

SEO-Checkliste für überragende Suchergebnisse - anwendbar, digital und erfolgreich

Eine gute SEO-Strategie ist von aller größter Bedeutung, da sie dazu beiträgt, die Online-Sichtbarkeit und deine Reichweite erheblich zu steigern. Das macht nicht nur deine Marke wertvoller, sondern sorgt auch für Vertrauen. Denn Marken die sichtbar sind, stehen für einen ganz besonderen Expertenstatus. So ist es kein Geheimnis, dass die Onlinelandschaft exponentiell wächst und die Konkurrenz um Aufmerksamkeit und Klicks immer intensiver wird. Mit Millionen von Websites, die um die Aufmerksamkeit der Benutzer konkurrieren, ist es entscheidend, dass deine Website in den Suchrankings bestens positioniert ist.

Diese Checkliste hilft dir dabei, jeden Aspekt deiner Website optimal zu gestalten, um maximale Reichweite und Wirkung zu erzielen. Los geht's!

SEO-Schmiede beginnt mit...



SEO-Grundlagen



User Experience



Performance



Technischem SEO



SEO-optimiertem
Content



OnPage



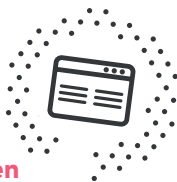
OffPage



Local SEO



1. SEO-Grundlagen



Google Analytics einrichten

Um den Erfolg deiner Website zu messen, sollte Google Analytics direkt von Anfang an eingerichtet werden. Damit kannst du den Traffic, also die tatsächlichen Besucher deiner Website, aus verschiedenen Quellen wie organischen Suchen, direkten Zugriffen und sozialen Netzwerken verfolgen. Ein **WordPress-Plugin** kann dabei besonders hilfreich sein, um die Einrichtung zu erleichtern. Zudem ermöglicht Google Analytics die Analyse von Nutzerverhalten, Conversion-Raten und anderen wichtigen Metriken, die für die kontinuierliche Optimierung deiner SEO-Strategie unerlässlich sind.

Google Search Console einrichten

Die **Google Search Console** bietet wertvolle SEO-Einblicke in deine Website. Mit ihr kannst du verschiedene Metriken überwachen und Tools nutzen, um dein Ranking zu verbessern, z. B. durch das Identifizieren und Beheben von Indexierungsproblemen. Darüber hinaus erhältst du Berichte über die Ladezeit deiner Seiten und deren mobiler Nutzbarkeit.

Installiere eine SEO-Lösung

Ein SEO-orientiertes Content-Management-System, wie Yoast SEO hilft dir, deine Website optimal zu überblicken und für SEO zu optimieren.

Keyword-Tracking einrichten

Für einen langfristigen Erfolg reicht es nicht, gelegentlich Optimierungen vorzunehmen. Du brauchst eine Strategie, die die Hauptkeywords identifiziert und dir einen Überblick über deine Rankings verschafft. Dafür empfehlen wir dir Sistrix, ein Tool, das dich dabei unterstützt und dir Arbeit abnimmt.

Über uns, Kontakt, Datenschutz & Impressum

Diese Seiten werden oft vernachlässigt, wobei sie eine wesentliche Rolle für die Vertrauenswürdigkeit deiner Website spielen. Google berücksichtigt diese Faktoren bei der Bewertung deiner Seite. Jede professionelle Website sollte über gut ausgearbeitete „Über uns“, „Kontakt“, „Datenschutz“ und „Impressum“ Seiten verfügen, um Seriosität und Transparenz zu gewährleisten.

2. User Experience



Permalinks prüfen

Jede URL sollte klar und prägnant das Thema der Seite widerspiegeln. Dadurch kann der Nutzer bereits an der URL erkennen, worum es geht. Beispielsweise vermittelt eine URL wie „strategie-schmiede.de/seo-schmiede“ eindeutig das Thema, während „strategie-schmiede.de/xyz123“ keinen Hinweis auf den Inhalt gibt. Bei WordPress kann man ganz einfach einstellen, dass die Permalinks auf den Post-Namen abgestimmt werden, um suchmaschinenfreundliche und benutzerfreundliche URLs zu erstellen.

Responsive Design prüfen

Ein großer Teil der Nutzer greift mit mobilen Geräten auf deine Website zu. Stelle sicher, dass deine Website responsive ist, also sich an verschiedene Bildschirmgrößen anpasst. Du kannst dies mit Tools (**Google Mobile Friendly Test**) testen oder einfach die Größe deines Browserfensters ändern, um das Verhalten der Inhalte zu beobachten. Öffne dazu die Chrome-Konsole auf dem Mac (Cmd + Option + I) und wechsele in den Device Mode (Cmd + Shift + M). Die Chrome-Konsole (F12) bietet für Windows ebenfalls die Möglichkeit, die Ansicht auf verschiedene mobile Versionen umzustellen.

