



SEO macht
Content zur

Queen 



Deine ersten Schritte zum Verständnis:
Was ist SEO - was bringt SEO - brauche ich SEO
und wo fange ich an?

Petra aus der Content Bakery

Hallo ich bin Petra,
Content Bäckerin & Online Marketing Coach

Warum ich von SEO-Content und STORYTELLING überzeugt bin? Weil Online-Erfolg mit Inhalten statt teurer Werbung funktioniert!



Seit 10 Jahren helfe ich Selbständigen dabei, ihre Online-Präsenz durch

- CONTENT zu stärken und
- EXPERTISE zu überzeugen.

Die Hauptzutaten des Erfolgsrezepts

- Inhalte, die deine Zielgruppe gut findet
- SEO, die diese Inhalte pushen und
- STORYTELLING, das deine Expertise und Persönlichkeit auf eingängige Weise präsentiert.



Deshalb setze ich SEO seit 10+ Jahren mit großem Erfolg für kleine Kunden-Projekte und mein eigenes Online-Marketing ein.



x

...sind wir schon vernetzt?



Zuvor hatte ich als Online Marketing Managerin fünf Jahre lang die Gelegenheit, SEO im "großen Stil" u.a. für eine Hotelgruppe und ein Wellness-Portal zu betreiben.

Was KONSTANT den besten Nutzen brachte?
Genau: SEO-optimierte Inhalte!

Petra

Mag. (FH) Petra Liebl

Certified eCommerce & Social Media Expert



Inhalt

Mini eBook SEO

Warum SEO? // SEO+Content >> Content-Queen	04-05
Was ist SEO, wie wirkt SEO, was außerdem	06-07
SEO verstehen / Bausteine / Zielgruppe	08-10
Zielgruppen-Keywords finden und überprüfen	11-13
Such-Intention erkennen als Schlüssel	14-16
Wichtige Elemente für Keywords	17-18
Kostenlose SEO-Tools zur Recherche	19-20
SEO-Begriffe / Wahrheit + SEO-Irrtümer/ SEO Grundprinzip	21-24
6 SEO-Fehler = NoGo's + Einladung zu Live-Workshop	25-26



Rechtlicher Hinweis

Alle Inhalte dieses Workbooks, einschließlich Text, Bilder, Grafiken, sind durch das Urheberrecht und andere geltende Gesetze geschützt. Es ist untersagt, diese Inhalte ohne ausdrückliche schriftliche Genehmigung zu kopieren, zu reproduzieren, zu verteilen, zu übertragen, zu veröffentlichen oder anderweitig zu nutzen. Jede Verletzung dieser Bestimmungen kann zu rechtlichen Schritten führen. Bitte beachten Sie, wir unsere Rechte jederzeit geltend machen können.

Warum



Weil SEO nachhaltig wirkt.

SEO ist anders

Anders als Anzeigen - die pro Klick kosten.

Anders als Social Media, das ständig 'gefüttert' werden muss.

SEO - also Suchmaschinen-Optimierung - brauchst Du, wenn du mit deiner Website online gefunden werden möchtest!

Das Gute an SEO: Auch Soloselbständige können mit wenig Kostenaufwand SEO nutzen. Was es braucht: Ein wenig Verständnis und Training. am besten mit Unterstützung durch d/eine Agentur des Vertrauens.

SEO krönt deinen Content zur *Queen* [👑] ...not just for one day!

Deshalb setze ich SEO seit 10+ Jahren mit großem Erfolg auch für kleine Kunden und mein eigenes Content-Marketing ein.

Ich bin Petra und unterstütze seit 2013 Selbstständige als Beraterin und Online-Coach dabei, ihre Online-Präsenz über ihren CONTENT zu pimpen, abzuheben und zu stärken. Das klappt nur mit SEO und dem passenden Content-konzept – denn: Damit legst du den Grundstein für deinen Online-Erfolg mit Inhalten statt teurer Werbung!

Weitere Maßnahmen von Themenplan über Content Plan, Storytelling und Social Media bauen in der Folge auf SEO+Web-Konzept auf.



SEO: Gamechanger + Content *Queen*

Warum ich dir SEO an dein passioniertes Selbstständigen-Herz lege? Weil es dir helfen wird, deine Bekanntheit auf- und auszubauen. OHNE FÜR JEDEN KLICK ZU BEZAHLEN.

SEO kann für dich sogar ein Gamechanger sein – gerade wenn du bisher häufig auf Social Media postest und dort viel Aufwand & Energie für Mini-Content investierst. Dann lautet die Erfolgsformel: Bring deinen Content mit SEO in "Form" :) und nutze ihn über deine Website dauerhaft!



👉 SEO-Power ist für Jede/n essenziell, der/die online sichtbar und gefunden werden will. Dazu musst du erstmal nichts - schon gar kein Produkt in einem Shop - online verkaufen.

Du kannst es mit dem Fundament beim Hausbau – aka dein „Online-Haus“ – vergleichen: Wenn dein SEO-Konzept passt, dann steht deine ganze Online-Präsenz auf einem sicheren Fundament.

>>> Vor da aus kannst immer darauf aufbauen bzw. ausbauen.

Mit SEO ergreifst du die Chance, DORT wo

👉 deine Kund:innen nach Lösungen für ihr Problem suchen mit deinen Themen bzw. Lösungen PRÄSENT zu sein.

👉 Anm.: 'DORT' ist zu >80% Google (außer bei Zielgruppen < 20 Jahre)

SEO hilft ganz besonders Berater:innen, Coaches oder Expertinnen  und jeder Personenmarke, die Online ihre Präsenz stärken und Vertrauen aufbauen möchte... und zwar ohne für jeden Klick zu bezahlen!

