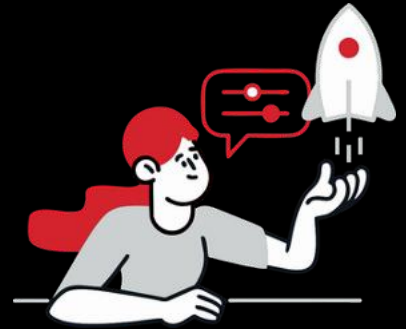


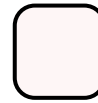
Das 7-Schritte-Programm zur Suchmaschinenoptimierung einer Website

Suchmaschinenoptimierung (SEO) verfolgt ein klares Ziel: Internetpräsenzen so aufzubauen und redaktionell auszugestalten, dass sie bei relevanten Suchanfragen ein Treffer in Suchergebnissen werden. So attraktiv für Nutzer, dass diese den Treffer anklicken!

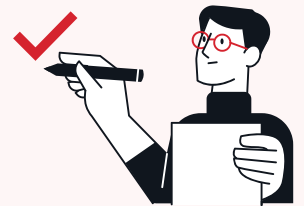


Schritt 1

Zielsetzung und Strategie-Planung

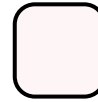


- 1. Ziele festlegen:** Definiere konkrete Ziele (z.B. mehr Traffic, höhere Sichtbarkeit, mehr Besucher auf einer bestimmten Seite, mehr Umsatz).
- 2. Zielgruppenanalyse:** Bestimme, wer deine Zielgruppe ist und was sie sucht.
- 3. Wettbewerbsanalyse:** Untersuche, wie deine Konkurrenten in Suchmaschinen abschneiden - worauf sie zu finden sind und worauf nicht.
- 4. KPI festlegen:** Definiere messbare Kennzahlen, an denen der Erfolg festgemacht wird (z.B. Rankings, Traffic, Anfragen, Umsatz, Gewinn).
- 5. Content-Strategie planen:** Lege fest, welche Inhalte für deine Zielgruppe wichtig sind und wie sich diese auf der Website umsetzen lassen.
- 6. Tool-Auswahl:** Wähle geeignete Tools (z.B. Google Analytics, Search Console, Sistrix) zur Überwachung und Steuerung der SEO-Maßnahmen.



Schritt 2

Technische Grundlage überprüfen

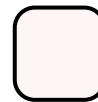


1. **Umfassender Technik-Check** aus SEO-Sicht.
2. **Analyse der Indexierbarkeit**, damit alle wichtigen Inhalte erfasst werden.
3. **Identifikation und Behebung technischer SEO-Fallstricke** (z. B. lange Ladezeiten, 404-Fehler, defekte Links, fehlende Weiterleitungen).
4. **Überprüfung grundlegender SEO-Aspekte** wie Website-Struktur, Metadaten, Crawler- und Nutzerfreundlichkeit.

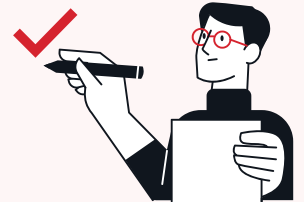


Schritt 3

Inhalte und Nutzerführung optimieren

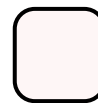


1. **Überprüfung der Nutzerführung** durch eine sinnvolle Navigation (z. B. Hauptmenü, Footer-Menü, Breadcrumb-Navigation, text-interne Links)
2. **Analyse aller Website-Ebenen** und Inhalte aus der Nutzer-Perspektive
3. **Verständlichkeitsprüfung**: Kann das Angebot intuitiv erfasst werden und bietet es ausreichenden Mehrwert, der in Vorteilen kommuniziert wird?
4. **Optimierung der Kontaktaufnahme** (Formulare, Klickpfade) bzw. des **Kaufprozesses** (Checkout im Onlineshop).

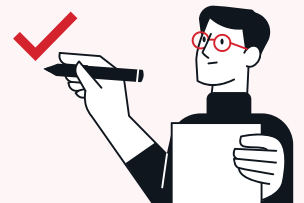


Schritt 4

Seiten-Inhalte optimieren

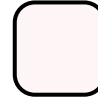


1. **Durchführung einer Keyword-Recherche** für alle bestehenden Seiten.
2. **Erstellung optimaler Metadaten**: Seitentitel, Meta-Descriptions, Hauptüberschriften und ggf. neue URL-Pfade.
3. **Fein Anpassung** der Inhalte (Texte, Bilder, Grafiken und Videos) auf Keyword- und Nutzerfokus.