Geschwindigkeit prüfen

Die Ladezeit deiner Website ist ein entscheidender Rankingfaktor. Google bevorzugt schnell ladende Seiten, da Studien zeigen, dass Benutzer langsame Seiten schnell verlassen. Ideal ist eine Ladezeit von unter 3 Sekunden. Verschiedene Tools (**webpagetest.org** oder **tools.pingdom.com**) helfen dir, die Geschwindigkeit deiner Seite zu messen und zu optimieren.



- URLs kurz halten**

Eine URL sollte prägnant und aussagekräftig sein, indem sie das Thema der Seite in wenigen Worten zusammenfasst. Zu lange URLs werden vom Algorithmus als weniger wichtig eingestuft. Optimal sind drei bis fünf Wörter und insgesamt weniger als 60 Zeichen. Achte darauf, dass die URL leicht zu lesen und zu verstehen ist, um sowohl für Suchmaschinen als auch für Nutzer attraktiv zu sein. So sollte beispielsweise die URL nicht aussehen: „**strategie-schmiede.de/hier-gibts-funktionierende-suchergebnisse-in-der-seo-schmiede-der-strategie-schmiede**“, während diese eindeutig und besser ist: „**strategie-schmiede.de/suchmaschinenoptimierung-seo-schmiede**“.
- 404-Seite optimieren**

Überprüfe die Gestaltung deiner 404-Seite, um sicherzustellen, dass sie für die Nutzer hilfreich ist. Eine gut gestaltete 404-Seite kann verhindern, dass deine Besucher sofort abspringen, wenn sie auf einen toten Link stoßen. Dies reduziert den „Pogostick“-Effekt, bei dem Nutzer zur Startseite zurückspringen und die Absprungrate erhöhen. Verwende **WordPress-Plugins**, um deine 404-Seite ansprechend zu gestalten und alternative Navigationsmöglichkeiten oder relevante Inhalte anzubieten, damit die Nutzer auf deiner Website bleiben.
- Content einfach teilbar machen**

Unterschätze nicht die Wirkung von sozialem Teilen. Wenn echte Menschen deine Inhalte in sozialen Medien teilen, wirkt das ähnlich wie Mundpropaganda und kann erheblich zur Reichweite beitragen. Um das Teilen zu erleichtern, integriere Social-Media-Buttons auf deiner Website, die es Nutzern ermöglichen, deine Inhalte mit einem Klick zu teilen. In **WordPress** gibt es Plugins, die dies ermöglichen. Zusätzlich solltest du sicherstellen, dass deine Inhalte für soziale Medien optimiert sind.
- Soziale Medien nutzen**

Wenn du den Namen deiner Marke googelst, gibt es drei Szenarien: Es erscheinen Links zu deiner Webseite und deinen sozialen Netzwerken, es werden nur wenige Links angezeigt oder es gibt keine Erwähnungen deiner Marke. Um die gesamte erste Seite der Suchergebnisse zu dominieren, musst du deine Marke breit aufstellen: Website-Startseite, Content-Seiten (Unterseiten), Facebook-Seite, Google My Business, Instagram, Youtube, Pinterest, Tiktok, LinkedIn und Nischenspezifische Verzeichniseinträge. Soziale Netzwerke tragen nicht nur zur Verbreitung bei, sondern schaffen auch Vertrauen bei potenziellen Kunden und erhöhen die Chancen auf Kooperationen.
- Heatmaps verwenden**

Heatmaps sind ein ausgezeichnetes Werkzeug, um zu verstehen, wie Nutzer deine Website tatsächlich wahrnehmen und nutzen. Sie zeigen dir, wie weit die Besucher scrollen, worauf sie klicken und welche Bereiche der Seite ihre Aufmerksamkeit erhalten. Mit diesen Erkenntnissen kannst du deine Website besser an die Bedürfnisse der Nutzer anpassen und das Gesamterlebnis optimieren.

3. Performance



- Leistungsstarken Webhoster verwenden**

Ein guter Webhoster kann die Seitenladezeit, Absprungrate und die allgemeine Benutzererfahrung erheblich beeinflussen. Wähle daher einen Hosting-Service, der auf dem neuesten Stand der Technik ist.
- Lokale Server verwenden**

Für lokale Unternehmen kann es sinnvoll sein, einen Server in der Nähe zu wählen, um die Ladezeiten zu minimieren. Lokale Server reduzieren die Notwendigkeit von DNS-Änderungen, was die Inhalte schneller verfügbar macht. Möchtest du hingegen ein globales Publikum erreichen, solltest du Content Delivery Networks (CDNs) nutzen.
- Content Delivery Network (CDN) verwenden**

Ein Content Delivery Network (CDN) besteht aus Servern (BunnyCDN, CloudFlare, KeyCDN & StackPath) an verschiedenen geografischen Standorten, die zusammenarbeiten, um Inhalte schneller zu liefern. Ein CDN bietet folgende Vorteile: schnellerer Zugriff auf statische Inhalte, Einsparung von Bandbreite, Unterstützung bei der Skalierung für virale Effekte und eine zusätzliche Sicherheitsebene.