Mit SEO wird dein Content zur

Queen 

Was ist und wie wirkt SEO?



Was ist SEO - wie wirkt sich SEO aus?

Als SEO (Search Engine Optimization) bezeichnet man die Optimierung von Websites und Inhalten, damit diese in den „organischen“ (das ist der Name der „nicht bezahlten“) Suchergebnissen von Google & Co eine bessere Platzierung erreichen.

- Welche Bedeutung hat Suchmaschinen-Optimierung (SEO) für deinen Online-Erfolg?

Ein erfolgreicher Online-Auftritt ist nahezu unerlässlich, um Kunden zu gewinnen, Umsatz zu generieren und die Reichweite deines Unternehmens zu erhöhen. (Außer natürlich, wenn deine Kund:innen nicht online sind)

- Doch wie kannst du sicherstellen, dass potenzielle Kunden den Weg auf deine Website finden? Genau da kommt die SEO Spiel 🎮, die deinen Content 👑 indem er bei Suchanfragen gefunden wird! 👑

Achtung - Irrglaube: Weit verbreitete Meinung über SEO ...

... es sei schwierig oder technisch. Das darfst du getrost ins Reich der Mythen verweisen.

Im Kern geht es darum, dass der Nutzer für ihn passenden Suchergebnisse geliefert bekommt. Das passiert zu 80-87 % auf der Suchmaschine Google, deshalb dreht sich die SEO Optimierung schwerpunktmäßig um die Optimierung für Google-Suche.

Wie bekommen Nutzer "passende" Suchergebnisse für den Begriff oder den Halbsatz, den sie in den Google-Suchschlitz" eingeben? Indem Betreiber von Websites, Blogs, Foren, Portalen... ihre Seiten und Inhalte nach bestimmten SE-Kriterien erstellen. Dazu gehören Suchbegriffe, aber auch der Aufbau (die Menü- und Seiten-Struktur) der Website an sich.

Was gibt es außer SEO noch?



SEO ist 1 Online-Marketing Instrument 😊

Suchmaschinenoptimierung (SEO) ist wie SEA=Anzeigen auf Google, Social Media, Email-Marketing etc. ein Instrument des Online-Marketings - aber ein **WESENTLICHES**.

Das Ziel von SEO ist es, die eigene Website inhaltlich und technisch so zu gestalten und zu optimieren, dass sie deine Zielgruppe anspricht **👑** aber auch Google deutlich macht, worum es auf der Website geht.

- Das ultimative SEO-Ziel besteht darin, gute Rankings bei Google zu erzielen, um potenzielle Kunden auf die eigene Website zu lenken. Wenn deine Webseite weit vorne bei Google angezeigt wird, spricht man von einem guten Google-Ranking.
- SEO funktioniert besonders effektiv in Verbindung mit Content-Marketing. Bei sehr kleinen Websites gestaltet sich das Erreichen einer hohen Position in den Google-Rankings deutlich schwieriger - darum Blogs 1. wegen des starken Wettbewerbs 2. wegen begrenzten Optimierungsmöglichkeiten. Das gilt besonders für "Onepager", die nur aus einer einzigen Seite bestehen.

SEO ist nachhaltig **👑** und wirkt langfristig

- Im Gegensatz zu Social Media oder Google-Werbeanzeigen braucht die Wirkung von SEO-Maßnahmen Zeit: Dh. die Ergebnisse deiner SEO-Arbeit werden erst Wochen oder Monate später spürbar.
- Allerdings sind die Erfolge des SEO langfristig, arbeiten 24/7 ohne tägliches Zutun - und ohne Geldeinwurf. Du profitierst also dauerhaft - auch nach Jahren noch Vorteile (abhängig von versch. Faktoren).
- Die Dauer, bis sich SEO-Maßnahmen auf deiner Website auswirken, hängt von verschiedenen Faktoren ab (siehe Bausteine)

SEO verstehen

Wirksame SEO = Kundensicht einnehmen

Dh. du schreibst und planst deine SEO-Inhalte NIE für dich! Sondern immer für jene Menschen, die den Wunsch haben (d)eine Leistung in Anspruch zu nehmen.



Deshalb bist du DETEKTIVISCH unterwegs!

Wie? Du findest heraus, wonach GENAU deine Wunsch-Kund:innen auf der Suche sind, wo sie der Schuh drückt und welche Lösung ihr Problem löst oder ihnen hilft, ihre Herausforderung zu bewältigen.

Du möchtest wissen:

- Was geben deine Kund:innen in den Google Suchschlitz ein, wenn sie nach Lösungen für ihr Problem suchen?

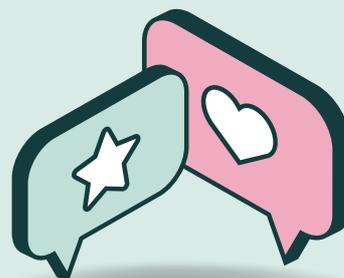
Dazu willst du mit deinen Themen bzw. Lösung/Angebot mit deinen SEOptimierten Inhalten präsent sein!

 **Deine Suchbegriffe und deine Inhalte haben die Aufgabe, genau jene Fragestellungen aufzuspüren, zu denen deine Wunsch-Kundinnen suchen.**

Das Ziel:

Du lieferst mit deinen Inhalten Antworten auf Fragen, Wünsche und Bedürfnisse deiner potenziellen Interessentinnen. 