Schritt 5

Interne Verlinkung stärken

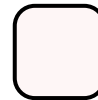


1. **Aufbau** einer logischen und strukturierten internen Verlinkung.
2. **Stärkung** der Keyword-Fokussierung durch gezielte Verlinkungen.
3. **Reduktion** störender bzw. unpassender Verlinkungen.



Schritt 6

Externe Verlinkungen aufbauen

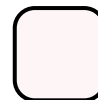


1. **Optimierung** des Google Unternehmensprofil (Google Maps).
2. **Eintrag der Website** in Dutzende weitere relevante Firmenverzeichnisse, Branchenportale und Kartendienste.
3. **Stärkung der Domain-Autorität** durch externe Verlinkungen auf Websites mit grundsätzlich gleicher thematischer Ausrichtung.

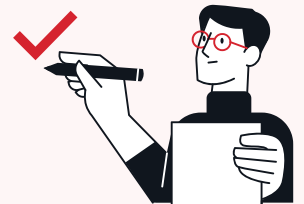


Schritt 7

Erweiterung der Website-Inhalte



1. Erstellung neuer Unterseiten für spezifische Angebote - besondere Produkte, spezielle Branchen oder Bedarfe in den Zielgruppen.
2. Keyword-Recherche nach passenden Suchanfragen im Themenumfeld.
3. Erstellung eines Redaktionsplans für den Aufbau von Ratgeberseiten, Magazin- oder Blogbeiträgen, die weitere Zielgruppen-Bedarfe abdecken.
4. Text-Optimierung und optimale Metadaten für all diese neuen Seiten.
5. Einbindung in die interne Verlinkung, Nutzung für die externe Verlinkung und Einrichtung eines Monitorings für alle Seiten der Website.



Das ABC der Suchmaschinenoptimierung

Erreichen Sie Spitzenplatzierungen und steigern Sie die Sichtbarkeit Ihrer Website – Schritt für Schritt. Dieser umfassende SEO-Leitfaden führt Sie durch die wichtigsten Optimierungsschritte – mit dem nachfolgenden Glossar bringen wir Ihnen dafür die wichtigsten Begriffe aus der Welt der Suchmaschinenoptimierung näher.

A

Alt-Tags aller wichtigen Bilder optimieren

SEO-Bedeutung: Alt-Tags gehören zu den "Metadaten" von Bildern. Nutzen Sie diese, um auch mit Ihren Bildern in der Suchmaschine zu ranken. Hier liegt ein großes SEO-Potenzial, vor allem wenn es sonst schwierig ist, sich im Seiten-Ranking gegen die Konkurrenz durchzusetzen.

 **Tipp:**

Verwenden Sie beschreibende Alt-Tags immer in Verbindung mit dem passenden Haupt-Keyword. Was ist auf dem Bild zu sehen? Für die Barrierefreiheit Ihrer Website vergessen Sie nicht, den Alt-Tag als einen beschreibenden Text - auch für Menschen mit Sehbehinderungen - auszuformulieren.

 **Beispiel:**

Auf Ihrer Landingpage wird ein „Wurfspielzeug“ für Hunde angeboten. Im Alt-Tag des Bildes könnte stehen: „Hund spielt mit Wurfspielzeug von XY im Park“. Das beschreibt den Inhalt und enthält das relevante Haupt-Keyword. Den Inhalt des Alt-Tag können Sie außerdem für die Kreation des Dateinamens und den Title-Tag (angezeigter Text bei Mouseover) verwenden.

B

Backlinks aufbauen

SEO-Bedeutung: Backlinks von vertrauenswürdigen Seiten stärken das Ranking.

 **Tipp:**

Bauen Sie hochwertige, relevante Links auf, um das Vertrauen und die Sichtbarkeit Ihrer Website zu steigern. Solche Links müssen die eigene Website geografisch und/oder thematisch bestätigen.

