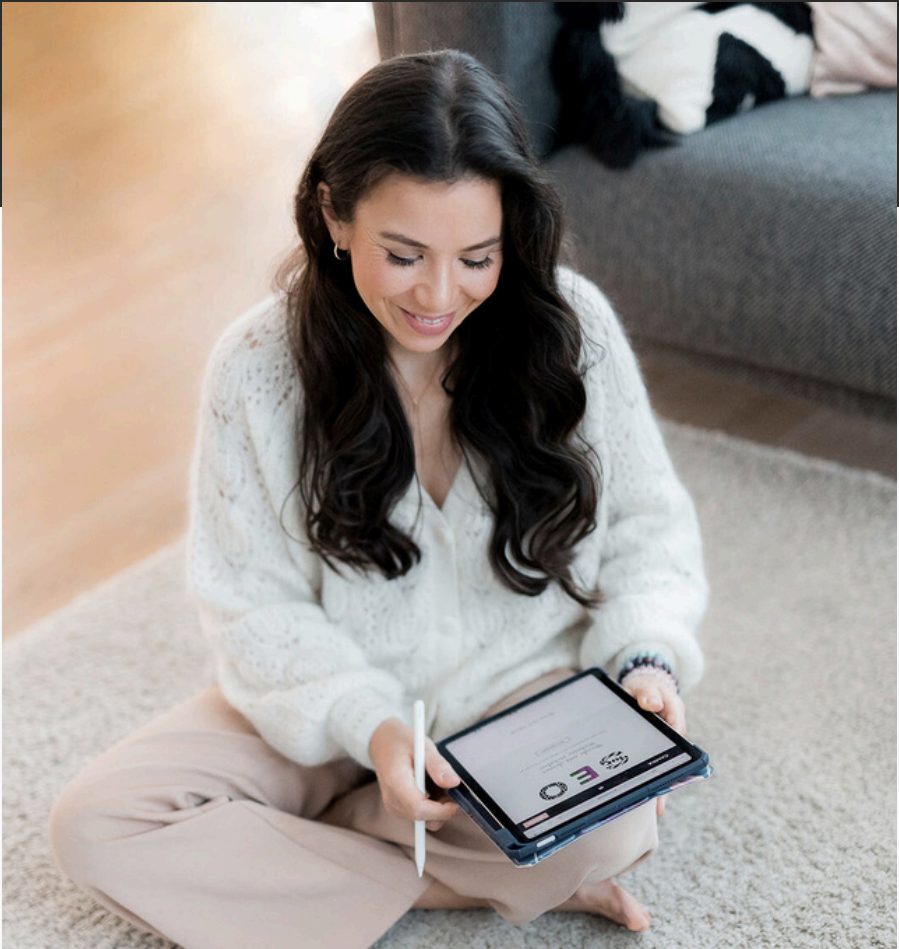


05

SEO

Lerne, warum du deine Website SEO optimieren solltest.



Checkliste für SEO

On-Page-Maßnahmen (1/4)

1. Erfülle die Suchintention

- ☐ Verstehe die Absicht der Nutzer hinter ihren Suchanfragen.
- ☐ Passe den Inhalt an die Suchintention (informativ, kauf- oder problemlösungsorientiert) an.

2. Liefere hochwertige und tiefgehende Inhalte

- ☐ Erstelle umfassende, gut recherchierte Texte.
- ☐ Biete dem Leser echten Mehrwert und beantworte relevante Fragen.

3. Setze relevante Keywords strategisch ein

- ☐ Setze das Haupt-Keyword in den Seitentitel (H1) ein und in den den H2-Überschriften ein.
- ☐ Ergänze den Text mit dem Haupt-Keyword und arbeite zusätzlich mit verwandten Begriffen und Synonymen.

4. Achte auf eine SEO-optimierte URL-Struktur

- ☐ Halte die URL kurz, prägnant und nutze das Haupt-Keyword. Beispiel: www.deinewebsite.com/keyword-thema.

Checkliste für SEO

On-Page-Maßnahmen (2/4)

5. Sichere klare Struktur und Lesbarkeit

- ☐ Nutze kurze Absätze und klare Zwischenüberschriften (H2, H3).
- ☐ Verwende Aufzählungen und eine einfache, gut verständliche Sprache.

6. Erstelle einzigartige und originelle Inhalte

- ☐ Vermeide doppelten Inhalt, der von anderen Seiten kopiert ist.
- ☐ Entwickle einzigartige Texte, die deine eigene Expertise hervorheben.

