist oft kein Maßstab. User-Intention ist entscheidend!



In den Content Conversion-Elemente einbauen

Mehr Onlinemarketing-Lesestoff vom Team der "SEO Profi Berlin"

Wir sind uns sicher, dass Sie auch diese Blogbeiträge spannend und nützlich finden:

- [Website selber optimieren - Das gehört dazu!](#)
- [Conversion-Optimierung starten - So gelingt's!](#)
- [Form follows function - Webdesign & SEO](#)



Retargeting-Funnel an den Content binden





Es muss also verdammt viel gemessen werden ...



Rankings



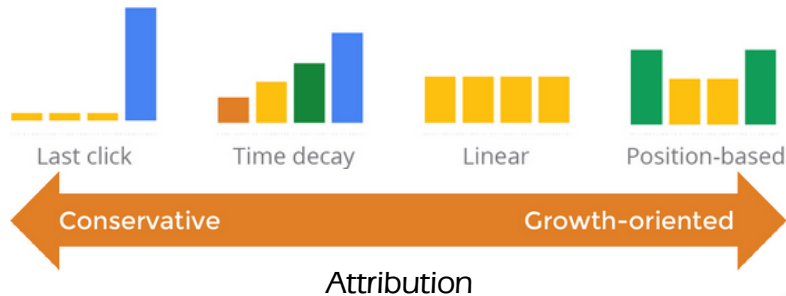
Ad Performance



Website Performance
Pageviews & Interaktion



Conversions





Am Anfang steht die Recherche



<https://ubersuggest.io>

<https://answerthepublic.com>

<http://keywordshitter.com>

<https://keywordlocalizer.com>

<https://trends.google.com>

<https://www.google.com/trends/correlate>

<http://wortschatz.uni-leipzig.de>

<https://www.hashtags.org>

SERPs diverser Suchmaschinen

„Ähnliche Suchanfragen“

Ads in den Suchergebnissen

Mitbewerber-Websites



Attention = Aufmerksamkeit
z.B. mit W-Fragen



Interest = Interesse
durch Erwartungs-
konformität



Desire = Verlangen
z.B. Wiederansprache mit Produkt



Action = Handlung
z.B. Test, Aktion, Preis



Verpass' dem Content eine logische Struktur



Navigational content

- Startseite
- Kontaktseite
- Impressum
- Wir über uns



Informational content

- Blog / eMag
- Ratgeber
- Wiki / Glossar
- Tutorial / FAQ

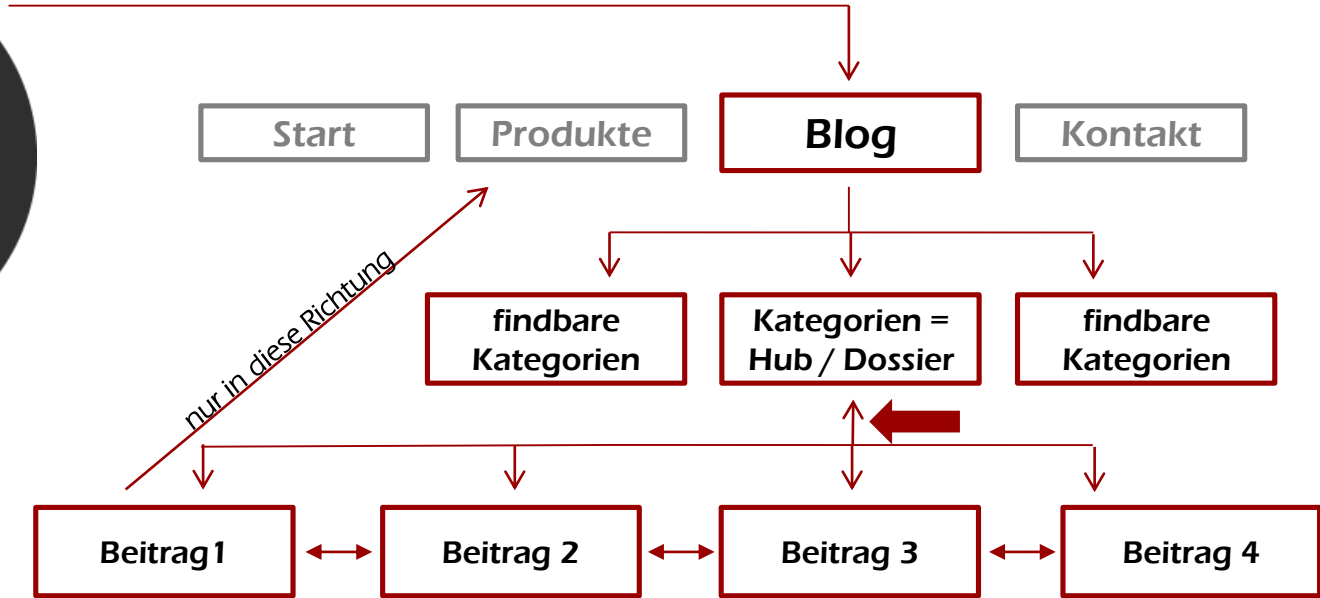