GZIP-Komprimierung prüfen

Die GZIP-Komprimierung reduziert die Dateigröße für eine schnellere Übertragung über das Netzwerk. Obwohl GZIP häufig verwendet wird, unterstützen einige Hosting-Anbieter diese Funktion nicht standardmäßig. Stelle sicher, dass dein Webhoster GZIP-Komprimierung anbietet.

Über diese Seiten kannst du die GZIP-Komprimierung prüfen:

- <https://www.giftofspeed.com/gzip-test/>
- <https://varvy.com/tools/gzip/>

HTTP/2 prüfen

HTTP/2 ist eine überarbeitete Version des HTTP-Protokolls und bietet erhebliche Leistungsverbesserungen gegenüber HTTP/1. Es ermöglicht parallele Übertragungen mehrerer Dateien über eine einzige Verbindung und das asynchrone Laden von Webdateien. Wenn deine Website HTTP/2 nicht unterstützt, wende dich an deinen Hosting-Anbieter und halte dich auch über das kommende HTTP/3 auf dem Laufenden.

Über diese Tools kannst du HTTP/2 testen:

- <https://http2.pro/>
- <https://tools.keycdn.com/http2-test>

JS/CSS-Dateien verkleinern

Durch das Verkleinern von JavaScript- und CSS-Dateien verringert sich die Gesamtgröße deiner Website, wodurch sie schneller lädt. Verwende Caching-Plugins wie Autoptimize, die sowohl das Caching als auch die Optimierung von Bildern und Dateien übernehmen.

Caching-Lösung nutzen

Caching speichert statische Dateien, um die Ladezeiten für Benutzer zu verkürzen. Es gibt verschiedene Arten von Caching: Server-Cache, Datenbank-Cache, Objekt-Cache, Seiten-Cache und CDN-Cache. WordPress-Benutzer können einfache Caching-Lösungen wie **SG Optimizer von Siteground** oder **Breeze von Cloudways** verwenden. Premium-Plugins wie **WP Rocket** und **Swift Performance** bieten zusätzliche Optimierungen.

Bilder optimieren

Große Bilder beanspruchen viel Speicherplatz und können die Benutzererfahrung beeinträchtigen, insbesondere bei langsamen Verbindungen. Verkleinere Bilder automatisch mit Plugins, um die Ladezeiten zu verkürzen, ohne die Bildqualität zu stark zu beeinträchtigen: **Shortpixel Image Optimizer**, **Resize Image After Upload** von **Shortpixel**, **Imanity** und **Swift Performance Pro**.

Lazy Load (Bilder & Iframes)

Lazy Loading lädt Bilder und Iframes erst, wenn sie im sichtbaren Bereich der Seite erscheinen. Dies verbessert die Ladegeschwindigkeit erheblich. Verwende WordPress-Plugins, um Lazy Loading zu aktivieren.

Unsere Empfehlung:

- Autoptimize (Bilder & Iframes)
- SmushIt (nur Bilder)
- Flying Images (nur Bilder)
- WpRocket (Bilder & Iframes)
- Swift Performance Pro (Bilder & Iframes)

Technologie aktualisieren

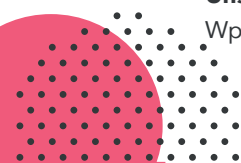
Halte alle Komponenten deiner Website auf dem neuesten Stand, um von Verbesserungen in Sicherheit und Leistung zu profitieren. Aktualisiere regelmäßig WordPress, Plugins und Themes, um Sicherheitslücken zu schließen und die Performance zu steigern.

Datenbank optimieren

Bei WordPress wird der gesamte Inhalt in der Datenbank gespeichert. Mit der Zeit kann sich unnötiger Datenmüll ansammeln, der die Datenbank verlangsamt. Halte deine Datenbank sauber und optimiert, um eine einwandfreie Funktion zu gewährleisten.

Unsere Empfehlung:

Wp Optimize, Optimize Database after, Cleaning Revisions, Breeze, Wp Rocket und Swift Performance.



4. Technisches SEO



HTTPS überprüfen

Suchmaschinen legen großen Wert auf Benutzerfreundlichkeit und Sicherheit. Wenn deine Seite nicht über HTTPS übertragen wird, wird sie als unsicher gekennzeichnet und kann schlechter ranken. Stelle sicher, dass du von HTTP auf HTTPS umstellst und eine 301-Umleitung von der HTTP-Version zur HTTPS-Version einrichtest, damit Google beide Versionen als eine einzige Seite betrachtet.

