

Suchmaschinen-Coaching

Gemeinsam bringen wir Ihre Webseite bei Google & Co. nach oben und sorgen dafür, daß Ihre Wunschkunden die Webseite finden.

- Das können Sie tun Das erarbeiten wir gemeinsam Das erledige ich für Sie
 Hier klären wir gemeinsam, wer welche Maßnahmen durchführt

Sie können auch einzelne Punkte des Suchmaschinen-Coachings buchen.

Bitte fragen Sie uns telefonisch oder per [Kontaktformular](#) unverbindlich nach einem individuellen Angebot über Suchmaschinen-Coaching.

Das Coaching läßt sich kostengünstig per Telefon und Email durchführen.

Die Durchführung der notwendigen Maßnahmen auf der Webseite wird auf Wunsch separat angeboten.

1. Geschäftsfeld, Zielgruppe und gewünschte Reaktion der Besucher festlegen

- Vorüberlegung: Welche Leistungen oder Produkte bieten Sie an?
- Vorüberlegung: Wer ist Ihre Zielgruppe?
- Vorüberlegung: Welche Reaktion wünschen Sie von den Besuchern Ihrer Webseite (Die Besucher sollen sich über Ihr Angebot informieren, sie sollen sich eintragen in einen Newsletter, Sie suchen Kunden, die Ihre Produkte kaufen / Dienstleistungen buchen)?
- In welcher geografischen Region bieten Sie Ihre Leistungen / Produkte an?
- Wer sind Ihre direkten Mitbewerber?

2. Mit welchen Suchbegriffen sollen Ihre Kunden Sie bei Google & Co. Finden?

- Sammeln Sie selbst Begriffe
- Fragen Sie Freunde und Bekannte
- Mit welchen Suchbegriffen kommen die Besucher heute zu Ihnen (nur bei bereits vorhandener Webseite)?
- Welche Trends zeichnen sich ab in Ihrem Geschäftsfeld (Google-Trend-Webseite)
- Welche verschiedenen Schreibweisen gibt es für die Suchbegriffe? (Mit und ohne Bindestrich, getrennt oder zusammen geschrieben)
- Welche häufigen Tippfehler gibt es bei den Suchbegriffen?
- Welche Synonyme gibt es für die Suchbegriffe?
- Welches Synonym verwendet der Profi und welches der Laie?
- Nach welchen Suchbegriff-Kombinationen wird gesucht?
- Wie oft wird nach diesen Suchbegriffen im Monat bei Google & Co. gesucht?
- Wie viel Ergebnis-Seiten gibt es bei Google & Co. ?
- Wie viele Mitbewerber zahlen für Anzeigen bei Google AdWords für diesen Suchbegriff?
- Wo ist ihre Webseite für bestimmte Suchbegriffe bei Google & Co. positioniert (nur bei bereits vorhandener Webseite)?
- Welches sind die fünf TOP-Suchbegriffe und welches ist der Haupt-Suchbegriff?

3. Wie lautet der richtige Domainnamen für Ihre Webseite?

- Welcher TOP-Suchbegriff eignet sich für Ihren Domainnamen? (er wird häufig gesucht und ergibt aber gleichzeitig einen schön klingenden Namen)
- Lohnt es sich, weitere Domainnamen mit TOP-Suchbegriff nur für die Suchmaschinen zu registrieren?
- Lohnt es sich Domainnamen zu kaufen, die schon lange registriert sind und evt. schon viele Besucher haben und bei den Suchmaschinen gut bekannt sind?
- Darauf achten, daß immer nur eine Schreibweise nach außen gegeben wird (nicht mischen http://www.meineseite.de und <http://meineseite.de>). Doppelten Content vermeiden.
- Domainweiterleitungen mit 301 Redirect einrichten.
- Seriösen Web-Hoster suchen

4. Wie sollen die Suchworte auf der Webseite verwendet werden, damit Google & Co. die Seite in eine gute Position bringen?

