



SELLWERK

Wir leben Mittelstand.

EXKLUSIV FÜR
UNTERNEHMEN

SEO – SUCHMASCHINEN- OPTIMIERUNG

DEIN UNTERNEHMEN
GANZ OBEN AUF GOOGLE –
DIE WICHTIGSTEN ERFOLGS-
FAKTOREN

INHALTSVERZEICHNIS

● Was ist SEO?	3
● Statistiken	4
● 10 SEO Trends 2023	5
● SEO für Handwerker	7
● SEO Checkliste für KMUs	9
● Was sind Meta-Tags für SEO?	11
● Teste jetzt dein SEO-Wissen	12

WAS IST SEO?

SEO steht für search engine optimization, auf Deutsch Suchmaschinenoptimierung. Darunter zählt die Optimierung deiner Website für Suchmaschinen (Google & Co.), damit diese bei Suchanfragen weit oben in der organischen Trefferliste angezeigt wird.

Suchmaschinen wie Google verwenden komplexe Algorithmen, um die relevantesten und qualitativ hochwertigsten Websites für eine bestimmte Suchanfrage zu ermitteln. SEO zielt darauf ab, diese Algorithmen zu verstehen und gezielt zu beeinflussen, um das Ranking einer Website zu verbessern.

Durch verschiedene Optimierungsmaßnahmen kannst du die Suchmaschinen darauf aufmerksam machen, dass deine Website relevant und qualitativ hochwertig ist. Je höher deine Website auf Google & Co. platziert wird, desto höher sind die Chancen, in den für deine potentiellen Kunden relevanten Suchanfragen zu landen.

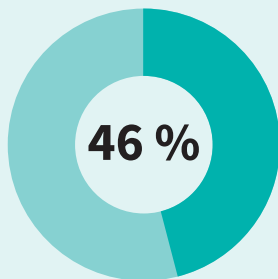


STATISTIKEN

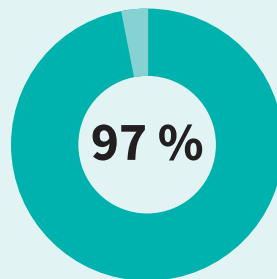
Zunächst ein paar informative Statistiken und Zahlen zum Thema SEO.

LOCAL SEO

DIE WICHTIGSTEN ZAHLEN



46 % aller Suchanfragen auf Google beziehen sich auf lokale Informationen



97 % aller Menschen beziehen Informationen über ein Unternehmen über Google



4 von 5 Personen nutzen Suchmaschinen wie Google, um lokale Informationen zu finden

10 SEO TRENDS 2023

Um im Online Marketing durchstarten zu können, ist SEO heutzutage nicht mehr wegzudenken. Die schnelllebige Zeit erfordert es, sich angemessen an die aktuellen Trends anzupassen und diese zu nutzen. Auch für das Jahr 2023 gelten wieder neue Trends rund um das Thema SEO.

DIE 10 WICHTIGSTEN TRENDS:



Durchdachte SEO Strategie:

Bevor du dich an die Aktualisierung deiner Website machst, solltest du dir immer genau überlegen, welche Ziele du verfolgen möchtest und wie du diese optimal umsetzen kannst.



Keyword-Recherche:

Die Keyword-Recherche ist ein entscheidender Schritt bei der Optimierung deiner Website. Identifiziere relevante Suchbegriffe, diese in deinen Inhalten gezielt einzusetzen.



Content Marketing:

Neben den Keywords ist der Inhalt deiner Website entscheidend. Dabei sollte der Inhalt klar und einzigartig formuliert sein. Qualitativer Content ist heutzutage nicht nur relevant, um Besucher zu begeistern und mit Expertise zu überzeugen, sondern auch wichtig, um Suchmaschinen Informationen für das Ranking zu liefern.



User Experience:

Suchmaschinen berücksichtigen auch die Nutzererfahrung bei der Bewertung von Websites. Darunter zählen eine niedrige Absprungrate, eine längere Verweildauer und eine hohe Seitenanzahl pro Besuch.



Multisearch:

Suchmaschinen bieten heutzutage nicht nur die Möglichkeit, die Suche über die Textsuche durchzuführen. Darüber hinaus kann eine Suche mehrdimensional, wie zum Beispiel per Spracherkennung oder mit Hilfe von Bildern, ausgeführt werden.



