

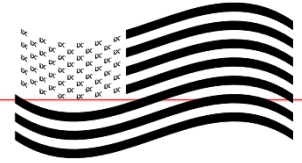


# **Ideen für eine Blog-Content-Strategie**

So bekommst du deine Blogbeiträge in eine SEO-Strategie



# Vorwarnung !!!

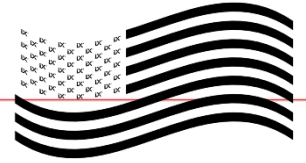


Es geht hier nicht allein um SEO !!!



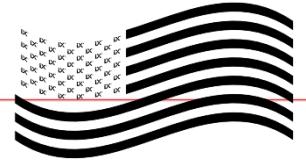


Es ist mir Wurscht, wir du es nennt ...



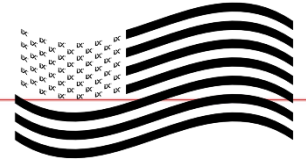


## Eines ist mir aber wichtig ...





# Was willst du erreichen?



Mehr Umsatz und Gewinn

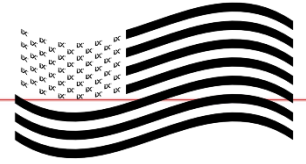


Markenaufbau & Markenausbau

Reichweite



# Wie mit Content mehr Umsatz & Gewinn machen?



Klärt eure Wunsch-Zielgruppe(n)

Löst mit eurem Content Probleme dieser Gruppe(n)

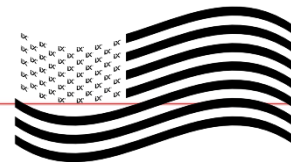
Macht die Lösung findbar

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](#)



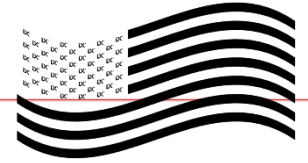
Retargeting-Funnel an den Content binden







# Es muss also verdammt viel gemessen werden ...



Rankings



Ad Performance



Website Performance  
Pageviews & Interaktion



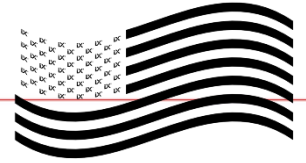
Conversions







# Am Anfang steht die Recherche



<https://ubersuggest.io>

<https://answerthepublic.com>

<https://keywordshitter.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



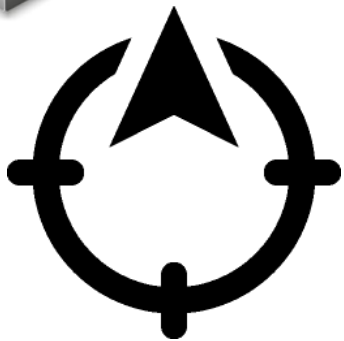
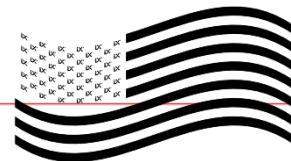
Desire = Verlangen  
z.B. Wiederansprache mit Produkt



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

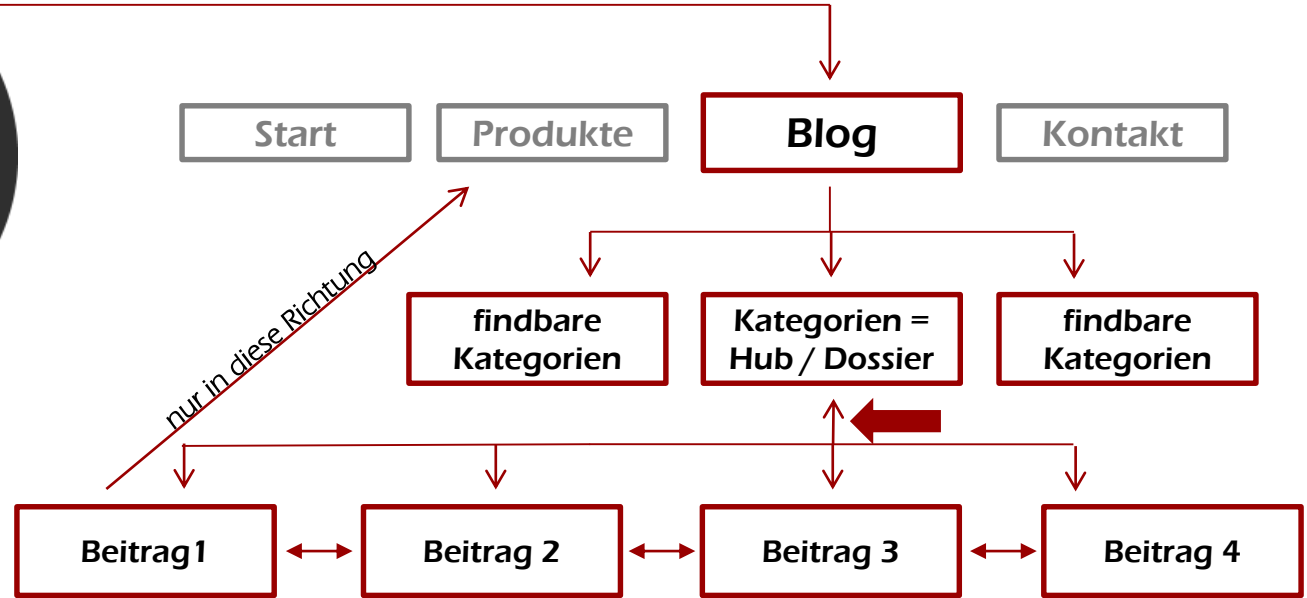
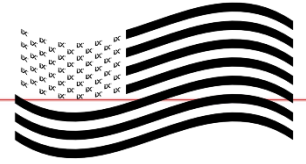