- Einblicke in konkrete Lösungen geben
- Schritt-für-Schritt-Anleitungen
- Gedanken oder Fragen behandeln, die sich deine Interessent:innen auch stellen
- Sich verstanden fühlen



SEO-Bausteine



Sehr stark vereinfacht geht es bei SEO um 2 Stoßrichtungen:

1. Die richtigen Suchbegriffe (aka Keywords) zu finden und zu platzieren, damit deine Wunsch-Kundinnen zu dir finden.
2. Die Voraussetzungen (auf deiner Website) zu schaffen, damit auch die Crawler der Suchmaschine "anbeißen".

Also geht es bei SEO zwar AUCH um Suchbegriffe... aber nicht nur:

SEO = Inhaltliche + "strukturelle" Maßnahmen AUF deiner Website

1. Inhalte erstellen und Suchbegriffe an der richtigen Stelle platzieren. UND
2. Voraussetzungen AUF deiner Website oder Blog, damit SEO "wirkt": Wie zB kurze Ladezeiten, eine klare Struktur, 'sprechende' URLs. auch Verlinkungen innerhalb deiner Seite und zu anderen Websites.

Diese Faktoren beeinflussen deinen SEO-Erfolg *neben den richtigen Keywords*:

- Wie deine Website aufgebaut ist
- Wie gut du SEO umsetzt
- Wie groß der Wettbewerb ist
- Wie alt deine Website (deine Domain) ist
- Wie viel Vertrauen Google in deine Website hat
- Wie gut oder schlecht die Nutzersignale für deine Website sind
- Wie schnell oder langsam deine Seite ladet (wegen der Abbrüche)

Ein ideales Keyword kannst du dir wie eine Schnittmenge - ein Match - vorstellen: Über das Keyword finden Suchende und deine Inhalte zusammen.

👑 Wie du solche Suchbegriffe findest, erfährst du gleich.

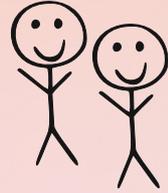


Damit sie Google findet, gibt es einige Stellen, wo die Keywords auf der jeweiligen Inhaltsseite im Backend platziert werden sollten.

👑 Wo, das erfährst du hier

Dein CMS oder ein PlugIn helfen dir dabei

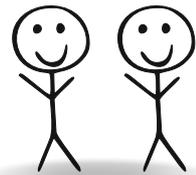
Kenne deine Zielgruppe



Wenn deine Entscheidung lautet: "Ich will mit **SEO-Content** deine **Wunsch-Kund:innen** anziehen", dann bäckst du jenen Content-Kuchen (also jene Inhalte ;) nach denen deine Wunsch-Kund:innen suchen und präsentierst ihn mit leckerem SEO.

Da Menschen nach Lösungen für ihr Problem oder Ihr Bedürfnis. suchen, geht bei SEO-Suchbegriffen um **LÖSUNGEN** für deine Wunsch-Kund:innen. Die Frage lautet also: Wonach suchen deine Kund:innen und welche Lösung dazu hast du für sie "im Angebot" - nämlich auf deiner Website.

Eine Zielgruppe ist eine Gruppe von Wunsch-Kund:innen, für die dein Angebot perfekt passt.



Für sie überlegst und schreibst du auf:

- Welche Wünsche und Bedürfnisse haben diese Personen?
- Welche **KONKRETEN** Probleme löst und Herausforderungen bedient dein Angebot für diese dieses Personengruppe?



Deine Zielgruppe ist also eine Gruppe deiner Wunschkunden, die du mit deinem Angebot von A (Problem) nach B (Lösung) führst.

1. Schritt: Definiere deine Zielgruppe und/oder lerne sie kennen!

- Du brauchst dafür das richtige Angebot und die richtige Sprache
- Du willst verständlich und in der Sprache deiner Zielgruppe schreiben (keine Fachbegriffe)
- Du möchtest zeigen, dass du das Problem deiner Wunsch-Kund:innen verstehst und lösen kannst.

Erst dann lassen sich im 2. Schritt GUTE (weil von deiner Zielgruppe gesuchte) **KEYWORDS** (= Suchbegriffe als Wunsch nach Lösung) finden!

Basis für SEO-Content

Zielgruppe und Keywords

Je genauer deine Vorstellung von deinen Wunsch-
kund:innen ist, desto besser kannst du deine Keyword-
und Content-Strategie auf deiner Website ausrichten.



Der Vorteil von gezielten Website-Inhalten ist klar: Du ziehst damit genau jene Personen an, die deinen Wunsch-Kunden entsprechen und tatsächlich Interesse an deinem Angebot - und dir - haben.

Denn diese Website-Besucher sind offen für das, was du ihnen anbietest.

So gehst du dabei vor:

1. Keyword-Ideen brainstormen: Ideen sammeln

Überlege dir, welche Begriffe dir direkt in den Sinn kommen, wenn du an das Thema für deine Webseite denkst. Was fällt dir sofort ein? Welche Begriffe verwenden deine Kunden häufig? Welche Keyword-Kombinationen sind möglich?

Am Ende des Mini-eBooks habe ich für dich >10 Tools recherchiert, mit deren Hilfe du leicht + kostenlos erste Keyword-Ideen finden kannst.

Ideen sammeln

Notiere dir alle Begriffe, die dir einfallen - ohne sie zu bewerten. Alle möglichen Suchbegriffe dürfen rein.

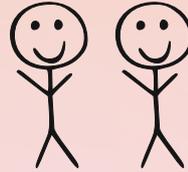
Am besten schreibst du alle Keyword-Ideen in eine Tabelle (Excel, Google-Tabelle o.Ä.), damit du später daran weiterarbeiten kannst.