7. Vermeide Keyword-Stuffing

- ☐ Streue Keywords organisch in den Text ein.
- ☐ Fokussiere dich auf semantische Begriffe und natürliche Sprache.

8. Optimierte Inhalte für Featured Snippets

- ☐ Gestalte Inhalte, die prägnante Antworten auf häufige Fragen liefern.
- ☐ Verwende Listen oder Tabellen, um in den Snippets angezeigt zu werden.

Checkliste für SEO

On-Page-Maßnahmen (3/4)

9. Integriere klare und motivierende Call-to-Actions (CTA)

☐

Setze ansprechende CTA-Buttons oder Links ein.

☐

Motiviere die Nutzer zu konkreten Handlungen („Jetzt buchen“, „Mehr erfahren“).

10. Nutze starke interne Verlinkungen

☐

Verlinke auf relevante, verwandte Inhalte auf deiner Website.

☐

Verwende beschreibende Ankertexte, um dem Leser Mehrwert zu bieten.

11. Binde Multimedia-Elemente ein

☐

Integriere Bilder, Videos und Infografiken zur Unterstützung des Inhalts.

☐

Achte auf optimierte Ladezeiten und verwende Alt-Texte für Bilder.

12. Mobile-Optimierung (Mobile-First Indexing) sicherstellen

☐

Stelle sicher, dass deine Website auf mobilen Geräten gut funktioniert (responsives Design, schnelle Ladezeiten). Google priorisiert mobile Seiten.

Checkliste für SEO

On-Page-Maßnahmen (4/4)

13. Stelle schnelle Ladezeiten sicher

☐

Komprimiere Bilder (füge Alt-Texte hinzu, die die Bilder beschreiben und relevante Keywords) enthalten.

☐

Nutze PageSpeed Insights, um Schwachstellen zu identifizieren

14. Optimierte Meta-Daten (Title-Tag & Meta-Beschreibung)

☐

Setze das Haupt-Keyword in den Title-Tag (max. 60 Zeichen) und die Meta-Beschreibung (max. 160 Zeichen).

☐

Gestalte die Meta-Beschreibung interessant, um die Klickrate (CTR) zu erhöhen.

Checkliste für SEO Off-Page-Maßnahmen (1/2)

1. XML-Sitemap einreichen

☐

Erstelle eine XML-Sitemap und reiche sie in der Google Search Console ein, um die Indexierung sicherzustellen.

2. Verwendung von HTTPS

☐

Stelle sicher, dass deine gesamte Website über HTTPS läuft.

3. Lokale SEO nutzen (falls relevant)

☐

Füge lokale Keywords hinzu und pflege deinen Google My Business-Eintrag. Achte auf korrekte lokale Verzeichniseinträge.

4. Online-Community Building

☐

Baue in Foren einen Expertenstatus auf und verweise auf deine Website. Sei in Social Media Kanälen aktiv und mache auf deine Website aufmerksam.

5. Kontinuierliches Monitoring und Optimierung

☐

Überwache die Performance deiner Seiten mit Google Analytics und Search Console. Optimierte regelmäßig Inhalte, basierend auf Nutzerverhalten und SEO-Daten.

Checkliste für SEO

Off-Page-Maßnahmen (2/2)

6. Bewertungen und Rezensionen

☐

Ermutige deine Kunden dazu Bewertungen auf Plattformen wie Google oder Trustpilot zu hinterlassen.

7. Backlink-Aufbau

☐

Erhalte qualitativ hochwertige Backlinks von relevanten und autoritären Websites. Schreibe z. B. Gastbeiträge auf anderen Websites , die einen Link zurück zu deiner Seite enthalten.

☐

Hinterlasse Kommentare auf anderen Blogs und verlinke deine eigene Website (sparsam und themenbezogen).

8. Online-Community Building

☐

Stelle sicher, dass dein Google My Business Profil aktuell ist.

Anleitung: So verfasst du mit ChatGPT einen SEO-optimierten Blogpost

Hier ist eine Anleitung in Form einer Checkliste mit Informationen, die du ChatGPT bereitstellen kannst, damit das System einen richtig guten SEO-Blogpost für dich verfassen kann.