Optimierung für mobile Endgeräte:

Die Nutzung der mobilen Endgeräte nimmt immer weiter zu. Umso wichtiger ist es, dass auch deine Website für die mobile Nutzung geeignet ist, da auch das ein Rankingfaktor von Google & Co. ist



Linkbuilding:

Erhalte hochwertige Backlinks von anderen Websites, um von den Suchmaschinen als vertrauenswürdige Quelle eingestuft zu werden. Backlinks sind Links, die von anderen Websites auf deine eigene Website verweisen.



Video SEO:

Videos werden immer beliebter und haben einen großen Einfluss auf die Suchergebnisse. Optimize Videos, indem du ansprechende Titel, Beschreibungen, Untertitel und Tags verwendest. Die Einbindung von Videos auf deiner Website kann auch die Verweildauer und Nutzererfahrung verbessern.



Lokale SEO:

Verbessere die Sichtbarkeit deines Unternehmens in bestimmten geografischen Gebieten, um bei den lokalen Suchergebnissen im Ranking weiter nach oben zu kommen.



Website bereinigen:

Für SEO ist nicht nur deine Hauptseite relevant, auch deine Unterkategorien und Unterseiten werden hier berücksichtigt. Prüfe also regelmäßig alle Unterseiten auf Relevanz und entferne nicht benötigte Inhalte. Vermeide so, dass einzelne Unterseiten deine ganze Domain herunterziehen.

SEO FÜR HANDWERKER

SO WIRST DU ZUM SEO PROFI

Du hast schon einmal von SEO gehört und möchtest deinen Unternehmenserfolg auf das nächste Level heben oder du bist bereits fortgeschritten und suchst nach Tipps, um dich weiterzubilden? Dann bist du hier genau richtig! Durch unsere Punkt-für-Punkt SEO-Checkliste kannst du deinen Wissensstand prüfen und checken, ob dein Online-Auftritt bereits SEO-optimiert ist.

RÜCKBLICK: WAS IST SEO

Der Begriff SEO steht für „Search Engine Optimization“ oder auf Deutsch „Suchmaschinenoptimierung“. Du kannst SEO als Technik und Strategie anwenden, um die Sichtbarkeit deiner Website in den organischen Suchergebnissen von Suchmaschinen wie Google zu verbessern. Das Hauptziel von SEO besteht darin, qualifizierten Traffic auf deine Website zu lenken, indem sie in den Suchmaschinenergebnissen höher platziert wird.

Dazu werden verschiedene Aspekte der Website optimiert, darunter die On-Page-Elemente wie relevante Keywords, Meta-Tags, URL-Struktur und interne Verlinkungen. Auch die Off-Page-Faktoren wie Backlinks von anderen vertrauenswürdigen Websites spielen eine wichtige Rolle.



PUZZLETEILE ZUSAMMENGEFÜGT

Zunächst müssen zum Betrieb passende **Keywords** gefunden werden. Anhand dieser ordnet Google deine Website entsprechenden Suchanfragen zu. Keywords könnten zum Beispiel das Handwerk sein. Ein in Nürnberg ansässiger Gärtner setzt dann beispielsweise seine Keywords mit Gärtnerei, Gärtner Nürnberg, Gartengestaltung Nürnberg und Gartenpflege Nürnberg. Zu den Keywords muss passender **Inhalt** erstellt werden, zum Beispiel einzelne Produktseiten zu den angebotenen Leistungen eines Betriebs.

Bei einem Malereibetrieb könnten dies Unterseiten zu Fassadengestaltung, Streifarbeiten in Innenräumen oder zur Treppenhausgestaltung sein. Im **technischen Bereich** sollte außerdem stets darauf geachtet werden, dass die Ladezeiten der Webseite angemessen sind und der Inhalt auch korrekt auf der Webseite eingebunden wurde.



SEO CHECKLISTE FÜR KMUS

SO WIRST DU ZUM SEO PROFI

Du hast schon einmal von SEO gehört und möchtest deinen Unternehmenserfolg auf das nächste Level heben oder du bist bereits fortgeschritten und suchst nach Tipps, um dich weiterzubilden? Dann bist du hier genau richtig! Durch unsere Punkt-für-Punkt SEO-Checkliste kannst du deinen Wissensstand prüfen und checken, ob dein Online-Auftritt bereits SEO-optimiert ist.

RÜCKBLICK: WAS IST SEO

Der Begriff SEO steht für „Search Engine Optimization“ oder auf Deutsch „Suchmaschinenoptimierung“. Du kannst SEO als Technik und Strategie anwenden, um die Sichtbarkeit deiner Website in den organischen Suchergebnissen von Suchmaschinen wie Google zu verbessern. Das Hauptziel von SEO besteht darin, qualifizierten Traffic auf deine Website zu lenken, indem sie in den Suchmaschinenergebnissen höher platziert wird.