Kurze Checkliste, um die richtigen Keywords zu finden:

- Keyword-Ideen sammeln
- Keyword-Ideen überprüfen
- Suchbegriffe erweitern
- Keyword pro Seite festlegen



Keywords überprüfen

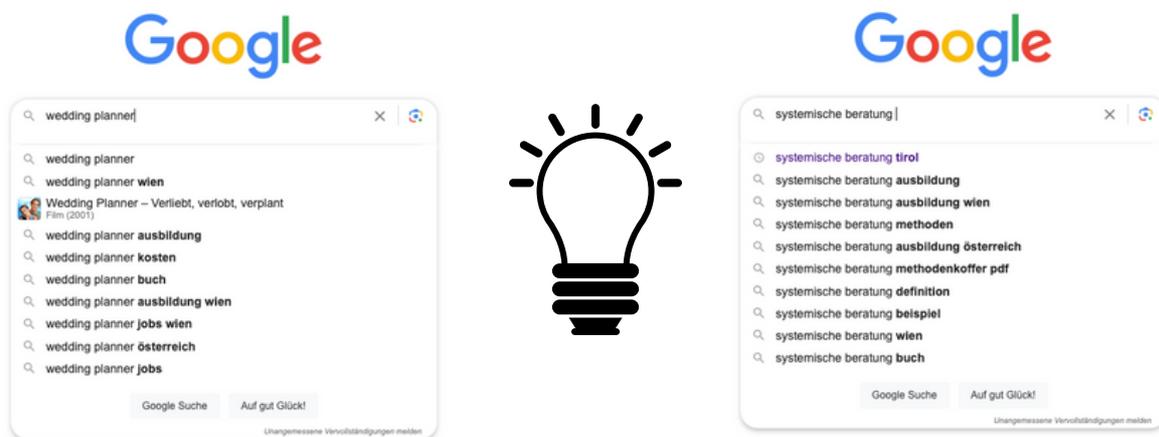


ISO kannst du überprüfen, ob dein Keyword für die Zielgruppe passt:

Sucht deine Zielgruppe danach - und welches Ergebnis erwartet sie?

Klingt einfach - braucht aber etwas Geduld und Köpfchen ;)

- Google deinen Begriff (bzw. einen nach dem anderen) und stelle fest, WIE die SuchABSICHT - also das, was der/die Suchende wirklich finden möchte - aussieht. Du erkennst das an den angezeigten Ergebnissen bei Google - denn die liefern genau das, was Suchende finden möchten.
- und - EUREKA - schon BEVOR die Enter-Taste drückst an den Vorschlägen: Hier zeigt dir Google, woran andere VIELFACH gesucht haben



Nachdem du einen Begriff gewählt hast, siehst du gleich unterhalb: WIE VIELE Menschen danach suchen ... diese Info schreibst du bitte auf



- das Wort bzw. die Wordkombination und sieh nach zB IT-Support / Hundetraining / systematische Beratung / Wedding Planer
- Achtung: "Berufsbezeichnungen" (Tischler, Coach) sind zu ALLGEMEIN - dh. viele suchen danach, ABER dafür kannst du schwer gut ranken (andere sind schon länger dabei, sind evtl. größer etc.) deshalb gewinnst du MEHR eine passenden Kombination Möbeltischler Köln, oder Coach für Stadt)

Keywords überprüfen + festlegen

Schritt 2 deiner gründliche Keyword -Recherche:

2. Keyword-Ideen überprüfen + festlegen



Am besten legst du in deiner Tabelle folgende Spalten an:

Spalte A _ die (Unter)-Seite für die du ein Keyword suchst (www.xyxy.de)
zB Startseite, Dein "Angebot 1-2-3", Über Mich, Kontakt, Blog 1, Blog 2

- google die Begriffe aus deinem Brainstorming und schreibe in ...
- Spalte B: Such-Begriff / Fokus-Keyword
-

Ergänze um weitere Spalten

- **Spalte C** _ Suchintention (welche Suchergebnisse scheinen auf)
- **Spalte D** _ Suchvolumen (wie oft wird nach gesucht)
- **Spalte E** _ Wettbewerber (evtl. SEO-Schwierigkeitsgrad)
- **Spalte F** _ Bemerkungen (deinen Notizen wd. der Keyword-Recherche)
- **Spalte G** _ interne Verlinkungen (Link dieser Seite zu einer anderen)
- **Spalte H** _ CTAs (Handlungsaufforderung: Klick für ...)
- **Spalte I** _ Nebenkeywords (erweiterte Begriffe)



Suchintention: Der Schlüssel für effektive SEO

Jedes Mal wenn du eine Google-Suche durchführst, hast du eine bestimmte Absicht dahinter. Du suchst nach einer konkreten Antwort oder Lösung für deine Frage - diese Absicht wird als „Suchintention“ bezeichnet. Genau so verhalten sich deine potenziellen Kund:innen 😊

Es kann sein, dass du nach Erfahrungsberichten zu einem Produkt suchst oder einfach nur den aktuellen Wetterbericht benötigst. Hinter jeder Suchanfrage steckt eine Intention, und du erwartest von Google spezifische Antworten, die deinen Bedürfnissen entsprechen.

