

SEO

KONKRETE
TIPPS FÜR
SEO-ANFÄNGER

Ein kleines Arbeitsheft von
www.diegutewebsite.de

Mit Freude & Schwung von

DBW

Den Einstieg vereinfachen.

Eine kostenlose Anleitung, um deinen Einstieg in das Thema Suchmaschinenoptimierung zu erleichtern.

VERSION

1.1

DIESES PDF UND ALLE DAZUGEHÖRIGEN INHALTE UND ARBEITSBLÄTTER SIND URHEBERRECHTLICH GESCHÜTZT; WEITERVERWENDUNG IST NUR MIT SCHRIFTLICHER GENEHMIGUNG VON MIR, RICARDA KIEL, MÖGLICH. DANKE FÜR DEINE WERTSCHÄTZUNG MEINER ARBEIT.

Einleitung

WAS IST SUCHMASCHINEN- OPTIMIERUNG EIGENTLICH?

Suchmaschinenoptimierung (= **S**earch **E**ngine **O**ptimization = SEO) ist **der Prozess, den du verwendest, um Suchmaschinen auf deine Seite und das Angebot darauf aufmerksam zu machen.**

Da viele Menschen bereit wären, viel Geld für eine hohe Platzierung bei Google & Co. zu bezahlen, vertreten viele andere Menschen ihre Meinungen zu diesem Thema ziemlich lautstark und bieten teure Dienste dafür an.

Den ersten „richtigen“ Ergebnis-Platz für ein ganz bestimmtes Suchwort kannst du allerdings nicht kaufen, weder bei Google selber noch über externe Dienstleister. Du kannst dir diesen ersten Platz nur durch laufende Suchmaschinenoptimierung erarbeiten. Diese Form von Optimierung nennt sich **organische Suchmaschinenoptimierung.**

Den ersten Werbungsplatz wiederum kannst du bei Google kaufen. Das nennt sich dann *Google Ads* und kann, je nach Suchwort, ganz schön teuer werden.

Was ich dir in diesem Heft zeigen will, ist **wie du mit wenig Aufwand sinnvoll organische SEO betreiben kannst.**

Dazu erkläre ich dir zuerst, was *Keywords* sind und wie du für dich passende sammelst. Dann zeige ich dir die Stellen auf deiner Website, an denen du diese Keywords am besten einfügst, und wie du damit deine Suchmaschinenoptimierung auf Autopilot stellst.

Keywords

Bei organischer Suchmaschinenoptimierung dreht sich alles um die bereits erwähnten Suchwörter, oder auch *Keywords* genannt.

Du optimierst deine Website bei der Suchmaschinenoptimierung für bestimmte Begriffe – vielleicht möchtest du gefunden werden, wenn jemand nach „handgemachten Puppen“ googelt, oder „Yoga für Schwangere auf Sylt“ sucht.

Herauszufinden, welche Suchbegriffe aus deinem Bereich von deinen potentiellen Kunden tatsächlich bei Google eingegeben werden, muss deshalb die Basis deiner SEO-Strategie werden.

Je genauer du weißt, wie deine Idealkundin spricht, was sie für Fragen stellt und welche Wörter sie dabei verwendet, desto genauer kannst du deine Texte auf exakt diese Begriffe abstimmen.

Das bedeutet, du kannst ruhig ganz genau hinhören, wenn deine Kunden von ihren Problemen und Fragen sprechen!

Am Anfang der Suchmaschinenoptimierung ist es sinnvoll, sich auf eine kleine Menge an Keywords zu beschränken.

Du kannst deine Seite nämlich nur nach einer bestimmten Anzahl an Suchwörtern ausrichten, denn sonst ziehst du deine Website in verschiedene Richtungen gleichzeitig, und das funktioniert selten gut.

ÜBUNG: KEYWORDS SAMMELN

Hier hast du Platz, um deine **zehn wichtigsten Keywords** zu notieren – denk dabei an deine Lieblingskunden und was sie vermutlich suchen würden:

1.

.....

2.

.....

3.

.....

4.

.....

5.

.....

6.

.....

7.

.....

8.

.....

9.

.....

10.

.....

Wohin damit?

Wenn du deine Keywords bestimmt hast, hast du eine gute Basis, um weiterzuarbeiten. Jetzt geht es darum, diese Keywords für den Leser unauffällig in deine Website-Texte einzuflechten und an den strategisch relevanten Stellen auf deiner Website zu positionieren.