Dazu werden verschiedene Aspekte der Website optimiert, darunter die On-Page-Elemente wie relevante Keywords, Meta-Tags, URL-Struktur und interne Verlinkungen. Auch die Off-Page-Faktoren wie Backlinks von anderen vertrauenswürdigen Websites spielen eine wichtige Rolle.



CHECKLISTE

Setze einen Haken an jedem Punkt, den du bereits umsetzt!

- Dein Unternehmen ist einfach bei Google zu finden und verfügt über einen Google-my-Business Eintrag
- Deine Webseite ist SSL-Verschlüsselt (der Link zu deiner Webseite beginnt mit https://)
- Deine Webseite hat eine aussagekräftige Meta-Beschreibung, die potenzielle Interessenten zum Klicken anregt
- Du bringst deine Webseite regelmäßig auf den neuesten Stand und updates Öffnungszeiten, Kontaktdaten und Inhalt
- Die Inhalte deiner Webseite beinhalten die wichtigsten branchen- und leistungs-spezifische Keywords in ausreichender Anzahl
- Die relevanten Keywords sind auch in den Überschriften (H1, H2 und H3) zu finden
- Du verlinkst innerhalb deiner Webseite auf andere Produkt- oder Unterseiten
- Die Bilder auf deiner Webseite verfügen passende ALT-Tags
- Du verlinkst aus externen Quellen (z.B. Social Media oder Bewertungs- und Listingportale) auf deine Webseite
- Deine Homepage ist mobilfreundlich und sieht auf den verschiedenen Endgeräten gut aus
- Du sammelst kontinuierlich positive Bewertungen auf Google und anderen Bewertungsportalen
- Du überwachst in regelmäßigen Abständen deinen Online-Auftritt.
So kannst du bei Problemen schneller reagieren, bevor Google dich niedriger in den Suchergebnissen einstuft. Tools wie Google Analytics oder die Google Search Console können hilfreiche Informationen liefern.

Du kannst an allen dieser Punkte einen Haken setzen? Perfekt!

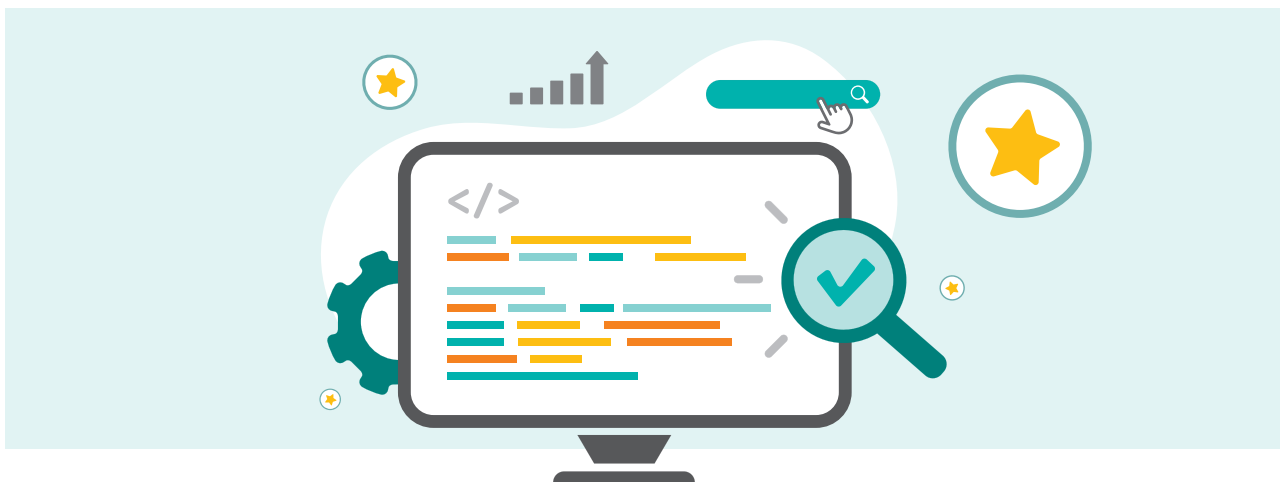
Du bist ein absoluter SEO-Profi! Herzlichen Glückwunsch!

Falls nicht und du eventuell mit manchen der oben genannten Begriffe gar nichts anfangen kannst, ist das kein Grund zum Verzweifeln!

WAS SIND META-TAGS FÜR SEO?