Suchintention = Schlüssel

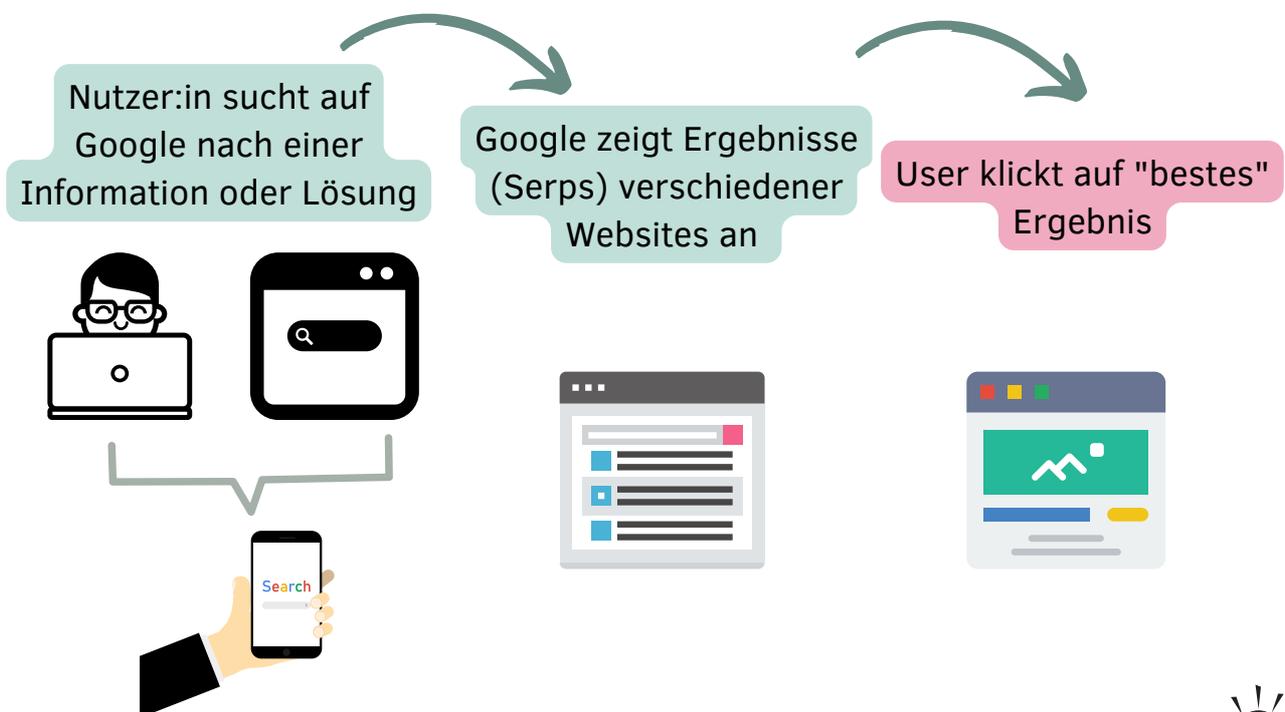


Die größte Sünde & Falle bei SEO: "Irgendein Keyword" verwenden. Damit machst du (vorsätzlich) deinen schönen Content und alle Bemühungen zunichte.

Dann sähe das Szenario so aus:

Tage vergehen, Wochen vergehen. Und was passiert? Nichts. Kein Google-Ranking, keine neuen Kunden. Du fühlst wie Frust und Enttäuschung in dir aufsteigen. Schließlich hast du dir so viel Mühe gegeben und dachtest, dass nun neue Kunden zu dir finden würden.

Das kannst du VERMEIDEN!



Nur wenn du die Absicht hinter der Suche deiner Zielgruppe kennst, kannst du - mithilfe deines SEO-Contents - auf deiner Website die "richtigen" Inhalte für diese Such-Intention liefern.



Erkenne die Suchintention



Der Grund für ausbleibende SEO-Erfolge liegt (was Suchbegriffe anlangt) in der falschen bzw. nicht beachteten Suchintention.

Denn: Personen, die auf Google nach „Canva Tutorial“ suchen, möchten zwar wissen & lernen, wie sie Canva für ihre Projekte nutzen können. JEDOCH - die aller meisten Nutzer:innen waren/sind bei ihrer Google-Suche nicht auf der Suche nach einem (teuren) Canva-Coaching.



3 Arten von Suchanfragen und ihre Bedeutung für deine SEO

Die 3 Arten von Suchanfragen zeigen die verschiedene Absichten hinter der Suche, die du in deiner Keyword-Recherche unterscheiden kannst.

1. Informationale Suchanfragen

Bei einer informationalen Suchanfrage möchte ein Nutzer genauer Informationen. Ein Beispiel dafür wäre die Suche nach "Wetter München" oder "Alter Ronaldo". Google präsentiert dann häufig ein Featured Snippet, das die Frage direkt beantwortet.

Beispiele für informationale Suchanfragen:

"Wetter München" - "Internet Erfinder" - „Systemische Fragestellungen“

Pssst: Das ist einer der Gründe, der Blogbeiträge so wertvoll macht. Du kannst mit jedem Beitrag ein neues Keyword zu einem Thema, Problem, Herausforderung deiner Zielgruppe behandeln - so finden diese Personen über spezifische Inhalte auf deine Bwebsite/Blog... und nehmen dich als Experte/in wahr :)

Queen

Erkenne die Suchintention



3 Arten von Suchanfragen und ihre Bedeutung für deine SEO

2. Transaktionale Suchanfragen

Transaktionale Suchanfragen sind besonders relevant, wenn du Produkte oder Dienstleistungen auf deiner Website verkaufen möchtest

Das funktioniert bei digitalen und physischen Produkten einfacher als bei Dienstleistungen. Voraussetzung: Sie müssen ausreichend beschrieben und bepreist sein.

Der Fokus liegt auf der Handlung des Nutzers, wie zB dem Download einer Software oder eines Templates, dem Kauf eines Fernsehers oder dem Ausfüllen eines Kontaktformulars. Dafür werden in der Google-Suche oft bezahlte Anzeigen für konkrete Produkte angezeigt.