 **Beispiel:**

Sie betreiben eine Rechtsanwaltskanzlei für Strafrecht in Leipzig. Der Eintrag der Kanzleiadresse auf Websites wie anwalt.de bestätigt durch die Listung der Adresse die Kanzlei geografisch. Da nur Anwälte auf anwalt.de gelistet werden, ist dieser Link zugleich auch thematische Bestätigung.

C

Canonical-Tags verwenden

SEO-Bedeutung: Canonical-Tags helfen dabei, doppelte Inhalte zu vermeiden und sicherzustellen, dass Suchmaschinen die bevorzugte Version einer Seite erkennen.

💡 Tipp:

Setzen Sie Canonical-Tags auf Seiten mit ähnlichen oder identischen Inhalten, um zu signalisieren, welche URL die „Originalversion“ ist. Dies stärkt das Original eines Inhalts und verhindert, dass sich ähnliche Inhalte gegenseitig in den Suchergebnissen Konkurrenz machen.

👉 Beispiel:

Statt mehrere ähnliche Inhalte ohne Canonical den Suchmaschinen zu präsentieren, nutzen Sie auf der Original-Seite einen auf sich selbst referenzierenden Canonical-Link. Auf den Seiten mit ähnlichen Inhalten enthält der Canonical-Link die URL der Original-Seite. So werden Suchmaschinen die ähnlichen Seiten einfach ignorieren.

D

Duplicate Content vermeiden

SEO-Bedeutung: Doppelte Inhalte können zu Ranking-Problemen führen.

💡 Tipp:

Erstellen Sie einzigartigen Content für jede Seite (jedes Produkt / jede Dienstleistung), um Duplicate Content zu vermeiden.

👉 Beispiel:

Veröffentlichen Sie auf verschiedenen Unterseiten nicht denselben oder sehr ähnliche Inhalte.

Produktseite vs. Blogbeitrag: Eine Produktseite sollte klar die Eigenschaften, Funktionen und Vorteile eines Produkts oder einer Dienstleistung inkl. einer Handlungsaufforderung beschreiben. Ein Blogbeitrag hingegen sollte zusätzlichen Mehrwert bieten, z. B. Anwendungsbeispiele beschreiben, Tipps zur Pflege des Produkts oder umfassende Erklärungen liefern.

E

E-E-A-T verstehen

SEO-Bedeutung: E-E-A-T (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness) bewertet die Qualität und Vertrauenswürdigkeit einer Website.

💡 Tipp:

Inhalte sollten von Experten stammen, die mit den beschriebenen Produkten und Leistungen Erfahrung haben. Die Qualifikation der Inhalte-Ersteller muss klar erkennbar sein. Nur so können Autoritäten verstanden und Vertrauen hergestellt werden. Aussagekräftige Autorenprofile helfen dabei.

👉 Beispiel:

Erstellen Sie für jeden Autor ein umfassendes Profil. Lesenden soll klar sein, dass Gesundheitsthemen im besten Falle von einem Arzt geschrieben und durch dessen Erfahrungen untermauert werden.

F

Formatierung von Inhalten optimieren

SEO-Bedeutung: Eine klare Formatierung steigert die Lesbarkeit und erleichtert Suchmaschinen das Verständnis der Inhalte.

💡 Tipp:

Nutzen Sie sinnvolle Überschriften-Hierarchien und Absätze, um Informationen übersichtlich und ansprechend darzustellen. Jede Seite hat nur eine **H1-Hauptüberschrift** mit dem Haupt-Keyword. Jeder weitere Absatz hat eine eigene **H2-Überschrift** mit weiteren wichtigen Keywords. Innerhalb der H2-Absätze können weitere **H3-Überschriften** verwendet werden. Nutzer lesen selten, sie scannen Texte eher. Um Texte beim Scannen leichter erfassbar zu machen, nutzen Sie Fettschrift und Aufzählungen zur Hervorhebung. Auch Verlinkungen heben Textteile hervor – nutzen Sie diese ebenso.

👉 Beispiel:

Gliedern Sie einen Artikel zum Thema "SEO-Basics" mit einer H1 für den Titel. Weitere Abschnitte mit H2-Überschriften nutzen Sie für Hauptthemen wie „Keyword-Recherche“ oder „Metadaten“. Tabellen oder Listen können den Artikel strukturieren. Statistiken und Quellenangaben untermauern Ihre Behauptungen. Nutzen Sie Bilder und Videos, um die User auf vielen Ebenen abzuholen.