Aus Meta-Tags können Suchmaschinen relevante Informationen herauslesen, wodurch deine Website eine bessere Platzierung und eine höhere Klickrate erreichen kann. Meta-Tags sind HTML-Elemente, die in den Header einer Website eingefügt werden. Für Besucher auf deiner Website sind Meta-Tags unsichtbar, spielen jedoch im Hintergrund eine wichtige Rolle.

Die Tags sind allerdings für den ersten Eindruck verantwortlich, den ein Besucher von dir hat und führen dazu, dass mögliche Kunden bewusster auf deine Website klicken.



3 VERSCHIEDENE ARTEN VON META-TAGS

Title-Tags:

Titel deiner Website, der als Überschrift in den Suchmaschinen-Ergebnissen angezeigt wird. Suchende nehmen den Titel als erstes in ihrer Suche von dir und deinem Internetauftritt wahr.

Description-Tags:

Aufbauend zum Titel wird hier eine kurze Beschreibung des Inhalts deiner Website angegeben. Diese erscheint bei den Suchergebnissen direkt unter deiner Überschrift. Die Beschreibung dient in erster Linie als Information für den Suchenden. Auch die in diesen Tags verwendeten Worte werden in jeder Suche berücksichtigt.

Robots-Tags:

Gibt Auskunft darüber, wie beim Crawlen (Suche & Analyse) einer Seite vorgegangen werden soll. Diese Tags sind vor allem sinnvoll, um Dopplungen im Inhalt zu vermeiden und den Suchmaschinen vorzugeben, welche Bereiche deiner Website bei einer Suchanfrage durchsucht werden sollen.

TESTE JETZT DEIN SEO-WISSEN

Teste dein Wissen und bringe dein SEO-KnowHow auf das nächste Level!

1. Was ist SEO?

- A. Eine Strategie zur Telefon-Akquise
- B. Eine Strategie zur Optimierung der Auffindbarkeit der eigenen Webseite im Internet
- C. Ein Online-Kalender
- D. Ein Tool zur Erhöhung der Mitarbeiterproduktivität

2. Was bedeutet die Abkürzung „SEO“?

- A. Search Engine Optimization
- B. Social Engagement Outreach
- C. Site Enhancement Overhaul

3. Welche Vorteile bietet SEO?

- A. Die Technik im Büro funktioniert besser
- B. SEO vermindert die Anzahl der Spam-E-Mails
- C. SEO führt zu einem sofortigen Erfolg
- D. Erhöhte Sichtbarkeit im Internet, mehr Kunden und Aufträge sowie mehr potenzielle Bewerber

4. Was ist ein relevanter Faktor bei der Auswahl von Keywords für SEO?

- A. Hohe Konkurrenz
- B. Geringe monatliche Suchanfragen
- C. Relevanz zum Inhalt der Website

5. Welche der folgenden Elemente sind wichtige On-Page Faktoren für SEO?

- A. Externe Backlinks
- B. Social Media Profile
- C. Meta-Tags
- D. Standort des Unternehmens

6. Welche Maßnahme trägt zur Verbesserung der Benutzererfahrung einer Website bei und hat auch positive Auswirkungen auf das SEO?

- A. Schnelle Ladezeiten der Webseite
- B. Verwendung von möglichst vielen Pop-up-Anzeigen
- C. Verwendung von automatisierten Übersetzungsprogrammen
- D. Eine möglichst unübersichtliche Seitenstruktur

7. **Wie wirkt sich das Hinzufügen von relevanten internen Links auf einer Website auf das SEO aus?**
- A. Verbesserung der Benutzererfahrung und der Website-Navigation
 - B. Negative Auswirkungen auf die Ladezeit der Website
 - C. Reduzierung der Sichtbarkeit in den Suchmaschinenergebnissen
 - D. Verwirrung der Website-Nutzer
8. **Welche Maßnahmen fallen unter Offpage-SEO?**
- A. Plakatwerbung
 - B. Verlinkungen auf die Webseite von Social Media Kanälen
 - C. Verteilen von Flyern
 - D. Postwurfsendung
9. **Masterfrage: Was ist der Zweck einer XML-Sitemap in Bezug auf SEO?**
- A. Hilft Suchmaschinen beim Crawlen und Indexieren der Website-Inhalte
 - B. Verhindert den Zugriff von Suchmaschinen auf die Website
 - C. Verbessert die Platzierung der Website in den bezahlten Suchergebnissen

Lösung:

1B, 2A, 3D, 4C, 5C, 6A, 7A, 8B, 9A