Beispiele für transaktionale Suchanfragen:

"Office 365 download" - "Vorlage Contentplan"

3. Navigationale Suchanfragen

Navigationale Suchanfragen sind Suchanfragen, bei denen Nutzer gezielt nach einer bestimmten Website, Marke, App oder einem Ort suchen. Bei dieser Art von Suchanfragen kennen die Nutzer bereits das Ziel, zu dem sie navigieren möchten, und suchen nach einer direkten Verbindung dorthin. Sie verwenden oft den Namen des Unternehmens, der Marke oder der Website als Suchbegriff, um schnell zu ihrem gewünschten Ziel zu gelangen.

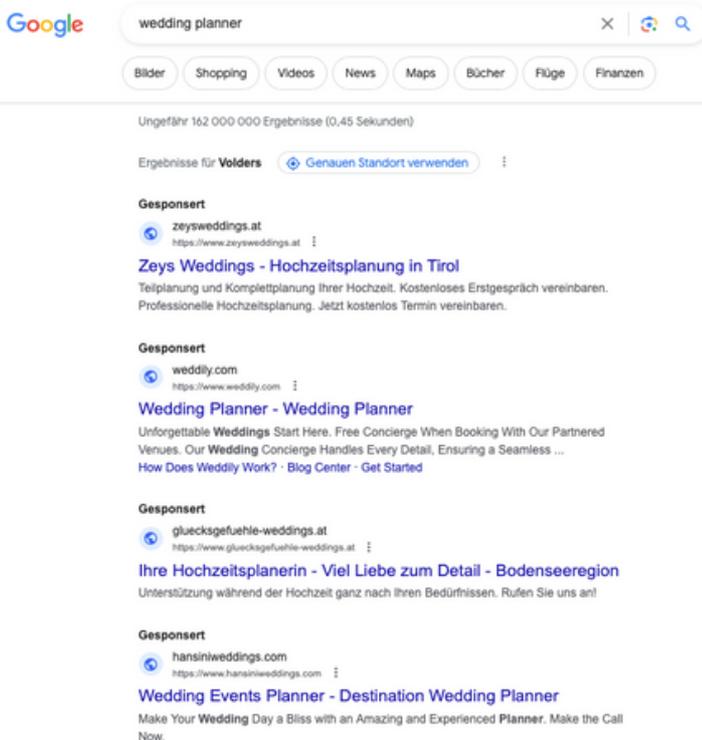
Die Absicht hinter navigationalen Suchanfragen ist es, eine spezifische Quelle oder Ressource im Internet aufzurufen, anstatt nach allgemeinen Informationen zu suchen. Beispiele für navigationale Suchanfragen: Nutzer sucht nach einer bestimmten Website oder einem spezifischen Ort. (Facebook, Öffnungszeiten McDonald's..)

Wohin mit den Keywords_1

Wichtige Elemente: Title, Meta, H1, Alt-Tag für Bilder

SEO-Title und Meta-Descriptor

Mit "Title und Description" (oder auch Snippets) meint Google die Suchergebnisse, auf die du nach einer Suche klickst. >> sie bilden einen der wichtigsten SEO-Faktoren für deine Website. Denn: ... leider ... wertet Google eine schlechte Klickrate - und du verlierst im Ranking. Dagegen kann eine bessere Klickrate als die Konkurrenz deine Website schnell nach vorne bringen.



Title-Tag:

Der Title-Tag ist der Seiten-Titel, der in den Suchergebnissen auf Google **in blauer Farbe** angezeigt wird und auch im Browser-Tab erscheint.

Ziel: Der Titel sollte prägnant, relevant und ansprechend sein, um die Aufmerksamkeit der Nutzer zu gewinnen.

- Der Title-Tag ein wichtiges Element für die Suchmaschinenoptimierung (SEO), da er den Inhalt der Seite zusammenfasst und relevante Keywords enthalten kann.

- Ideale Länge 60-70 Zeichen / 480 Pixel

(längere Zeichen werden abgeschnitten und wirken negativ auf die SEO)

- Lieblingstool mit Voransicht: Sistrix Snippet Generator

Wie du SEO-Title und Description schreibst, findest du bald als Blogbeitrag (einfach Newsletter abonnieren) im Kurs Content Gol SEO-Title und Description schreibt, findest du bald als Blogbeitrag (einfach Newsletter abonnieren) und ab Januar 2024 im Kurs Content Gold.

Wohin mit den Keywords

Wichtige Elemente: Title, Meta, H1, Alt-Tag für Bilder

SEO-Überschriften: H1, H2, H3

H1, H2 oder H3? Ganz kurz, was du über Überschriften und SEO wissen solltest.

Die H1-Überschrift ist die Hauptüberschrift einer Webseite und sollte den Inhalt der Seite prägnant zusammenfassen. Sie hilft den Nutzern, den Fokus der Seite zu erkennen und erleichtert die Navigation.

Für SEO ist es empfehlenswert, relevante Keywords in der H1-Überschrift zu verwenden, um den Suchmaschinen zu signalisieren, worum es auf der Seite geht.

Wichtig👑 nur 1 H1 pro Seite.

Für Unterüberschriften, verwende H2 und H3 - gerne mit verwandten Keywords oder auch dem Hauptkeyword.

Alt-Tag oder Bilder-SEO

Alt. ist die Abkürzung für "alternativ-Text" deiner Bilder mit Informationen gemeint, durch die Google die Bilder auf deiner Webseite lesen und zuordnen kann.