1. Haupt-Keyword: Welches Keyword soll im Fokus stehen?
2. Zielgruppe: Wer soll den Blogpost lesen?
3. Thema und Ziel: Was ist das Ziel des Blogposts
4. Hauptpunkte (H2 Überschriften): Welche Themen sollen behandelt werden?
5. Detaillierte Erklärungen (H3 Überschriften): Welche spezifischen Aspekte sollen weiter erklärt werden?
6. Einleitung (H1 und Einführungstext): Kurze Zusammenfassung des Blogpost-Themas.
7. Beispiele oder spezifische Informationen: Soll der Beitrag spezielle Beispiele enthalten?
8. Ziel-Länge: Wie lang soll der Blogpost sein?
9. Call-to-Action (CTA): Was soll der Leser am Ende tun?
10. Besondere Anforderungen: Gibt es spezifische Wünsche zum Schreibstil oder zur Struktur?

Kostenlose On-Page SEO Tools

Google Search Console

- Hilft bei der Überwachung der Website-Leistung in den Google-Suchergebnissen. Zeigt Fehler, Indexierungsprobleme und Suchbegriffe an, für die deine Seite rankt.
- Besonders nützlich zur Analyse von Keywords, Klickrate (CTR) und technischer Probleme wie Crawling-Fehler.

Yoast SEO (für WordPress)

- Ein SEO-Plugin für WordPress, das bei der Optimierung von Meta-Titeln, Beschreibungen und der Lesbarkeit hilft. Es gibt Empfehlungen für Keywords und Strukturierung der Inhalte.
- Liefert sofortige Rückmeldungen zur SEO-Tauglichkeit deiner Seite.

Google PageSpeed Insights

- Misst die Ladegeschwindigkeit deiner Website und gibt Tipps zur Optimierung.

Kostenlose On-Page SEO Tools

Screaming Frog (kostenlose Version)

- Ein Website-Crawler, der hilft, technische On-Page-Probleme wie kaputte Links, Meta-Datenfehler und Duplicate Content zu finden.
- Die kostenlose Version crawlt bis zu 500 URLs und bietet viele wertvolle Insights.

Ubersuggest

- Liefert Keyword-Vorschläge, prüft die On-Page SEO-Leistung und gibt Einblicke in den technischen Zustand der Website.
- Zeigt auch Backlinks und Suchvolumen von Keywords an.

AnswerThePublic

- Hilft bei der Keyword-Recherche und zeigt häufige Suchanfragen, die potenzielle Inhalte und Long-Tail-Keywords liefern, die auf deiner Seite verwendet werden können.

Kostenlose Off-Page SEO Tools

Ahrefs Backlink Checker (kostenlose Version)

- Zeigt die Backlinks an, die auf deine Website verweisen, sowie die Domain- und Seitenautorität. Backlink-Daten sind entscheidend für Off-Page SEO.

Ubersuggest (Off-Page SEO Funktionen)

- Neben Keyword-Recherche bietet es auch eine Backlink-Analyse. Du kannst sehen, welche Domains auf deine Website verlinken und den Domain-Score.

Google My Business

- Ein kostenloses Tool zur Optimierung deiner lokalen SEO-Präsenz. Es hilft, deine Unternehmensdaten in der Google-Suche und auf Google Maps zu verwalten und Bewertungen zu sammeln.

Strukturierte Daten einbinden (1/2)

1. Nutze den Google Markup Helper:

- Gehe auf den Google Structured Data Markup Helper.
- Wähle den Seitentyp (z. B. Artikel, Produkt, Event) und gib die URL deiner Seite ein oder kopiere den HTML-Quellcode in das entsprechende Feld.

2. Markiere die relevanten Daten:

- Klicke auf den Text auf deiner Seite und markiere wichtige Daten wie Titel, Preis, Beschreibung oder Bild.
- Sobald du alles markiert hast, klicke auf „Erstellen“, um das strukturierte Markup zu generieren.

3. Strukturierte Daten im JSON-LD-Format erhalten:

- Das Tool erstellt automatisch den JSON-LD-Code, den du benötigst, um die strukturierten Daten in deine Webseite einzufügen.

Strukturierte Daten einbinden (2/2)

4. Code in Elementor Pro einfügen:

- Schritt 1: Öffne den Elementor Editor für die Seite, auf der du die strukturierten Daten einfügen möchtest.
- Schritt 2: Füge ein HTML-Widget hinzu. Suche in der Elementor-Seitenleiste nach "HTML" und ziehe das HTML-Widget an eine beliebige Stelle deiner Seite.
- Schritt 3: Kopiere den JSON-LD-Code, den der Google Markup Helper für dich erstellt hat.
- Schritt 4: Füge den Code in das HTML-Widget ein. Der Code wird nicht auf der Seite angezeigt, aber er wird im Quellcode der Seite für Suchmaschinen sichtbar sein.