Gemischte Inhalte korrigieren

Gemischte Inhalte entstehen, wenn eine HTTPS-Seite unsichere HTTP-Ressourcen (wie Bilder oder CSS-Dateien) lädt. Dies kann zu visuellen Fehlern und Sicherheitswarnungen führen. Stelle sicher, dass alle Ressourcen deiner Website über HTTPS geladen werden.

www-Version festlegen

Lege dich von Anfang an auf eine feste URL-Version fest, entweder mit oder ohne „www“ (z.B. <https://www.domain.com> oder <https://domain.com>). Verwende ausschließlich eine, insbesondere bei der Verbreitung deiner URL in sozialen Medien, um Verwirrung und Duplikate Content zu vermeiden.

Sitemap erstellen und Google mitteilen

Eine Sitemap hilft Google, die Struktur deiner Website zu verstehen und zu wissen, welche Seiten gecrawlt werden sollen. Erstelle eine Sitemap und reiche sie in der Google Search Console ein, um sicherzustellen, dass alle relevanten Seiten indiziert werden.

robots.txt-Datei erstellen oder optimieren

Die robots.txt-Datei gibt Suchmaschinen Anweisungen, welche Seiten gecrawlt werden sollen und welche nicht. Dies hilft, die Crawling-Ressourcen auf die wichtigsten Seiten zu konzentrieren und unnötige Seiten auszuschließen.

Überprüfe URL-Umleitungen

Stelle sicher, dass deine URLs einheitlich sind, indem du doppelte URLs (mit und ohne abschließendem Schrägstrich) vermeidest. Beispielsweise sollte nur eine Version von <https://site.com/the-seo-checklist> existieren. Verwende eine 301-Umleitung, um eine einheitliche URL-Struktur sicherzustellen.

Defekte Links beheben

Überprüfe regelmäßig deine Website auf defekte Links (404-Fehler). Verwende Crawling-Tools, um solche Links zu finden und zu beheben, um die Benutzererfahrung und das SEO-Ranking zu verbessern.

Umleitungsketten beheben

Vermeide Umleitungsketten, bei denen mehrere Weiterleitungen nacheinander stattfinden. Setze eine direkte 301-Umleitung von der ursprünglichen Seite zur endgültigen Zielseite, um die Ladezeiten zu verbessern und die Crawling-Effizienz zu erhöhen.

Doppelte Meta-Titel/Beschreibungen beheben

Überprüfe deine Website auf doppelte oder fehlende Meta-Titel und Beschreibungen. Diese Elemente sind entscheidend für das Ranking und die Klickrate in den Suchergebnissen. Verwende Crawling-Tools, um doppelte Inhalte zu identifizieren und zu korrigieren.

Weiterleitungen nutzen

Verwende die richtigen Arten von Weiterleitungen:

- 301-Weiterleitung: Permanente Umleitung zu einer neuen URL
- 302-Weiterleitung: Temporäre Umleitung
- 410-Weiterleitung: Seite existiert nicht mehr

Nutze Tools, um diese Weiterleitungen korrekt einzurichten und die Benutzererfahrung zu verbessern.



Probleme mit der Indexabdeckung prüfen

Verwende die **Google Search Console**, um Probleme mit der Indexabdeckung zu identifizieren. Achte auf fehlende Seiten, Serverfehler, 404-Fehler und andere Probleme, die das Crawling und die Indexierung beeinträchtigen könnten.

Irrelevante Seiten ausschließen

Schließe irrelevante Seiten (z.B. Tags, Kategorien und Autorensseiten) aus der Indexierung aus, um die Ranking-Stärke deiner wichtigsten Seiten zu verbessern. Verwende noindex-Tags, um diese Seiten von der Indexierung auszuschließen.

Manuelle Abstrafungen prüfen

Überprüfe regelmäßig in der Google Search Console, ob deine Website manuelle Abstrafungen erhalten hat. Manuelle Maßnahmen können die Sichtbarkeit deiner Website stark beeinträchtigen. Behebe die Probleme und reiche einen Antrag auf erneute Überprüfung ein.

Maximal 3 Klicks Reichweite

Stelle sicher, dass wichtige Inhalte auf deiner Website nicht mehr als drei Klicks von der Startseite entfernt sind. Das verbessert die Zugänglichkeit und das Ranking. Verwende **interne Verlinkungen** und Breadcrumbs, um die Navigation zu erleichtern.