Transactional content

- Produktseiten
- Vergleichsseiten
- Aktionsseiten



Verpass' dem Content eine logische Struktur





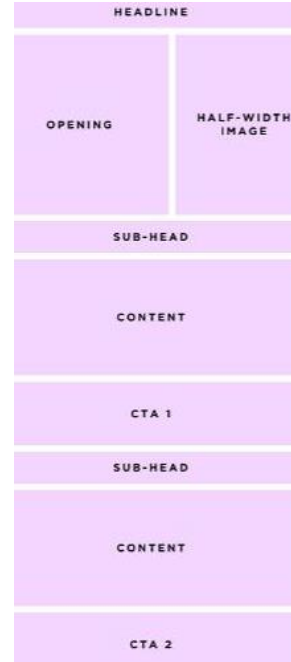
Was den einzelnen Beitrag erfolgreich macht



ausreichende Informationstiefe
aktuell > wahr > verständlich
einzigartig > mit Mehrwert für Nutzer
suchmaschinenfreundlich

aussagekräftig & prägnant
Fakten, Fakten, Fakten
Expertise unter Beweis stellen
nix Wichtiges auslassen > WDF*IDF

das Wichtigste zuerst
auf Prosa verzichten
Zielgruppe im Blick behalten
Handlungsaufforderung einbinden



Multimedial agieren





Performance von Beiträgen prüfen

... plus Check in Webmaster-Tools (z.B. GSC)



Suchanfragen	SEITEN	Länder	Geräte	Darstellung in der Suche
Seite	↓ Klicks	Impressionen	CTR	Position
https://www.seo-profi-berlin.de/seo/blog/google-analytics-richtig-einrichten.php	2.331	51.243	4,5 %	24,6
https://www.seo-profi-berlin.de/seo/blog/website-selber-optimieren.php	1.600	123.949	1,3 %	14,4
https://www.seo-profi-berlin.de/seo/blog/google-adwords-erste-kampagne-einrichten.php	883	53.851	1,6 %	32,5

Und was funktioniert nicht?





Performance von Beiträgen prüfen

... plus Check in Webmaster-Tools (z.B. GSC)



- Übersicht
- Leistung
- URL-Prüfung
- Index
- Abdeckung
- Sitemaps
- Verbesserungen
- Nutzerfreundlichkeit auf Mo...
- Manuelle Maßnahmen
- Links

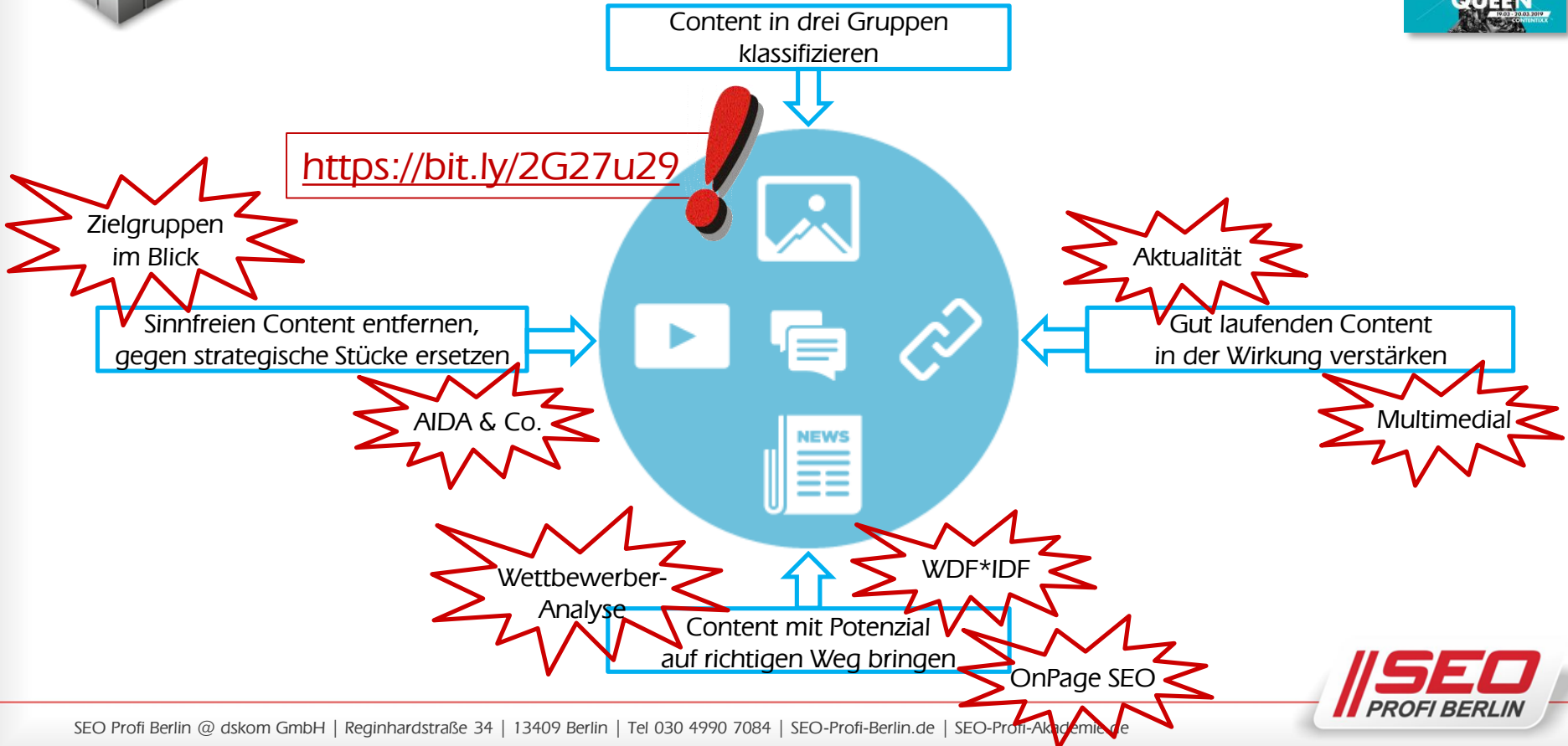
Datum: Letzte 3 Monate | Seite: https://www.seo-profi-berli... | + NEU