Das sind **die drei wichtigsten Orte für Keywords** auf deiner Seite:

1. IN DEN ÜBERSCHRIFTEN UND ZWISCHENÜBERSCHRIFTEN DEINER WEBSITE

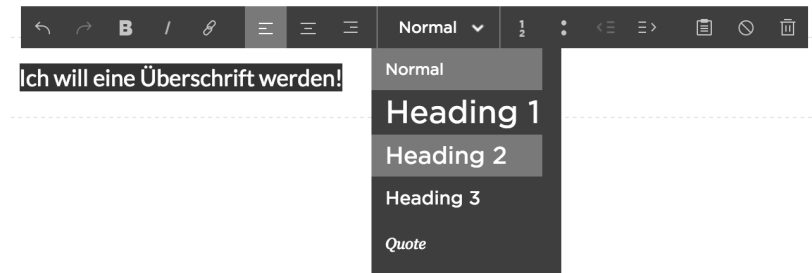
Die Überschriften und Zwischenüberschriften auf deiner Website sind für Google besonders spannend! Bei guten Website-Texten funktionieren diese Stellen nämlich immer wie kleine **Zusammenfassungen des restlichen Textes** auf der Seite – und das hilft Google, schneller und einfacher zu verstehen, worum es auf deiner Website geht.

Deshalb gilt: **Du kannst deine Haupt-Keywords großzügig in deine Überschriften einbauen.** Aber bitte immer nur so, dass es für einen menschlichen Leser nicht komisch oder aufgesetzt wirkt!

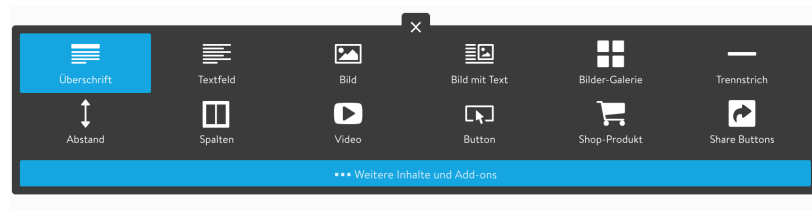
Wichtig ist dabei aber, dass du tatsächlich die *offiziellen* Überschriften und Zwischenüberschriften verwendest, und nicht einfach nur einen normalen Text größer oder dicker setzt. Die offiziellen Überschriften werden *Headings* genannt, und es gibt meistens drei bis sechs verschiedene – abgekürzt heißen die dann H1, H2, H3 und so weiter.

So legst du Headings in verschiedenen Programmen an:

In **Squarespace** markierst du deinen Text und wählst die gewünschte Heading-Art aus dem Menü:



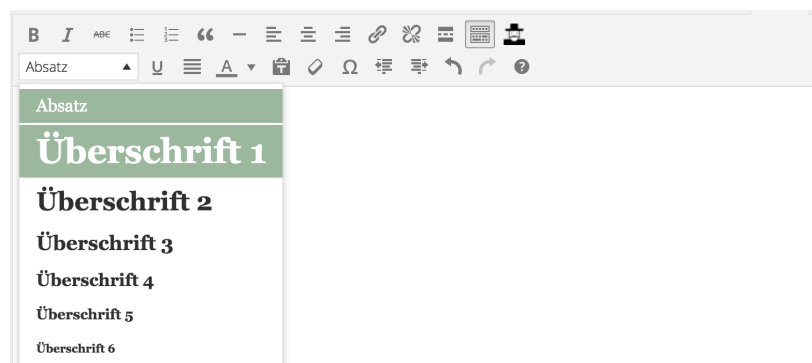
In **Jimdo** legst du ein neues Inhalts-Element für die Überschrift an ...



... gibst dort deinen Text ein und wählst die gewünschte Größe der Überschrift:

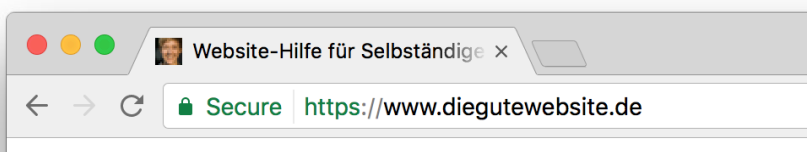


In Wordpress markierst du ebenfalls deinen Text und wählst die entsprechende Heading-Art aus:



2. IM SEITENTITEL

Ein weiterer wichtiger Ort für die Keywords sind die Seitentitel – damit sind nicht die Überschriften auf den einzelnen Seiten gemeint, sondern der Seitentitel selber, der ganz oben in deinem Browser-Fenster erscheint:



Wie du siehst, habe ich in meinem Seitentitel gleich zwei wichtige Keywords für mich untergebracht: *Website* und *Selbständige*.