- Prüfen, ob der HTML-Code fehlerfrei ist
- Prüfen, ob alle Links fehlerfrei sind
- Hauptsuchbegriffe und Top-Suchbegriffe im Titel unterbringen
- Aussagekräftige Meta-Descriptions schreiben, die bei den Suchmaschinen auf der Ergebnisseite

- angezeigt werden
 - Bei großen Webseiten einen Pfad zur aktuellen Webseite angeben und dafür TOP-Suchbegriffe einbauen (Breadcrumb).
 - HTML-Seitenverzeichnis (Sitemap) anlegen mit TOP-Suchbegriffen (dient den Besuchern zur Orientierung und den Suchmaschinen zum Auffinden der Seiten)
 - Aussagekräftige Link-Texte mit TOP-Suchbegriffen anlegen
 - Text statt Bildlinks in der Navigation mit TOP-Suchbegriffen anlegen
 - TOP-Suchbegriffe in Überschriften und mit Fettdruck verwenden
 - Alternativ-Texte bei Bildern mit TOP-Suchbegriffen versehen (wichtig für Besucher mit Lesegerät und für Suchmaschinen)
 - Aussagekräftige Bildnamen und Dateinamen mit TOP-Suchbegriffen verwenden (Vorsicht: Wenn Dateien umbenannt werden, für Weiterleitung der vorhandenen Namen sorgen)
 - robots-txt-Datei prüfen ob die Suchmaschinen die gewünschten Verzeichnisse durchsuchen dürfen
 - Ladezeiten der Webseite prüfen (schnelle Seiten werden höher positioniert)
 - Frames vermeiden (können von Suchmaschinen nicht richtig durchsucht werden)
 - flache Datei-Verzeichnisstruktur anlegen
 - Flash, Java, JavaScripts, Tabellen vorsichtig einsetzen'
 - nicht zu viele ausgehende Links (max. 3-5 pro Seite)
 - CSS-Definitionen und JavaScript-Befehle auslagern
 - TOP-Suchbegriffe am Anfang der Seite platzieren
 - Dichte der TOP-Suchbegriffe auf der Webseite analysieren:
Nicht mehr aber auch nicht viel weniger als 5-7% der Worte sollten TOP-Suchbegriffe sein.
Text formulieren, der die TOP-Suchbegriffe enthält. Der Text sollte trotzdem für die Besucher gut lesbar bleiben und es soll kein Keyword-Spaming stattfinden.
 - Fußzeile mit kurzer Beschreibung des Webauftritts, in der TOP-Suchbegriffe, Zielgruppe und Region erwähnt sind.
 - Spam vermeiden (z.B. farblich verdeckte Wiederholung der TOP-Suchbegriffe)
- 5. Weitere Möglichkeiten für Suchmaschinenoptimierung:**
- Die Webseite bei Google, Yahoo und Bing anmelden in den Webmaster-Tools
 - Webseite bzw. Firma bei Google-Maps anmelden
 - XML-Sitemap einreichen
- 6. Wird von anderen Webseiten auf Ihre Webseite verlinkt?**
(nur bei bereits vorhandener Webseite)
- Wieviele und welche Links von anderen Seiten gibt es?
 - Wieviele und welche Links von anderen Seiten haben Ihre direkten Mitbewerber?
 - Welche Link-Partner kommen in Frage?
 - Welche seriösen Webverzeichnisse kommen für einen Eintrag in Frage?
 - Welche Blogs könnten über Ihre Webseite berichten?
 - Machen Sie Ihre Webseite über Facebook, Google+, XING oder Foren aus der Branche bekannt?
 - Ist Ihre Webseite in lokalen Branchenverzeichnissen vertreten?
 - Ist Ihre Webseite bei Yahoo!-Directory und DMOZ bekannt?
- 7. Anzeigen kaufen**
- Für die wichtigsten Suchbegriffe kostenpflichtige Anzeigen schalten bei Google AdWords (Das macht Sinn für Suchbegriffe, die nicht gut positioniert sind, aber sehr wichtig und zu Stoßzeiten, z.B. Weihnchtsgeschäft und zur Einführung einer neuen Seite)
- 8. Ständige Erfolgskontrolle**
- Wie ist die Webseite bei den Suchmaschinen positioniert für die TOP-Suchbegriffe?
 - Wie entwickeln sich die Besucherzahlen in den Zugriffslogs?
 - Eingehende Links in den Zugriffslogs untersuchen
 - Mit welchen Suchbegriffen kommen die Besucher auf die Seite (Zugriffslogs)
 - Geeignete Link-Partner suchen
 - Wie liegen Ihre TOP-Suchbegriffe im Trend?
 - Werden andere TOP-Suchbegriffe benötigt?
 - Sichtbarkeitsindex prüfen in den Google Webmaster-Tools