Am wichtigsten ist es, das **1. Bild jeder Seite** (*meist Header oder Vorschaubild*) mit einem "sprechenden" Alternativtext zu versehen. Dieser Text wird sehbehinderten Menschen vorgelesen, den aber auch den Crawlern zur "Ansicht" und wird von Google mit H1 + Title abgeglichen ... und bei Übereinstimmung "belohnt" 👑

Kostenlose Keyword Tools



Mit diesen Tools kannst du deine Keyword-Recherche effizient durchführen und das volle Potenzial deiner Website ausschöpfen.

Keywords finden mit diesen kostenlosen Keyword-Tools / 1

- **Google Keyword Planner**

Mit diesem Tool kannst du neue Keywords finden und wichtige Daten wie Suchvolumen, Wettbewerbsstärke und verwandte Keywords herausfinden.

- **Ubersuggest**

Du kannst Ubersuggest nutzen, um Keyword-Ideen zu generieren, Suchvolumen zu analysieren und die Wettbewerbslandschaft zu untersuchen.

- **AnswerThePublic**

Hier kannst du Fragen und Suchbegriffe entdecken, die Menschen zu einem bestimmten Thema haben. So erhältst du wertvolle Einblicke in ihre Absichten.

- **Keyword.io**

Bei Keyword.io bekommst du Keyword-Vorschläge basierend auf einem Hauptbegriff und kannst auch Long-Tail-Keywords generieren.

- **Google Trends**

Hier siehst du, wie beliebt bestimmte Keywords im Laufe der Zeit waren. Du kannst Trends erkennen und saisonale Schwankungen berücksichtigen.

- **Keyword Surfer**

Mit dieser Chrome-Erweiterung erhältst du Suchvolumen, CPC-Daten und Keyword-Vorschläge direkt in den Google-Suchergebnissen.



Kostenlose Keyword Tools



Mit diesen Tools kannst du deine Keyword-Recherche effizient durchführen und das volle Potenzial deiner Website ausschöpfen.

Keywords finden mit diesen kostenlosen Keyword-Tools /2

- Soovle

Soovle liefert Keyword-Ideen von verschiedenen Suchmaschinen wie Google, Bing, YouTube und mehr.

- Keyword Shitter

Dieses Tool generiert eine Vielzahl von Keyword-Vorschlägen basierend auf einem Hauptbegriff und hilft dir, umfangreiche Keyword-Listen zu erstellen.

- SEOBook Keyword Tool

Hier erhältst du Keyword-Vorschläge und kannst Suchvolumen sowie Wettbewerbsstärke analysieren.

- Keywords Everywhere

Diese Browser-Erweiterung zeigt dir Suchvolumen, CPC-Daten und verwandte Keywords direkt in den Google-Suchergebnissen an.

- Ahrefs Keyword Generator

Mit dem kostenlosen Ahrefs Keyword Generator bekommst du bis zu zehn Keyword-Vorschläge pro Tag. Du erhältst auch Informationen wie Suchvolumen und Keyword-Schwierigkeitsgrad.



SEO-Begriffe kurz erklärt

Eine kleine Zusammenfassung für dich :)



1. Suchergebnisse - Rankings

An welcher Stelle ein Suchergebnis erscheint = Ranking
meist stehen ca. 10 organische Ergebnisse auf Seite 1 bei Google
(variiert nach Anzahl bezahlter Empfehlungen & Werbung)

2. Organische und bezahlte Ergebnisse

“sponsored” kennzeichnet bezahlte Ergebnisse
über Keywords versuchst du mit SEO in die “unbezahlten” =
organischen Suchergebnisse zu kommen

3. Suchbegriffe - Keywords

werden meist in Kombination verwendet
zB “Hotel Wien” oder “Waldorf Kindergarten in München finden”

4. On -Page und Off-Page Faktoren

Im Rahmen des Kurses SEO-Power beschäftigen wir uns mit
On-Page: auf deiner Website/Blog änderbar (*siehe Seite vorne*)
Off-Page = Verlinkungen über externe Seiten (wie Verzeichnisse)

5. Seitentitel

Name der obersten blauen Zeile in den Suchergebnissen
Du kannst sie im CMS deiner Website (Backend) steuern
Seitentitel beeinflusst dein Ranking (im Zusammenspiel mit anderen
Faktoren) positiv, wenn du ihn nach SEO-Kriterien erstellst.

6. Metadescription

Die Beschreibung unterhalb des Seitentitels – sie beeinflusst
zwar nicht das Ranking selbst, ABER
eine gute Beschreibung ist aber maßgeblich, ob ein Nutzer auf
dein Suchergebnis klickt.



Die Wahrheit über SEO + 4 Irrtümer

Bist du bereit für die ganze Wahrheit über SEO? Damit du weißt, ob du SEO für dich nutzen willst ...

SEO & Content sind beste Freunde. Deshalb ist das SEO-Konzept gleichzeitig die Geheimzutat für dein Content Marketing. Daher sind THEMEN + deine INHALTE, die deine Nutzerinnen suchen **ENTSCHEIDEND** > das Content Geheimnis.

Darauf aufbauend ist SEO

- das nachhaltigste und langfristig günstigste Instrument :)



1. Irrtum >> SEO = (nur) Keywords - spannende Inhalte entscheiden
2. Irrtum >> SEO = technisch - eher logisch
3. Irrtum >> SEO = schwierig – der Google Algorithmus
4. Irrtum >> SEO = ist nur für Google

SEO-Power hilft ganz besonders für Berater:innen, Coaches oder Expertinnen _ und jeder Personenmarke, die ihre Online Präsenz stärken möchte... und zwar OHNE für jeden Klick zu bezahlen!