SUCHANFRAGEN	SEITEN	LÄNDER	GERÄTE	DARSTELLUNG IN DER SUCHE	
Suchanfrage		↓ Klicks	Impressionen	CTR	Position
google analytics einrichten		928	4.268	21,7 %	3,1
google analytics einbinden		62	943	6,6 %	4,4
google analytics richtig einrichten		30	58	51,7 %	3,1
analytics einrichten		29	202	14,4 %	2,6
google analytics einrichten anleitung		17	128	13,3 %	3,5
google analytics aktivieren		9	92	9,8 %	4,3
google analytics code		8	92	0,9 %	11,1





Beiträge bei Bedarf nachoptimieren





Fazit: Endlich richtig machen



Strategie entwickeln



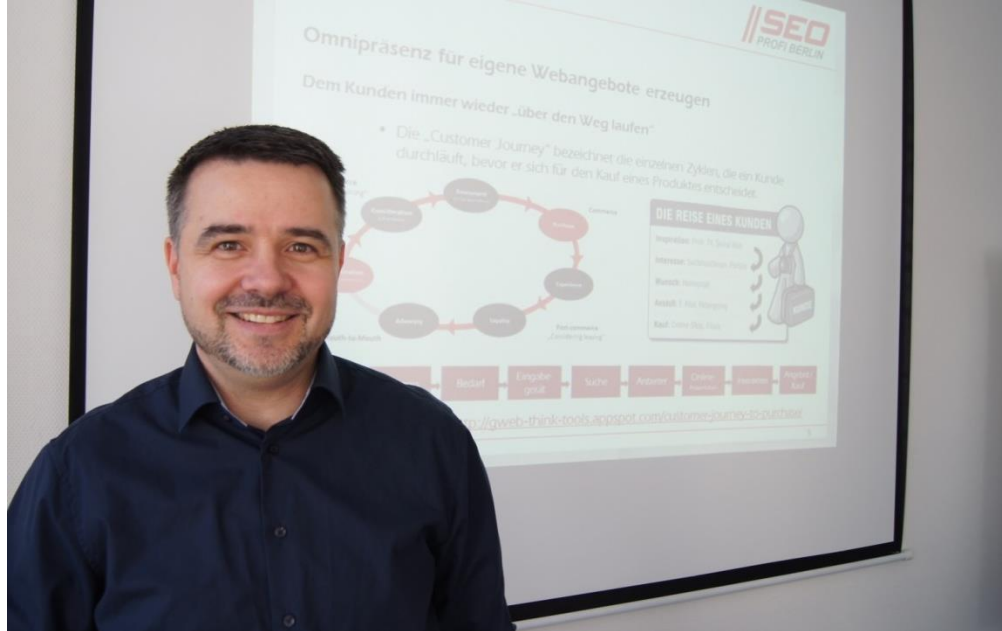
realistisch planen



konsequent umsetzen



Sven Deutschländer @ SEO Profi Berlin



www.SEO-Profi-Berlin.de

@dskom // facebook.com/SEO.Profi-Berlin // [LinkedIn](#) // [XING](#)



Code of Conduct
Suchmaschinenoptimierung



Code of Conduct
Suchmaschinen-Advertising