G

Google Unternehmensprofil auf Google Maps einrichten und pflegen

SEO-Bedeutung: Für lokal agierende Unternehmen ist das "Google Business Profile" bedeutsam.

💡 Tipp:

Optimieren Sie Ihr Google Unternehmensprofil mit relevanten Informationen und sammeln Sie Bewertungen für Ihr Unternehmen auf der Plattform.

👉 Beispiel:

Erstellen und pflegen Sie ein Google Business Profile für Ihr Unternehmen. Fügen Sie Fotos, Öffnungszeiten, Leistungen und Produkte hinzu. Bitten Sie zufriedene Kunden um eine Bewertung. Bedenken Sie: Das Google Unternehmensprofil hilft Google beim Verständnis Ihres Unternehmens.

MIT UNS GANZ GROSS AUF GOOGLE MAPS

Wir optimieren Ihr Google Unternehmensprofil!



030 4990 7084

www.dskom.de/seo



H

Überschriften-Tags (H-Tags) richtig nutzen

SEO-Bedeutung: H-Tags strukturieren Inhalte und können Rankings positiv beeinflussen. Die Überschriften korrekt auszuzeichnen, ist sowohl für die Suchmaschine als auch für Nutzer wichtig - Menschen mit Sehbehinderung helfen sie ebenso. Anhand der Überschriften-Hierarchie erkennt die Suchmaschine die Wichtigkeit von Texten. Usern wird das Scannen der Texte erleichtert. Menschen mit Sehbehinderung können zum nächsten Absatz springen.

 **Tipp:**

Nutzen Sie den Tag H1 für Hauptüberschriften und die Tags H2 und H3 für Zwischen- und Unterüberschriften. So verbessern Sie die Lesbarkeit und erhöhen Ihre Ranking-Chancen.

 **Beispiel:**

Verwenden Sie eine H1-Überschrift mit Thema und Haupt-Keyword wie „Alles über Hundepflege“ und strukturieren Sie den Text mit H2-Tags mit einem Keyword für Unterthemen wie „Fellpflege für Hunde“ und „Gute Bürsten für die Fellpflege Ihres Hundes“.

I

Indexierbarkeit sicherstellen

SEO-Bedeutung: Nur indexierte Seiten erscheinen in den Suchergebnissen.

 **Tipp:**

Überprüfen Sie mit der Google Search Console, dass alle wichtigen Seiten indexiert sind.

 **Beispiel:**

Verwenden Sie die Google Search Console auch, um eine XML-Sitemap einzureichen.

J

JSON-LD für strukturierte Daten verwenden

SEO-Bedeutung: Strukturierte Daten (im JSON-LD Format) machen Ihre Website-Inhalte für Suchmaschinen verständlicher, was zu besseren Suchergebnissen führen kann.

 **Tipp:**

Verwenden Sie strukturierte Daten im JSON-LD Format, um wichtige Infos wie Bewertungen, Events oder FAQs für Suchmaschinen klar zu markieren.

 **Beispiel:**

Nutzen Sie strukturierte Daten mit JSON-LD für die Darstellung von Bewertungen ("@type": "Review") oder die Einbindung von FAQs, damit diese Inhalte in den Suchergebnissen besser sichtbar sind. Mehr Informationen hierzu liefert die Website schema.org.

K

Keyword-Recherche durchführen

SEO-Bedeutung: Keywords sind die Grundlage jeder SEO-Strategie.

💡 Tipp:

Finden Sie heraus, welche Suchanfragen Ihre Zielgruppe in Suchmaschinen nutzt, um Ihre Produkte und Dienstleistungen über Google, Bing oder Ecosia zu finden und optimieren Sie Ihre Inhalte darauf.

👉 Beispiel:

Finden Sie heraus, dass „Hundefutter für Welpen“ häufig online gesucht wird, dann optimieren Sie eine bestimmte Seite Ihrer Website darauf, um mehr Nutzer anzuziehen, die speziell nach Welpenfutter suchen. Recherchieren Sie, welche Suchanfragen Menschen nutzen, um diesen Bedarf über eine Suchmaschine zu decken. Die Wörter in diesen Suchanfragen nutzen Sie für die Erstellung des Seiteninhalts. Denken Sie beim Schreiben stets daran, umfassend und service-orientiert zu informieren.