- SEO erlaubt dir dich und deine Inhalte auf Google zu platzieren
- neue Besucher:innen zu bekommen, die zu dir passen OHNE Werbung zu schalten.

SEO erlaubt dir, deine Webpräsenz konstant mit Zugriffen deiner Wunschkund:innen zu versorgen, OHNE täglich zu posten.



Wahrheit über SEO >> Irrtum 1 + 2

Irrtum #1 _ SEO = (nur) Keywords 😊

Der Mythos

- Du musst möglichst viele Keywords in deinen Text reinpacken, damit du auf Google gefunden wirst.

Die Wahrheit – Teil 1

Das war mal zum Teil richtig – ist es aber längst (seit >10 Jahren) nicht mehr. Es gilt nicht mehr „Masse“ sondern Klasse: Content, der deinen Besucher:innen hilft, nützt.

Die Wahrheit – Teil 2

Es gibt ein (logisches) System, das du befolgen musst. Das beginnt wohl bei den “richtigen” Keywords - für die du dann passende Inhalte, also nicht immer nur Text, bereitstellst. Das System endet aber nicht beim “Keyword in den Text” packen, es braucht die Keywords an den richtigen Stellen – eine (auch mobil) optimierte Website, Übersichtlichkeit und Struktur.

Irrtum #2 _ SEO = technisch 😊

Der Mythos

- Man muss Techniker:in, IT-ler oder Programmierer:in sein, um SEO zu verstehen oder machen zu können.

Die Wahrheit

SEO ist WEIT WENIGER technisch, als logisch. Einige Voraussetzungen spielen mit, die bei einem Blog bzw. Wordpress-Website im BACKEND auch als NICHT-Techniker:in editieren kann.

Va. geht es darum zu verstehen, dass Google jene Website/s favorisiert, die „schnell“ das richtige Ergebnis liefern.

>> Irrtum 3 + 4 // SEO Grundprinzip

Irrtum #3 _ SEO = schwer beeinflussbar 😊

Der Mythos

- Änderungen des Google Algorithmus hindert dich, SEO zu betreiben.

Die Wahrheit - Teil 1

- Google lebt davon, die richtigen Ergebnisse an Suchende zu liefern. Google ist dein HELFER - bzw. bietet jede Menge kostenlose Helferleins: Google Analytics, Google Search Console und natürlich Google Maps und Unternehmenskonto.

Die Wahrheit - Teil2

- Du kannst gleichbleibende SEO-Prinzipien befolgen >> siehe unten.

Irrtum #3 _ SEO = für die Maschine 😊

Der Mythos

- SEO ist ‚nur‘ für Google. IRRTUM! Denn neue SEO-Inhalte führen Interessent:innen - also Menschen - auf deine Website :)

Einfach aber wirkungsvoll: Das SEO Grundprinzip

- 1 bestimmter Suchbegriff/Keyword pro Seite bzw. Blogbeitrag optimieren – wie zB Tiroler Edelweiß. Und die Münchner Gladiolen auf einer anderen Seite. Und keinen der Begriffe doppelt o. 3-fach auf deiner Online-Präsenz – außer in Abwandlungen.
- Eindeutige Informationen sind für die Suchmaschine 100% übereinstimmende Informationen. Für ein optimales Ergebnis muss der erwähnte Suchbegriff (Keyword) deiner Seite für das Tiroler Edelweiß an 4-5 Stellen übereinstimmend vorkommen, nämlich
 - - im Seitentitel – in der Metabeschreibung – in der H1 – in der Alt-Beschreibung des 1. Bildes auf der Seite und idealerweise auch im 1. Absatz deines Textes.
- Stelle sicher, dass die Informationen auf deiner Seite gut strukturiert und übersichtlich dargestellt werden. Damit deine Wunsch-Kundinnen zurechtfinden und gleich finden, was sie im Suchergebnis angeklickt haben.

SEO-No Go's <> Guter Start To Do's

Die Top 6 Fehler – die SEO-NoGos

Damit deine Website bei Google möglichst weit vorne angezeigt wird (rankt), solltest du diese 6 Fehler vermeiden:

1. Fehler: Du schreibst Inhalte ohne (gutes) Fokus-Keyword
2. Fehler: Du missachtest den „Mobile-First“ Grundsatz
3. Fehler: Seitentitel + Description nicht für Google optimiert
4. Fehler: Zu große Bilder
5. Fehler Falsch gesetzte Verlinkungen
6. Fehler: Keine aktuellen Inhalte mit Servicecharakter

Alles für einen guten Start

Die Hauptfehler vermeiden – und Hinweise zu den wichtigsten Elementen beachten:

- Title, Meta und H1
- Alt-Beschriftung und Bildformate
- Keywords testen & sammeln (Map)
- SEO-Tools im Backend nutzen.

Mit jedem Blogbeitrag erhöhst du deine Sichtbarkeit auf Google und kannst dich als Expertin in deiner Nische positionieren!

SEO-Power Live-Workshop

Als Goodie kannst du dich für einen unserer Live-Workshops anmelden: Komm einfach auf die Warteliste und du bekommst die Info über den nächsten Termin!
info@contentbakery.at



SEO-Content "live"

Du möchtest reinschnuppern?

Dann nutze die Einladung zum kostenlosen
Live-Workshop

>> info@contentbakery.at



Du wirst hören & sehen, wie wir gemeinsam mit einem/einer Kund:in die Themen- und Keyword-Recherche angehen. Schritt für Schritt.

Die Einladung erhältst du per Mail zugesandt!



...sind wir schon vernetzt?



Petra