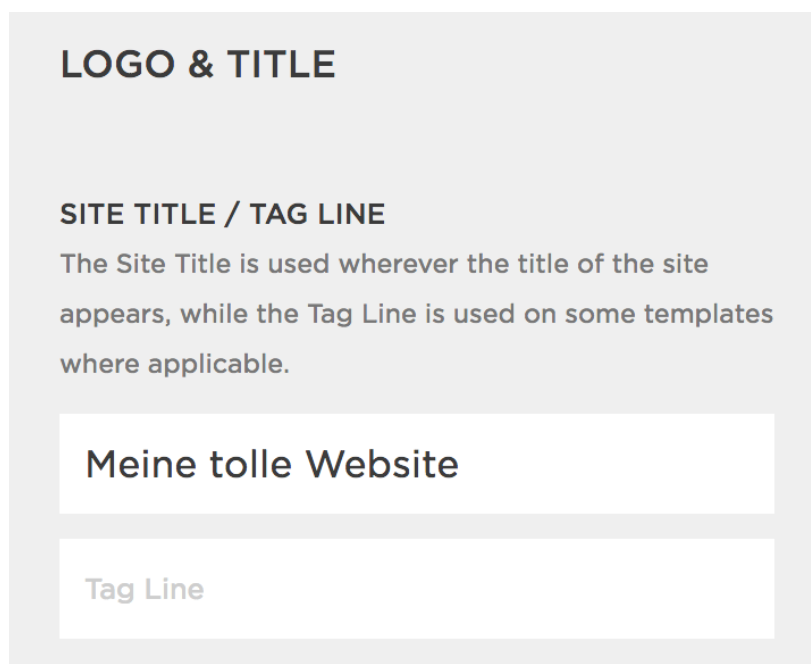
So änderst du den Seitentitel:

In **Squarespace** setzt sich der Seitentitel aus dem Namen der jeweiligen Unterseite plus dem Namen der gesamten Website zusammen.

Den Namen der Unterseite änderst du in den Einstellungen (Settings) der jeweiligen Seite im Feld *page title*:

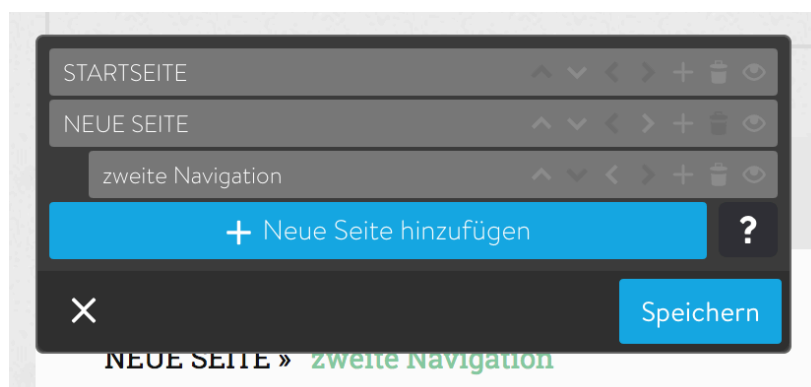
CONFIGURE PAGE	Basic
Navigation Title	
<input type="text" value="Brote"/>	
The name for this page, as it appears in navigations.	
Page Title	
<input type="text" value="Brot in Bamberg"/>	
The name of this page, as it appears in the top of the browser window.	

Den Namen der gesamten Website änderst du unter Home > Design > Logo & Title, in der ersten Zeile:



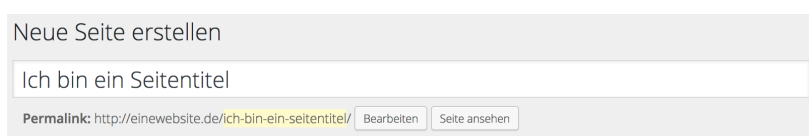
Bei **Jimdo** setzt sich der Seitentitel aus dem Namen der jeweiligen Unterseite und deinem Nutzernamen zusammen.

Die Namen der Unterseiten kannst du in der Navigation bearbeiten. Dafür klickst du einfach in den Namen der Unterseite hinein, passt ihn an und klickst auf Speichern:



Bei **WordPress** ist es ähnlich wie bei den beiden anderen Systemen, auch hier setzt sich der Seitentitel aus dem Titel der Unterseite und dem allgemeinen Titel der Website zusammen.