L

Landingpage-Optimierung angehen

SEO-Bedeutung: Gut optimierte Landingpages erhöhen die Relevanz für spezifische Keywords, verbessern die Nutzererfahrung und können die Conversion-Rate steigern.

💡 Tipp:

Erstellen Sie Landingpages, die gezielt auf ein Haupt-Keyword ausgerichtet sind. Sorgen Sie für verständliche Texte mit Mehrwert und klaren Handlungsaufforderungen (Call-to-Action).

👉 Beispiel:

Wenn Sie „Hundetraining in Berlin“ als Haupt-Keyword nutzen, erstellen Sie eine Landingpage, die alle Informationen zu Ihrem Hundetraining-Angebot in Berlin enthält. Das reicht von der Klärung der W-Fragen (wer bietet was für wen an), geht über eine Vorteilskommunikation bis hin zum genauen Ablauf einer Buchung. Fügen Sie Bilder, Testimonials und Handlungsaufforderungen („Jetzt Termin vereinbaren“) hinzu. So überzeugen Sie potenzielle Kunden von der Kontaktaufnahme.

JETZT MEHR INFOS ANFORDERN

Ratgeber: „Die 12 wichtigsten Elemente einer Landingpage“

✉ info@dskom.de

www.dskom.de/seo



M

Metadaten optimieren

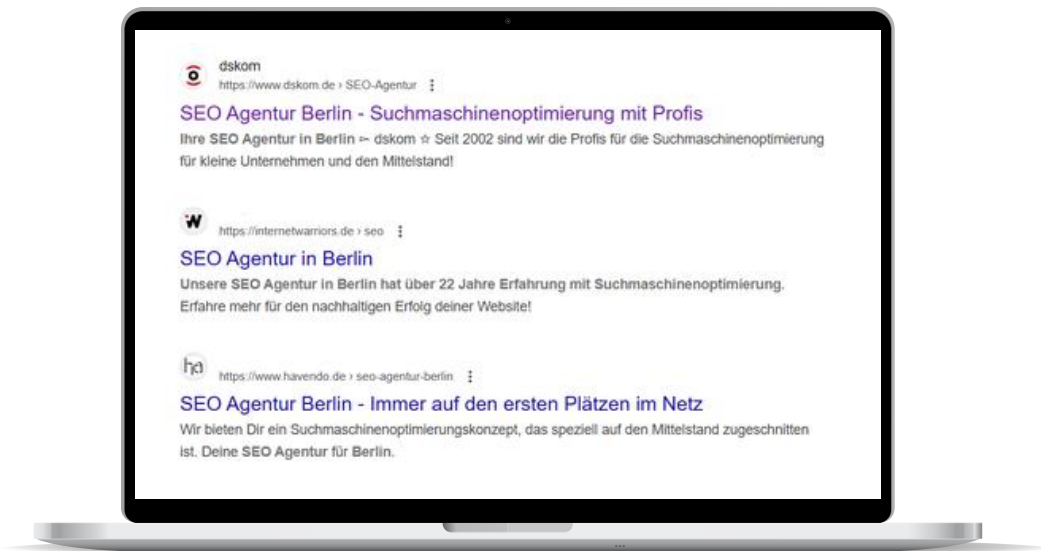
SEO-Bedeutung: Metadaten haben großen Einfluss darauf, wie die Seiten Ihrer Website in den Suchergebnissen angezeigt werden, insbesondere die auf ein spezielles Keyword optimierten Landingpages.

💡 Tipp:

Verwenden Sie klare, ansprechende Metadaten für Ihre Landingpages, die zum Klicken anregen. Der Seitentitel sollte dabei das Haupt-Keywords enthalten, die Meta-Description sollte Vorteile kommunizieren und eine Handlungsaufforderung.

👉 Beispiel:

Verwenden Sie einen prägnanten Seitentitel wie „SEO Agentur Berlin“ und eine Meta-Description, die Nutzende zum Klicken anregt, z. B. „Ihre SEO Agentur in Berlin > dskom * Seit 2002 sind wir die Profis für die Suchmaschinenoptimierung für kleine Unternehmen und den Mittelstand.“



N

Navigation verbessern

SEO-Bedeutung: Eine gute Navigation erhöht die Benutzerfreundlichkeit und macht Suchmaschinen die Struktur Ihrer Website verständlich.

