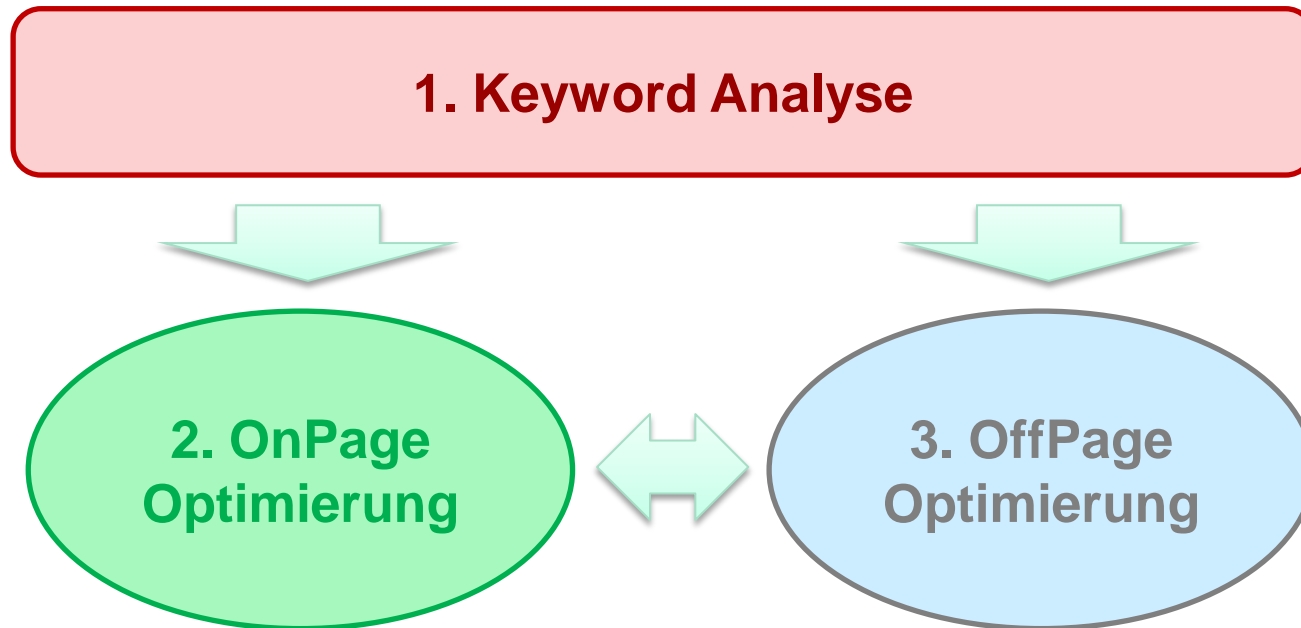


„Kämpf dich auf Googles top Positionen mit SEO“



# SEO in 3 Schritten

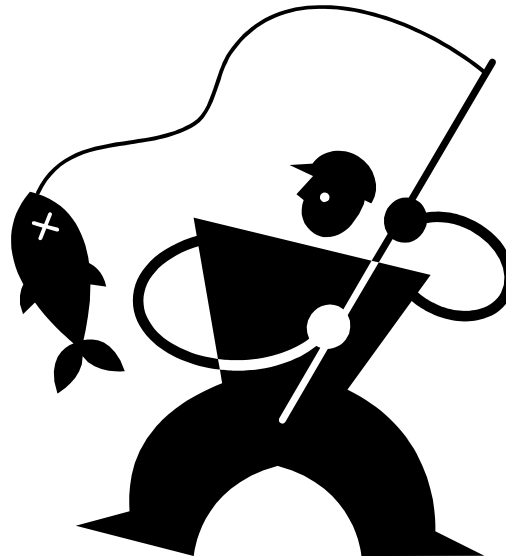
---



# 1. Schritt: Keyword-Analyse

---

- Keywords sind unsere Köder



## Fragestellungen:

- Welches sind die richtigen und wichtigen Keywords?
- Wie suchen unsere Kunden?
- Welche Keyword-Kombinationen bringen das grösste Suchpotenzial?

# 1. *Eine erste Keyword-Liste*

---

- Brainstorming
- Kundenbefragung
- Auswertung Log-Files od. Web-Statistik
- Keywords der Mitbewerber analysieren