Den Titel der Unterseite passt du bei der Bearbeitung der jeweiligen Seite an:

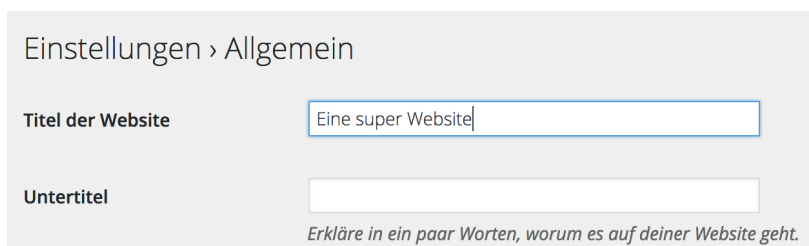


Neue Seite erstellen

Ich bin ein Seitentitel

Permalink: <http://einewebsite.de/ich-bin-ein-seitentitel/>

Und den Gesamttitel änderst du unter Einstellungen > Allgemein > Titel der Website:



Einstellungen > Allgemein

Titel der Website

Untertitel

Erkläre in ein paar Worten, warum es auf deiner Website geht.

3. IN INTERNEN VERLINKUNGEN

Der dritte Ort für deine Keywords ist noch etwas unbekannter: Und zwar geht es hier um deine *internen Verlinkungen*.

Das sind **alle Textstellen innerhalb deiner Website, die auf eine andere Unterseite deiner Website führen.**

Wenn du also auf deiner Über-mich-Seite schreibst „Hier kannst du mich kontaktieren“, und das Wörtchen „Hier“ ist anklickbar und führt damit zu deiner Kontaktseite, dann ist das eine interne Verlinkung.

Wichtig für die Suchmaschinenoptimierung ist, dass du **möglichst viele Keywords mitverlinkst** – denn diese Verlinkungen sagen Google, was sich auf deiner Seite noch befindet.

Das wiederum bedeutet: In dem Beispiel eben wäre die Verlinkung suchmaschinentechnisch nicht ideal gelöst, denn das Wörtchen „Hier“ ist schließlich mit Sicherheit kein Keyword.

Besser wäre zum Beispiel folgende Formulierung: „Hier kannst du eine Coaching-Probestunde vereinbaren“ – wenn dabei die Wörter „Coaching-Probestunde vereinbaren“ verlinkt wären.

Du musst dich jetzt allerdings nicht zwingen, alle Verlinkungen auf deiner Seite mit neuen Texten zu versehen! Wenn sich keine gute suchmaschinenoptimierte Formulierung anbietet, dann ist es besser, **eine nicht ideale Formulierung zu verwenden**, als aufzufallen mit einer ungelassenen, erzwungenen Formulierung.

SEO AUF AUTOPILOT

Sobald du diese drei Punkte verinnerlicht hast, ist ein Teil deiner Suchmaschinenoptimierung quasi automatisiert.

Denn wenn du bei deinen zukünftigen Texten bereits beim Schreiben diese Keyword-Orte im Kopf behältst (oder dich vielleicht sogar von deiner Keyword-Auswahl zu neuen Artikeln anregen lässt!), dann hast du automatisch den Blickwinkel der Suchmaschinen mitgedacht.

Und das ist natürlich ein bisschen einfacher, als nachträglich Formulierungen anzupassen!

Was nun?

Willst du noch mehr Besucher auf deine Website locken, und noch einfacher von deinen Lieblingskunden gefunden werden? Dann geht es hier weiter mit der großen Schritt-für-Schritt Anleitung für SEO-Selbermacher:

SEO – WIE DEINE WEBSITE (NOCH) BESSER GEFUNDEN WIRD

In dieser Anleitung:

- Erfährst du, wie du deine Keyword-Recherche überprüfst, um sicherzugehen, dass du die richtigen Suchwörter verwendest – damit du **mehr Wunschkunden mit deiner Seite anziehst**
- Du lernst noch mehr Orte auf deiner Website kennen, wo du Keywords platzieren kannst – und wie du damit **noch sichtbarer für Google & Co. wirst**
- Und du lernst, wie du *außerhalb* deiner eigenen Seite deine Suchmaschinenoptimierung richtig wirksam steigerst – und wie du so **komplett neue Kundengruppen gewinnst, ohne Werbung schalten oder schreierisch sein zu müssen**

PDF als digitaler Download mit 38 Seiten, plus zusätzliche ausdruckbare Checkliste für deine laufende SEO-Arbeit

24 € | für Anfänger & Fortgeschrittene

Mehr dazu findest du unter:

WWW.DIEGUTEWEBSITE.DE/SEO-ANLEITUNG.HTML