💡 Tipp:

Passen Sie Ihr Hauptmenü auf Ihre Angebote, Ihr Leistungsspektrum an. Achten Sie dabei darauf, was die Nutzer:innen wollen. Das Hauptmenü sollte "sprechend" sein und Ihr Unternehmen beschreiben.

👉 Beispiel:

Verwenden Sie eine klare Menüstruktur, z. B. mit Kategorien wie „Hundepflege“, „Katzenpflege“ und „Tiernahrung“, um den Nutzern die Navigation zu erleichtern.

O

Optimierung der Call-to-Action angehen

SEO-Bedeutung: Effektive Call-to-Action (CTA) lenken Nutzer gezielt zu gewünschten Aktionen und können die Conversion-Rate verbessern, was indirekt auch das Ranking in den Ergebnis-Seiten von Suchmaschinen beeinflussen kann.

💡 Tipp:

Gestalten Sie CTA auffällig - klickbare Button mit Texten, die Nutzer überzeugen. Nutzen Sie klare Handlungsaufforderungen („Jetzt kaufen“ oder „Kostenlos testen“) und platzieren Sie diese an strategischen Stellen. Achtung: Auch CTA folgen einer Customer Journey. Während Sie am Anfang noch „Kontaktieren Sie uns“ heißen sollten, steht am Ende ein „Jetzt buchen“ oder „Gleich kaufen“.

👉 Beispiel:

Integrieren Sie am Ende eines Blogartikels einen CTA wie „Laden Sie unseren kostenlosen SEO-Leitfaden herunter“ mit einem auffälligen Button, der zur Conversion einlädt.

P

Performance analysieren

SEO-Bedeutung: Nur durch Analysen lassen sich Optimierungspotenziale erkennen.

💡 Tipp:

Nutzen Sie Tools wie Google Analytics oder Matomo, um das Nutzerverhalten auf Ihrer Website zu verstehen und SEO-Maßnahmen davon ableiten zu können.

👉 Beispiel:

Nutzen Sie das Webanalyse-Tool, um zu sehen, wie viele Besucher Ihre Seite „Tipps zur Welpen-Erziehung“ hatte, wie die Verweildauer der User war und wie viele Conversions erzielt wurden. War die Performance schlecht, dann optimieren Sie die Seite. War die Performance gut, überlegen Sie, wie sich diese Seite als Best Practice für den Aufbau künftiger Seiten nutzen lässt.

! Merke:

Lieber 10 gute Ratgeber-Artikel, die Sie stets aktuell halten, als 100 schlecht gepflegte Artikel.

Q

Qualitativ hochwertige Inhalte bieten

SEO-Bedeutung: Wertvolle Inhalte erhöhen das Ranking und Nutzervertrauen.

💡 Tipp:

Erstellen Sie Content, der wertvolle Informationen bietet und Nutzer lang genug auf Ihrer Website hält.

👉 Beispiel:

Schreiben Sie einen Ratgeber-Artikel mit praxisnahen Tipps zur Erziehung eines Welpen und fügen Sie wertvolle Fakten, Details und einen Expertenrat hinzu. So halten Sie die Leser länger auf Ihrer Seite. Vergessen Sie dabei nicht, die Ratgeber-Seite mit der passenden Produkt-Seite zu verlinken.

R

robots.txt überprüfen

SEO-Bedeutung: Die Datei robots.txt bestimmt, welche Teile Ihrer Website von Suchmaschinen durchsucht werden sollen. So können Sie sicherstellen, dass nur wichtige Teile gecrawlt werden.

💡 Tipp:

Verhindern Sie, dass unwichtige Seiten wie Admin-Bereiche oder doppelte Inhalte von Suchmaschinen durchsucht werden.

👉 Beispiel:

Sie könnten Suchmaschinen den Zugriff auf interne Bereiche Ihrer Website verbieten, z. B. die Verwaltungsseiten. So stellen Sie sicher, dass nur die für Nutzer wichtigen Seiten in den Suchergebnissen erscheinen.