### Transactional content

- Produktseiten
- Vergleichsseiten
- Aktionsseiten

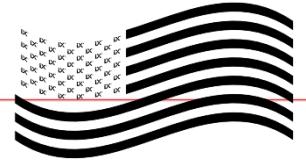


# Verpass' dem Content eine logische Struktur





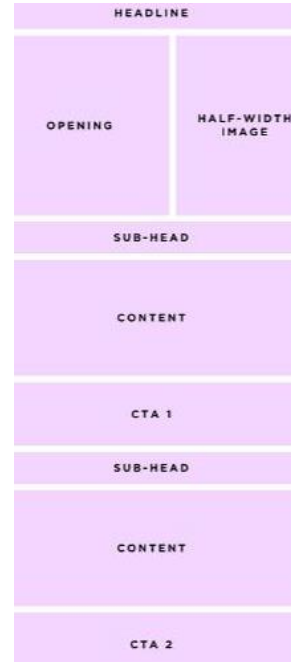
# Was den einzelnen Beitrag erfolgreich macht



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



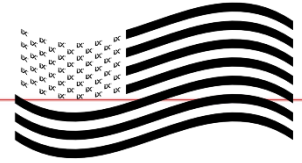
## Multimedial agieren





# Performance von Beiträgen prüfen

## beginnend in der Webanalyse ...



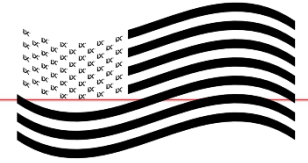
| Zielgruppe                   | Landingpage ?   | Akquisition                                   |   |   | Verhalten   |  |  | Conversions   |  |  |                     |
|------------------------------|---|---|---|---|---|--|--|---|--|--|---------------------|
|                              |   | Sitzungen ? ↓                                 | Neue Sitzungen in % ?                                 | Neue Nutzer ?                                 | Absprungrate ?  | Seiten/Sitzung ?                                 | Durchschnittl. Sitzungsdauer ?                           | Rate der Zielvorhaben-Conversion ?                    | Abschlüsse für Zielvorhaben ?          | Zielvorhabenwert ?                                       |                     |
| Akquisition                  |   | 29.952<br>% des Gesamtwerts: 68,29 % (43.862) | 81,77 %<br>Durchn. für Datenansicht: 78,53 % (4,13 %) | 24.493<br>% des Gesamtwerts: 71,11 % (34.445) | 15,76 %<br>Durchn. für Datenansicht: 15,69 % (0,47 %) | 1,19<br>Durchn. für Datenansicht: 1,27 (-6,60 %) | 00:03:04<br>Durchn. für Datenansicht: 00:02:47 (10,74 %) | 0,17 %<br>Durchn. für Datenansicht: 0,60 % (-72,26 %) | 50<br>% des Gesamtwerts: 18,94 % (264) | 16.524,73 €<br>% des Gesamtwerts: 15,78 % (104.714,83 €) |                     |
| Verhalten                    |   |   |   |   |   |  |  |   |  |  |                     |
| Übersicht                    | 1. /seo/blog/google-analytics-richtig-einrichten.php      | 11.515 (38,44 %)                              | 83,51 %   | 9.616 (39,26 %)                               | 15,29 %   | 1,14   | 00:03:00   | 0,03 %  | 3 (6,00 %)                             | 2.133,41 € (12,91 %)                                     |                     |
| Verhaltensfluss              | 2. /seo/blog/website-selber-optimieren.php                | 5.191 (17,33 %)                               | 86,44 %   | 4.487 (18,32 %)                               | 13,60 %   | 1,22   | 00:03:32   | 0,08 %  | 4 (8,00 %)                             | 3.086,15 € (18,68 %)                                     |                     |
| Websitecontent               | 3. /seo/blog/google-adwords-erste-kampagne-einrichten.php | 4.694 (15,67 %)                               | 71,22 %   | 3.343 (13,65 %)                               | 22,16 %   | 1,15   | 00:03:21   | 0,11 %  | 5 (10,00 %)                            | 4.763,70 € (28,83 %)                                     |                     |
| Alle Seiten                  |   |   | Quelle/Medium ?                                       |   |   |  |  |   | 0,07 %                                 | 1 (2,00 %)   | 227,93 € (1,38 %)   |
| Aufschlüsselung nach Content |   |   |   |   |   |  |  |   | 3,14 %                                 | 22 (44,00 %)   | 1.431,33 € (8,66 %) |
| Landingpages                 |   |   |   |   |   |  |  |   |  |  |                     |