Noindex und Nofollow richtig verwenden

Nutze die noindex- und nofollow-Tags, um das Crawling effizienter zu gestalten. Mit noindex verhinderst du, dass bestimmte Seiten in den Suchergebnissen erscheinen, und mit nofollow verhinderst du, dass Suchmaschinen bestimmten Links folgen.

5. SEO optimierter Content



Keywordrecherche (KWR)

Eine gründliche Keyword-Recherche ist essenziell für eine effektive SEO-Strategie. Die Keywords sollten: relevant sein, deine Zielgruppe ansprechen und genügend Traffic generieren. **Tools** wie **Google Keyword Planner**, **Sistrix** und **SEMrush** können hierbei hilfreich sein. Sortiere Long-Tail-Keywords nach Hauptthemen, um eine Kannibalisierung zu vermeiden. Fokussiere dich auf Keywords mit geringer Konkurrenz, besonders wenn du gerade erst anfängst. Analysiere die Keywords deiner Konkurrenz und versuche, durch besseren Content deren Position zu übernehmen.

Besseren Content als die Konkurrenz erstellen

Um erfolgreich zu sein, muss dein Inhalt, den deiner Konkurrenz übertreffen. Nutze die Google-Suche, um herauszufinden, welche Probleme Nutzer haben, und biete detaillierte Lösungen an. Ein umfassender und gut strukturierter Artikel wird eher gelesen, geteilt und als Lesezeichen gespeichert.

Inhalte in Langform erstellen

Obwohl die Wortanzahl kein direkter Ranking-Faktor ist, neigen längere Inhalte (etwa 1300 Wörter) dazu, besser zu ranken. Analysiere die Top-Artikel deiner Konkurrenz und orientiere dich an deren Wortanzahl und übertreffe diese.

Inhaltskannibalisierung vermeiden

Vermeide es, dasselbe Keyword auf mehreren Seiten deiner Website zu verwenden. **Tools wie Ahrefs** können dir dabei helfen, Kannibalisierung zu identifizieren. Gruppieren Long-Tail-Keywords thematisch, um diese Problematik zu umgehen.



6. OnPage



Suchabsicht überprüfen

Stelle sicher, dass der Inhalt deiner Seite mit der Suchabsicht des Ziel-Keywords übereinstimmt. Wenn der Content nicht zur Suchabsicht passt, wird deine Seite nicht gut ranken. Recherchiere deshalb die Suchabsicht für dein Ziel-Keyword und gestalte deine Seite entsprechend.

Es gibt vier Haupttypen von Suchabsichten:

- **Informativ:** Nutzer suchen nach Informationen.
- **Transaktion:** Nutzer möchten eine Transaktion durchführen, z. B. einen Kauf.
- **Kommerziell:** Nutzer vergleichen Produkte oder Dienstleistungen.
- **Navigation:** Nutzer suchen eine bestimmte Website oder Content.

Ziel-Keyword verwenden

Studien zeigen, dass Artikel, die das Keyword in der URL, dem Titel und den Überschriften enthalten, besser ranken. Achte darauf, dass dein Ziel-Keyword in diesen Bereichen vorkommt.

H1-Überschrift verwenden

Stelle sicher, dass jede Seite nur eine H1-Überschrift hat. Die H1 hilft Suchmaschinen, den Hauptinhalt der Seite zu verstehen. Die Abstimmung zwischen H1 und Meta-Titel ist ebenfalls hilfreich.

SEO-optimierten Meta-Titel setzen

Ein gut optimierter Meta-Titel ist entscheidend für das SEO-Ranking und die Klickrate.

Achte auf folgende Punkte:

- Übereinstimmung mit der Suchabsicht des Keywords
- Werbender Titel, der die Klickrate erhöht
- Halte den Titel unter der maximalen Zeichengrenze
- Verwende das Keyword in der ersten Hälfte des Titels
- Aussagekräftige Meta-Beschreibung

Eine gute Meta-Beschreibung kann die Klickrate erheblich beeinflussen. Sie sollte:

- Der Suchabsicht des Users entsprechen
- Die Klickrate erhöhen
- Unter der maximalen Zeichengrenze bleiben
- Das Keyword enthalten

Hierarchie schaffen

Google bevorzugt übersichtliche Seitenstrukturen.

Verwende Überschriften, um eine klare Hierarchie zu schaffen:

- H1 für den Haupttitel
- H2/H3 für Untertitel

Inhalte für Menschen (nicht für Suchmaschinen)

Erstelle Inhalte, die für deine Nutzer hilfreich sind. Vermeide Keyword-Stuffing und konzentriere dich darauf, ein gutes Nutzererlebnis zu bieten.

Inhalt formatieren und gestalten

Nutze Formatierungs-Tags wie fett, kursiv, Listen und Blockzitate, um deine Inhalte ansprechend und lesbar zu gestalten.