S

Sicherheit gewährleisten (HTTPS & HSTS-Header)

SEO-Bedeutung: HTTPS und ein HSTS-Header sorgen für Vertrauen bei den Nutzern und Suchmaschinen. Fehlt dieses Vertrauen, kann das Ranking in den Suchergebnisseiten leiden.

💡 Tipp:

Verwenden Sie ein SSL-Zertifikat und setzen Sie einen HSTS-Header ein, um Ihre Website sicher zu machen und das Vertrauen von Nutzern und Suchmaschinen zu gewinnen.

! Achtung:

Auch SSL-Zertifikate können ablaufen. Achten Sie auf das Ablaufdatum und die Erneuerung.

T

Technical-SEO: Technik-Check durchführen

SEO-Bedeutung: Ein regelmäßiger Technik-Check stellt sicher, dass Ihre Website technisch gut funktioniert, schnell lädt und für Suchmaschinen optimal zugänglich ist.

💡 Tipp:

Überprüfen Sie Ladezeiten, mobile Nutzbarkeit, Broken Links und die XML-Sitemap, um technische Probleme zu vermeiden, die Ihre Rankings beeinträchtigen können.

👉 Beispiel:

Nutzen Sie Tools wie Google PageSpeed Insights, um die Ladegeschwindigkeit zu testen. Stellen Sie sicher, dass alle Seiten mobilfreundlich sind und keine fehlerhaften Links enthalten. So bleiben die Nutzererfahrung und das Ranking optimal.

NEUTRALER TECHNIK-CHECK NÖTIG?

Wir führen gern den Technik-Check Ihrer Website durch!



030 4990 7084

www.dskom.de/seo



U

URL-Struktur optimieren

SEO-Bedeutung: „Sprechende URLs“ verbessern die Benutzerfreundlichkeit und helfen Suchmaschinen, den Inhalt jeder Seite der Website noch besser zu verstehen.

 **Tipp:**

Gestalten Sie URLs kurz, beschreibend und ohne unnötige Parameter.

 **Beispiel:**

Verwenden Sie für einen Magazin-Artikel über Hundekrallenpflege eine „sprechende URL“ wie www.website.de/ratgeber/hundekrallen-pflege-tipps. Vermeiden Sie Füllwörter und Umlaute wie www.website.de/ratgeber/wie-pflege-ich-hundekrallen-bei-meinem-liebling.

V

Verlinkungsstrategie für interne Verlinkung aller Seiten entwickeln

SEO-Bedeutung: Eine durchdachte interne Verlinkung verbessert die Navigation auf der Website, stärkt wichtige Seiten und hilft Suchmaschinen, die Struktur der Website besser zu verstehen.

 **Tipp:**

Setzen Sie gezielt interne Links mit beschreibenden Ankertexten, um den Nutzern und Suchmaschinen den Kontext und die Relevanz der verlinkten Seiten klar zu machen.

 **Beispiel:**

Verwenden Sie für einen Artikel über Hundekrallenpflege einen internen Link mit einem Ankertext wie „Ratgeber zur Hundepflege“ und verlinken Sie auf eine passende Seite wie „/ratgeber/hundepflege“. Achten Sie dabei auch darauf, immer das Keyword der Zielseite im Ankertext zu verwenden, um die Relevanz und Auffindbarkeit in Suchmaschinen zu erhöhen. Vermeiden Sie demnach generische Ankertexte wie „hier klicken“ oder Linktexte ohne thematischen Bezug zur verlinkten Seite.

W

Webanalyse regelmäßig durchführen

SEO-Bedeutung: Kontinuierliche Analysen sind entscheidend für erfolgreiche SEO.

 **Tipp:**

Behalten Sie SEO-Kennzahlen im Blick und passen Sie Ihre Strategie bei Bedarf an.

 **Beispiel:**

Überwachen Sie Ihre wichtigen Kennzahlen mindestens monatlich und behalten Sie im Auge, welche Seiten performen und welche Sie eventuell nachoptimieren müssen.

X

XML-Sitemap einreichen

SEO-Bedeutung: Eine XML-Sitemap hilft Suchmaschinen dabei, die Seiten Ihrer Website effizient zu crawlen.