| Ausstiegsseiten              |   |   |   |   |   |  |  |   |  |  |                     |
| Websitegeschwindigkeit       |   |   |   |   |   |  |  |   |  |  |                     |
|                              | 1. /seo/blog/google-adwords-erste-kampagne-einrichten.php | google / organic                              | 3.853 (82,08 %)                                       | 80,22 %                                       | 3.091 (92,46 %)                                       | 12,35 %  | 1,16   | 00:03:39  |  |  |                     |
|                              | 2. /seo/blog/google-adwords-erste-kampagne-einrichten.php | (direct) / (none)                             | 772 (16,45 %)   | 25,26 %                                       | 195 (5,83 %)  | 72,41 %  | 1,12   | 00:01:51  |  |  |                     |
|                              | 3. /seo/blog/google-adwords-erste-kampagne-einrichten.php | bing / organic                                | 37 (0,79 %)   | 89,19 %                                       | 33 (0,99 %)   | 5,41 %   | 1,27   | 00:04:06  |  |  |                     |
|                              | 4. /seo/blog/google-adwords-erste-kampagne-einrichten.php | ecosia.org / referral                         | 7 (0,15 %)  | 85,71 %                                       | 6 (0,18 %)  | 14,29 %  | 1,14   | 00:02:26  |  |  |                     |

Und was funktioniert nicht?





# Performance von Beiträgen prüfen



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

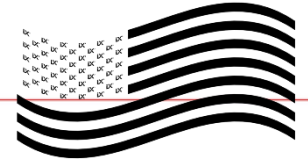
The screenshot shows the Google Search Console interface. On the left is a navigation menu with options: Übersicht, Leistung (highlighted with a red arrow), URL-Prüfung, Index, Abdeckung, Sitemaps, Verbesserungen, Nutzerfreundlichkeit auf Mo..., Manuelle Maßnahmen, and Links. The main content area displays a summary bar with four metrics: **Klicks insgesamt** (8.303), **Impressionen insgesamt** (643.309), **Durchschnittliche CTR** (1,3%), and **Durchschnittliche Position** (32,1). Below this is a line chart showing performance trends from 18.10.18 to 10.01.19. A table below the chart shows search results for the 'SEITEN' tab. The table has columns for 'Seite', 'Klicks', 'Impressionen', 'CTR', and 'Position'. Three data points are circled in red: 2.331 clicks, 51.243 impressions, and 4,5% CTR for the first result.

| SUCHANFRAGEN  | SEITEN   | LÄNDER       | GERÄTE | DARSTELLUNG IN DER SUCHE |
|---|----------|--------------|--------|--------------------------|
|   |          |              |        |                          |
| Seite   | ↓ Klicks | Impressionen | CTR    | Position                 |
| <a href="https://www.seo-profi-berlin.de/seo/blog/google-analytics-richtig-einrichten.php">https://www.seo-profi-berlin.de/seo/blog/google-analytics-richtig-einrichten.php</a>           | 2.331    | 51.243       | 4,5 %  | 24,6                     |
| <a href="https://www.seo-profi-berlin.de/seo/blog/website-selber-optimieren.php">https://www.seo-profi-berlin.de/seo/blog/website-selber-optimieren.php</a>                               | 1.600    | 123.949      | 1,3 %  | 14,4                     |
| <a href="https://www.seo-profi-berlin.de/seo/blog/google-adwords-erste-kampagne-einrichten.php">https://www.seo-profi-berlin.de/seo/blog/google-adwords-erste-kampagne-einrichten.php</a> | 883      | 53.851       | 1,6 %  | 32,5                     |