Ziel-Keyword verwenden

Plaziere das Hauptkeyword oder eine Variation davon im ersten Absatz, da Seiten, die das Keyword früh im Text verwenden, besser ranken.



Interne Verlinkungen setzen

Verlinke auf andere relevante Seiten innerhalb deiner Website, um die Navigation zu verbessern und das SEO zu stärken.

Externe Verlinkungen zu autoritativen Seiten

Verlinke zu vertrauenswürdigen externen Websites, um das Nutzererlebnis zu verbessern und dein Ranking zu stärken.

Bilder richtig benennen und Alt-Text hinzufügen

Gib deinen Bildern aussagekräftige Dateinamen und beschreibende Alt-Texte, damit Suchmaschinen den Inhalt der Bilder verstehen können.

Verweildauer erhöhen

Verbessere die Verweildauer auf deiner Seite durch:

- Relevante Inhalte
- Einbettung von Videos und Audiodateien
- Klare und nützliche Informationen im ersten Absatz

Featured Snippets

Strukturiere deinen Content so, dass er für Featured Snippets geeignet ist:

- Verwende Listen und Tabellen
- Beantworte häufig gestellte Fragen
- Nutze relevante Bilder und beschrifte sie korrekt

Über-Optimierung vermeiden

Achte darauf, dass du nicht zu viele SEO-Anpassungen vornimmst, die zu einer Verschlechterung deines Rankings führen können.

Vermeide:

- Übermäßige Variation von Schlüsselwörtern
- Zu viele Ankertexte mit derselben Ziel-URL
- Keywords in Fußzeilen oder Seitenleisten



7. OffPage



Entwickle eine Linkbuilding-Strategie

Backlinks sind einer der wichtigsten Ranking-Faktoren. Dabei ist es entscheidend, dass dein Linkprofil natürlich wirkt und die Links in einem organischen Tempo aufgebaut werden. Linkbuilding ist ein kontinuierlicher Prozess – es reicht nicht, nur einmal ein paar Links zu erstellen. Ein konsequenter und strategischer Ansatz ist notwendig, um langfristig erfolgreiche Ergebnisse zu erzielen.

Backlinks aufbauen

Beginne mit der Erstellung von Profilen in sozialen Netzwerken wie Facebook, Twitter, Pinterest und YouTube. Diese Links bilden die Basis für dein organisches Wachstum.

Weitere wichtige Links stammen aus:

- **Sozialen Netzwerken:** Facebook, YouTube, Twitter, Pinterest, Instagram, etc.
- **Verzeichnissen:** Yelp, BBB, YellowPages, Expertise, etc.
- **Branchenspezifischen Verzeichnissen:** TheKnot, WeddingWire, FearlessPhotographers, etc.

Für lokale Unternehmen ist es wichtig, den Firmennamen, die Adresse und die Telefonnummer (NAP) in diesen Profilen anzugeben.

Sozialen Netzwerke verknüpfen

Sobald du Profile in den sozialen Netzwerken erstellt hast, füge Links zu deinen anderen sozialen Plattformen hinzu. Dies erhöht die Sichtbarkeit und Autorität deiner Profile. Dadurch erscheinen bei der Suche nach deinem Markennamen in den Suchergebnissen sowohl deine Website als auch deine sozialen Profile, was das Vertrauen in deine Marke stärkt.

Gastbeiträge auf Blogs

Gastbeiträge auf nischenbezogenen Blogs sind eine der effektivsten Methoden, um die Autorität und das Vertrauen deiner Marke aufzubauen und dein Ranking zu verbessern. Diese Strategie sollte langfristig verfolgt werden, um nachhaltigen Nutzen zu erzielen.

Partner um Links bitten

Wenn du Veranstaltungen organisierst oder mit anderen Fachleuten zusammenarbeitest, nutze diese Gelegenheiten, um nach Links zu fragen. Partnerschaften bieten oft eine natürliche Möglichkeit, hochwertige Backlinks zu erhalten.

Markenerwähnungen in Links umwandeln

Markenerwähnungen sind Erwähnungen deines Unternehmensnamens ohne einen Link. Dein Ziel sollte es sein, diese Erwähnungen in aktive Links umzuwandeln. Tools wie Ahrefs oder Mention können dabei helfen, diese Erwähnungen zu finden und in wertvolle Backlinks zu verwandeln.

Nutze Social Signals

Social Signals, wie Shares, Likes und allgemeine Sichtbarkeit in sozialen Medien, beeinflussen das organische Suchranking deiner Seite. Diese Aktivitäten werden von Suchmaschinen ähnlich wie Backlinks gewertet und sollten daher gezielt gefördert werden.