 **Tipp:**

Stellen Sie eine stets aktuelle XML-Sitemap den Suchmaschinen zur Verfügung, um die Indexierbarkeit zu verbessern.

 **Beispiel:**

Fügen Sie jede neue Seite Ihrer Website in die XML-Sitemap ein. Für eine schnelle Indexierung bei Google, können Sie die Sitemap in der Google Search Console einreichen.

Y

YouTube- / Video-SEO mitdenken

SEO-Bedeutung: Video-SEO verbessert die Sichtbarkeit Ihrer Videos auf YouTube und in Suchmaschinen, was zu mehr Klicks und Interaktionen führen kann. Außerdem können Sie als Unterstützung von Inhalten für die Website genutzt werden.

 **Tipp:**

Verwenden Sie relevante Keywords im Titel, in der Beschreibung und den Tags des Videos. Sorgen Sie für ein ansprechendes Thumbnail und fügen Sie Untertitel hinzu, um die Auffindbarkeit zu verbessern.

 **Beispiel:**

Statt „Video123“ als Titel zu nutzen, verwenden Sie einen beschreibenden Titel wie „Wie man gesunde Mahlzeiten in 10 Minuten zubereitet“. Ergänzen Sie eine prägnante Beschreibung und Tags, die das Thema genau widerspiegeln.

Z

Zielgruppenanalyse durchführen

SEO-Bedeutung: Nur durch gute Kenntnis der Zielgruppen können Inhalte optimal auf passende Suchanfragen ausgerichtet werden.

💡 Tipp:

Verstehen Sie Ihre Zielgruppen und nutzen Sie diese Erkenntnisse zur gezielten Keyword-Recherche, Content-Erstellung und -Optimierung.

👉 Beispiel:

Finden Sie durch Umfragen heraus, dass Ihre Zielgruppe vor allem Tipps für Welpenpflege sucht, und erstellen Sie Inhalte speziell zu diesem Thema.



IHR ERFAHRENER SEO-PARTNER

Brauchen Sie professionelle Unterstützung für Ihre SEO-Strategie?

Unser Expertenteam begleitet Sie auf Ihrem Weg nach ganz oben – mit maßgeschneiderten SEO-Strategien, die Ihr Ranking stärken und Ihre Website langfristig zum Erfolg führen. Wir übernehmen die technische Optimierung, Inhaltsstrategie, Keyword-Analyse und alle weiteren Schritte für ein durchdachtes SEO-Fundament.

Lassen Sie uns starten – damit Ihre Website gefunden wird!



030 4990 7084



info@dskom.de

www.dskom.de



Vorteile aus der Zusammenarbeit mit den dskom-Experten



Von dskom und deren Leistung absolut überzeugt

von Till O. Scheurle | E. Scheurle Messebau GmbH | 11 bis 50 Mitarbeiter

„Die langjährige Zusammenarbeit mit Herrn Deutschländer macht sich beim Erfolg unserer Website deutlich bemerkbar. Durch seine sukzessive Suchmaschinen-Optimierung unserer Websites und die regelmäßige Betreuung unserer Google Ads-, Bing- und Meta-Werbung sind wir zwischenzeitlich auf unterschiedlichsten Plattformen als Messebauer sehr gut sichtbar. Durch die professionelle Herangehensweise des dskom-Teams wurde unsere Website zu einem erfolgreichen Marketing-Instrument.“



Effektive Google Ads Schulung: Mehr Erfolg und weniger Kosten durch professionelle Workshops

von Irene Biderbeck | Kanzleimanagerin Laux Rechtsanwälte Berlin

„Als Anfänger bei Google Ads begann die Zusammenarbeit mit Herrn Deutschländer. Sehr wohl haben wir uns gefühlt. Bei zwei gebuchten Workshops (Google Ads Basis + SEO Basis) wurden uns erst die Grundbegriffe für eine erfolgreiche Google Gesamtstrategie erklärt und später vertieft.

Die Zeit- und Kostenersparnis, die wir dadurch erreicht haben, übersteigt deutlich unsere Erwartungen, mit denen wir die Workshops gebucht hatten. Dies veranlasste uns, einen weiteren Workshop zum Thema Suchmaschinen-optimierung zu buchen und den Übergang von Universal Analytics zu Google Analytics 4 in die Hände des dskom-Teams zu legen.“