5. Überprüfe die strukturierten Daten:

- Verwende das Google Structured Data Testing Tool oder die Google Search Console, um zu überprüfen, ob die strukturierten Daten korrekt eingebunden sind und von Suchmaschinen erkannt werden.

Anleitung für Bilder-SEO (1/2)

- **Dateiname:** Wähle einen Dateinamen, der das Bild kurz erklärt. Verwende Bindestriche statt Leerzeichen, und benutze keine Sonderzeichen.

Beispiel: modernes-wohnzimmer-graues-sofa.jpg

- **Alternativer Text:** Schreibe eine kurze Beschreibung dessen, was auf dem Bild zu sehen ist, um Suchmaschinen und Nutzern zu helfen.

Beispiel: „Modernes Wohnzimmer mit grauem Sofa und Holzboden“

- **Titel:** Ein kurzer Name, der das Bild beschreibt, um es leichter zu finden.

Beispiel: „Modernes Wohnzimmer“

- **Beschriftung:** Ein kurzer Text, der direkt unter dem Bild auf der Webseite angezeigt wird (optional).

Beispiel: „Minimalistisches Wohnzimmerdesign mit grauem Sofa“

Anleitung für Bilder-SEO (2/2)

- **Beschreibung:** Eine ausführlichere Erklärung des Bildes.
Beispiel: „Dieses Bild zeigt ein modernes Wohnzimmer mit einem grauen Sofa, Holzboden und großen Fenstern.“

So meldest du dein Unternehmen bei Google My Business an (1/4)

Erstelle ein Google-Konto oder melde dich an

- Falls du noch kein Google-Konto hast, erstelle eins unter Google-Konto erstellen.
- Hast du bereits ein Konto, melde dich einfach mit deinen Zugangsdaten an.

Google My Business aufrufen

- Gehe auf die Google My Business Webseite.
- Klicke auf „Jetzt starten“.

Gib den Namen deines Unternehmens ein

- Trage den Namen deines Unternehmens ein. Wenn es bereits einen Eintrag für dein Unternehmen gibt, wird er möglicherweise angezeigt.
- Falls nicht, klickst du einfach auf „Dieses Unternehmen hinzufügen“, um einen neuen Eintrag zu erstellen.

So meldest du dein Unternehmen bei Google My Business an (2/4)

Adresse eingeben

- Gib die Adresse deines Unternehmens ein. Diese erscheint später in Google Maps, sodass Kunden dich leicht finden können.
- Wenn du keinen festen Standort hast (z.B. weil du als Dienstleister vor Ort arbeitest), kannst du das angeben und einen geografischen Bereich auswählen, in dem du tätig bist.

Kategorie für dein Unternehmen auswählen

- Wähle die Kategorie aus, die am besten zu deinem Unternehmen passt. Diese hilft Google, dein Unternehmen den richtigen Suchanfragen zuzuordnen.

Füge deine Kontaktdaten hinzu

- Gib deine Telefonnummer und, falls vorhanden, deine Webseite an. So können potenzielle Kunden dich direkt kontaktieren oder mehr über dich erfahren.

So meldest du dein Unternehmen bei Google My Business an (3/4)

Verifiziere dein Unternehmen

- Bevor dein Eintrag öffentlich sichtbar wird, musst du ihn verifizieren. Google schickt dir in der Regel eine Postkarte mit einem Bestätigungscode an die von dir angegebene Adresse.
- Sobald du die Postkarte erhalten hast (dies dauert einige Tage), gibst du den Code in deinem Google My Business Konto ein, um die Verifizierung abzuschließen.

Vervollständige dein Unternehmensprofil

- Füge Fotos hinzu: Lade Bilder deines Unternehmenshoch. Bilder sind wichtig, um Vertrauen zu schaffen und dein Unternehmen ansprechend darzustellen.
- Öffnungszeiten eintragen: Gib deine Öffnungszeiten an.
- Beschreibung hinzufügen: Schreibe eine kurze Beschreibung deines Unternehmens. Erkläre, was du anbietest und was dein Unternehmen besonders macht.

So meldest du dein Unternehmen bei Google My Business an (4/4)

Aktualisiere regelmäßig Beiträge und Angebote

- Du kannst auch Beiträge zu aktuellen Angeboten, Neuigkeiten oder Veranstaltungen posten. Diese erscheinen direkt in den Google-Suchergebnissen.

Verwalte Kundenbewertungen

- Fordere deine Kunden auf, Bewertungen zu hinterlassen. Beantworte diese regelmäßig, um den Kontakt zu deinen Kunden zu pflegen und Vertrauen zu schaffen.