# 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...>

| SUCHANFRAGEN  | SEITEN | LÄNDER | GERÄTE   | DARSTELLUNG IN DER SUCHE |        |          |
|---|--------|--------|----------|--------------------------|--------|----------|
| Suchanfrage   |        |        | ↓ Klicks | Impressionen             | CTR    | Position |
| <a href="#">google analytics einrichten</a>           |        |        | 928      | 4.268                    | 21,7 % | 3,1      |
| <a href="#">google analytics einbinden</a>            |        |        | 62       | 943                      | 6,6 %  | 4,4      |
| <a href="#">google analytics richtig einrichten</a>   |        |        | 30       | 58                       | 51,7 % | 3,1      |
| <a href="#">analytics einrichten</a>                  |        |        |          |                          |        | 2,6      |
| <a href="#">google analytics einrichten anleitung</a> |        |        |          |                          |        | 3,5      |
| <a href="#">google analytics aktivieren</a>           |        |        | 9        | 92                       | 9,8 %  | 4,3      |
| <a href="#">google analytics code</a>                 |        |        |          | 926                      | 0,0 %  | 11,1     |



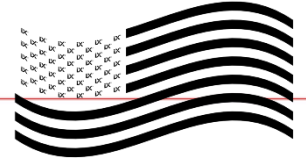
CTR ist ein Rankingfaktor





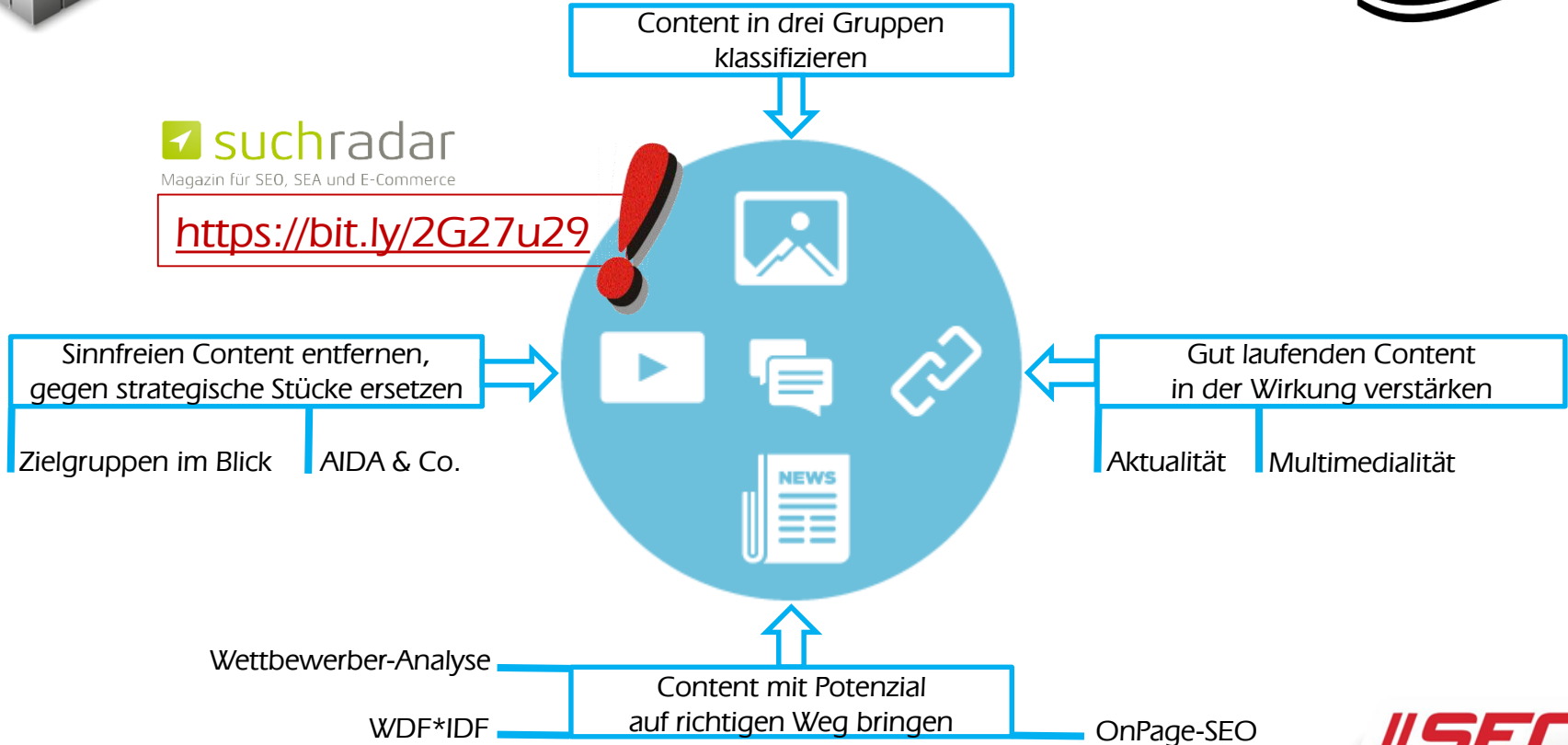


# Beiträge immer wieder nachoptimieren



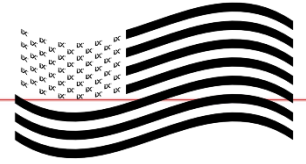
 **suchradar**  
Magazin für SEO, SEA und E-Commerce

<https://bit.ly/2G27u29>





## Fazit: Machen ... und zwar richtig



Strategie entwickeln



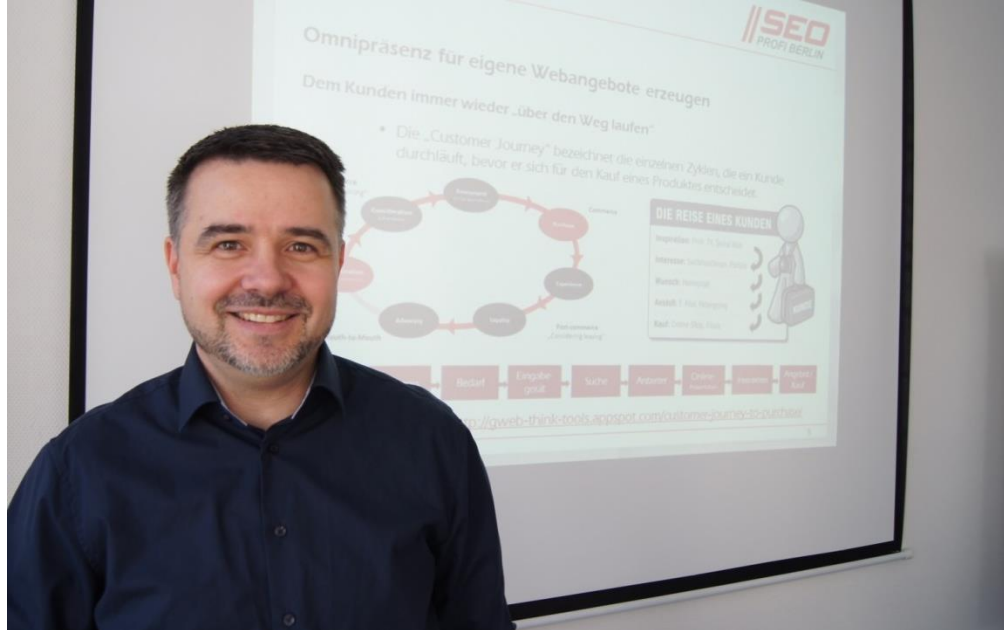
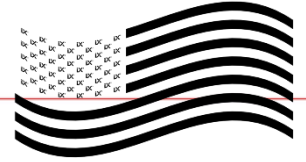
realistisch planen



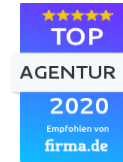
konsequent umsetzen



# Sven Deutschländer @ SEO Profi Berlin



[www.SEO-Profi-Berlin.de](http://www.SEO-Profi-Berlin.de) > Referenzen > Vorträge  
@dskom // fb.me/SEO.Profi-Berlin // de.slideshare.net/sdbln // LinkedIn // XING



**Code of Conduct**  
Suchmaschinenoptimierung



**Code of Conduct**  
Suchmaschinen-Advertising