Beiträge planen

Um den Aufwand für soziale Medien zu minimieren, plane deine Beiträge im Voraus. Tools wie Hootsuite oder Buffer können dir dabei helfen, Beiträge zu planen und zu automatisieren. Die Zusammenarbeit mit virtuellen Assistenten kann ebenfalls helfen, die Verwaltung sozialer Medien effizienter zu gestalten.



8. Local SEO



Lokale SEO nutzen

Wenn du ein lokales Unternehmen betreibst, das Dienstleistungen vor Ort anbietet, ist es entscheidend, lokale SEO-Strategien anzuwenden. Diese bringen dich näher an deine Zielgruppe und erhöhen die Wahrscheinlichkeit, in den lokalen Suchergebnissen gefunden zu werden.



Optimiere deinen Google My Business-Eintrag

Google My Business (GMB) ist entscheidend für die Sichtbarkeit in lokalen Suchergebnissen, insbesondere bei Suchanfragen wie „in meiner Nähe“. Richte dein Unternehmen über den **Google Assistenten** ein und fülle dein Profil vollständig aus, um sicherzustellen, dass du in diesen Suchergebnissen auftauchst.



YELP-Eintrag erstellen

Neben Google ist es wichtig, auch in anderen vertrauenswürdigen Verzeichnissen präsent zu sein. **Yelp** ist eines der bekanntesten Verzeichnisse, und ein Eintrag dort kann dir helfen, mehr Kunden zu erreichen. Die Anmeldung ist einfach und in wenigen Schritten erledigt.



Bing Places for Business nutzen

Da **Bing** als Standard-Suchmaschine auf vielen Microsoft-Produkten voreingestellt ist, solltest du dein Unternehmen auch dort listen lassen. Der Anmeldeprozess ist ähnlich wie bei Google My Business und sollte nicht vernachlässigt werden.



Lokale Einträge optimieren

Es reicht nicht aus, einfach nur Einträge in lokalen Verzeichnissen zu erstellen. Du musst sie optimieren, um in den Suchergebnissen sichtbar zu bleiben.

Achte dabei auf drei Hauptfaktoren:

- **Relevanz:** Stelle sicher, dass dein Eintrag alle relevanten Geschäftsinformationen enthält, damit Google dein Unternehmen besser versteht und bei relevanten Suchanfragen anzeigt.
- **Entfernung:** Dein Eintrag wird basierend auf der Entfernung des Nutzers zu deinem Standort angezeigt. Achte darauf, dass deine Standortdaten korrekt sind.
- **Prominenz:** Die Bekanntheit deines Unternehmens wird durch Links, Artikel, Verzeichniseinträge und Bewertungen beeinflusst. Prominente Einträge verbessern dein lokales Ranking.



Relevante Verzeichnisse

Einträge in allgemeinen und branchenspezifischen Verzeichnissen sind wichtig für dein Ranking. Wähle Verzeichnisse sorgfältig aus und stelle sicher, dass sie seriös sind und deine Zielgruppe ansprechen.



GMB-Standort optimieren

Stelle sicher, dass dein GMB-Profil vollständig und korrekt ausgefüllt ist.

Dazu gehören:

- Vollständige Geschäftsinformationen (Name, Adresse, Telefonnummer, Webseite, Kategorie, Beschreibung, Fotos, Arbeitszeiten, FAQs)
- Hochwertige Bilder, die dein Geschäft, deine Produkte oder Dienstleistungen und dein Team zeigen
- Relevante Keywords in der Beschreibung
- Eine Kurz-URL, um deine Seite leichter teilen zu können



- Nischenverzeichnisse**
Nischenspezifische Verzeichnisse sind oft effektiver als allgemeine Verzeichnisse, da sie direkt auf deine Zielkunden ausgerichtet sind. Diese Verzeichnisse bieten nicht nur wertvolle Links, sondern fungieren auch als Mini-Suchmaschinen für bestimmte Branchen.
- Bewertungen einholen und beantworten**
Bewertungen sind wie digitale Empfehlungen und beeinflussen das Vertrauen und die Sichtbarkeit deines Unternehmens erheblich. Fordere deine Kunden aktiv auf, Bewertungen zu hinterlassen, und nimm dir die Zeit, auf diese zu antworten. Dies zeigt potenziellen Kunden, dass dir ihr Feedback wichtig ist und kann zusätzliche Keywords in deinem Eintrag platzieren.
- Google Posts regelmäßig nutzen**
Google Posts bieten eine großartige Möglichkeit, mit potenziellen Kunden zu interagieren und mehr Sichtbarkeit in den Suchergebnissen zu erzielen. Nutze diese Funktion, um Updates, Angebote oder Veranstaltungen zu teilen.
- NAP-Details hinzufügen und konsistent halten**
NAP steht für Name, Adresse und Telefonnummer. Diese Informationen sollten auf jeder Seite deiner Website und in all deinen Verzeichniseinträgen einheitlich und korrekt sein. Konsistenz in der Formatierung deiner NAP-Daten ist entscheidend, um Verwirrung zu vermeiden und das Vertrauen zu stärken.
- Lokale Markenerwähnungen in Links umwandeln**
Nutze Markenerwähnungen auf anderen Websites, um sie in wertvolle Backlinks umzuwandeln. Dies steigert die Relevanz und Autorität deiner Website. Kontaktiere die Seiten, die deine Marke erwähnen, und bitte sie, einen Link zu deiner Website hinzuzufügen.
- Lokale Content-Strategie entwickeln**
Eine starke lokale Content-Strategie verbessert deine Relevanz und Autorität in Suchmaschinen. Erstelle Inhalte, die sich nicht nur auf dein Produkt konzentrieren, sondern auch verwandte Themen abdecken. Dies steigert deine Autorität und sorgt für bessere Rankings.



Studien haben gezeigt, dass die meisten Benutzer dazu neigen, nur die ersten Ergebnisseiten einer Suchmaschine zu durchsuchen. Wenn deine Website nicht unter den Top-Ergebnissen erscheint, läufst du Gefahr, von deiner Zielgruppe übersehen, ja förmlich ignoriert, zu werden. Eine gute SEO-Strategie stellt sicher, dass deine Website für relevante Suchanfragen sichtbar ist und mehr qualifizierte Besucher anzieht, die aktiv nach den Produkten oder Dienstleistungen suchen, die du persönlich anbietest.

Wenn du es richtig machst, musst du zwar am Anfang einmal Geld in die Hand nehmen. Allerdings wirst du dauerhaft davon profitieren, ohne immer wieder viel Geld investieren zu müssen. Das darfst du jetzt bitte nicht falsch verstehen. Natürlich musst du durchgängig an deinen Platzierungen arbeiten. Wenn der Grundstein einmal gelegt ist, fällt das aber bedeutend leichter.

UND GENAU DAS IST DAS ZIEL DER SEO-SCHMIEDE. DU BRAUCHST HILFE BEI DER UMSETZUNG DEINER SEO-ZIELE?

[Kontakt aufnehmen](#)

Die StrategieSchmiede schmiedet dir eine durchdachte, individuell auf deine Zielgruppe ausgerichtete Suchmaschinenoptimierung (SEO). Lass uns deinen SEO-Check auswerten und deine SEO-Strategie angehen – natürlich zum Festpreis (im Paket) oder zum festen Stundensatz. Im Vergleich zu anderen Marketingmaßnahmen sind deine Streuverluste sehr gering und mit unseren Paketen kannst du Planbarkeit herstellen. Die Nutzer suchen schließlich aktiv nach bestimmten Informationen.

WARUM WIR?

Die Strategie Schmiede ist die perfekte Wahl, um deine SEO-Optimierung in die richtigen Hände zu legen. Unser Team von erfahrenen SEO-Spezialisten arbeitet eng zusammen, um eine maßgeschneiderte SEO-Strategie für dein Unternehmen zu entwickeln. Wir bringen unser umfangreiches Fachwissen und unsere einzigartigen Fähigkeiten ein, um sicherzustellen, dass unsere Optimierungen genau auf deine Bedürfnisse zugeschnitten sind.

Indem du die SEO-Optimierung der Strategie Schmiede anvertraust, gewinnst du wertvolle Zeit für andere wichtige Aspekte deines Unternehmens. Unsere Experten kümmern sich um die Durchführung der Optimierungsmaßnahmen, das Monitoring und die Analyse der Ergebnisse. Du kannst dich auf deine Kernkompetenzen konzentrieren, während wir uns um deine SEO kümmern.

Bei der Strategie Schmiede legen wir großen Wert auf messbare Ergebnisse. Wir nutzen fortschrittliche Tools und Analysen, um den Erfolg unserer SEO-Maßnahmen zu verfolgen. Du erhältst regelmäßige Berichte, die dir transparente Einblicke in den Fortschritt deiner SEO-Optimierung geben. Wir messen wichtige KPIs wie organischen Traffic, Conversion-Rate und Keyword-Rankings, um sicherzustellen, dass deine Investition in die SEO nachhaltig ist.

Unsere Agentur verfügt über umfangreiche Erfahrung in der Optimierung von Websites. Mit über 4000 erfolgreich optimierten Seiten haben wir bereits zahlreichen Unternehmen geholfen, ihre Online-Sichtbarkeit und ihren Erfolg zu steigern. Unser fundiertes Fachwissen ermöglicht es uns, die neuesten SEO-Trends und Best Practices anzuwenden und eine effektive Strategie für dein Unternehmen zu entwickeln.