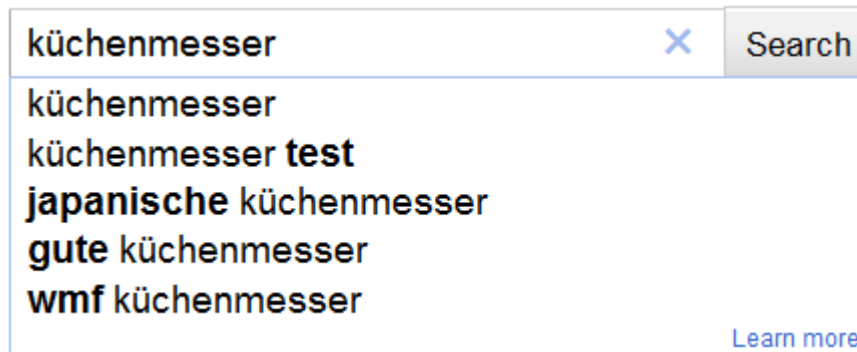
# 1. Googles Keyword-Tools

- **Google AdWords Keyword Tool**

<https://adwords.google.ch/select/KeywordToolExternal>

- **„Google Instant“**

Automatisch Suchvorschläge im Suchfeld bei Google



# 1. Googles Keyword-Tools

---

Google Insights for Search  
beta

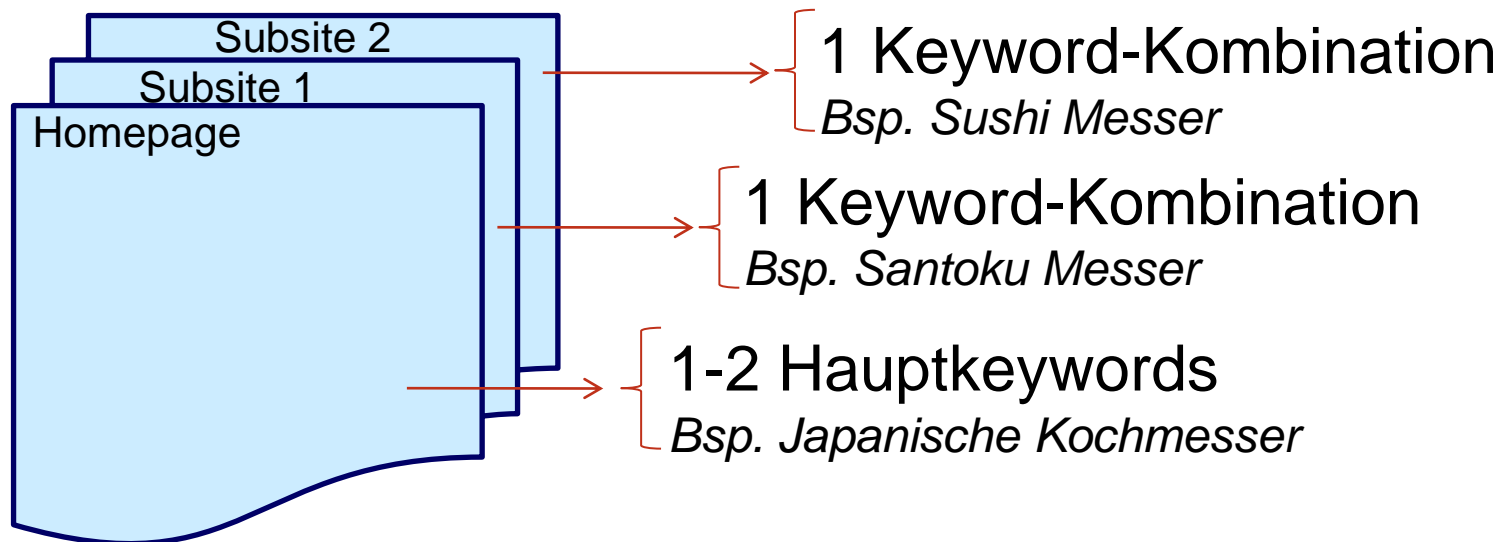
<http://www.google.com/insights/search/>

## Google insights for Search:

- Wortkombinationen vergleichen
- Suchtrends und Saisonabhängigkeiten feststellen
- Filtern nach Kategorien, Zeit, Ort

# 1. Keywords Zuteilung auf Subsites

- Eine Keyword-Kombination pro Sub-Seite



# 1. Keyword-Optimierung

---

- Keyworddichte im Content 3-5 % (Richtwert).
- Tools zur Überprüfung der Keyworddichte.
- Keine sinnlosen Wortwiederholungen.
- Keine fremden Texte kopieren.
- Keywordrecherche vor dem Texten.

## 2. Schritt: OnPage Optimierung

---

### Themen:

- Was Google liebt
- Was Google verpönt
- Die wichtigsten Rankingfaktoren

## 2. Was Google liebt

---

- Gute Lesbarkeit
- Textlinks
- Navigation mit Textlinks
- Valides HTML und viel Text
- Gute Domain- und Linkpopularität
- Keine technischen Hindernisse für die Spiders
- SM-Regeln einhalten

## 2. Was Google verpönt

---



- Suchmaschinen-Spamming
- Listing ohne Relevanz
- Mehrfachlisting (Duplicated Content)
- Irreführende Weiterleitungen
- Probleme mit der Lesbarkeit (Flash, Frames, Java Applets, URL mit vielen Parametern)

## 2. Rankingfaktoren

---

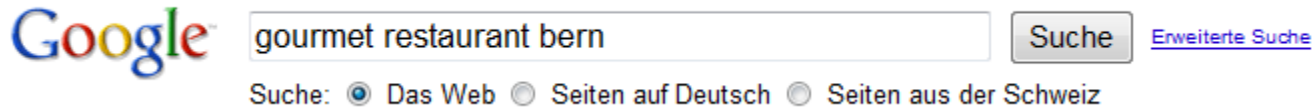


- Google sagt, in ihrem Algorithmus werden über 200 Kriterien bewertet.

### **Meine 4 Favoriten:**

- Titeltag & Description
- Domain & URL
- Inhalt: Überschriften & Bilder
- Verlinkung (intern & extern)

# 2. Sichtbarkeit im Suchresultat



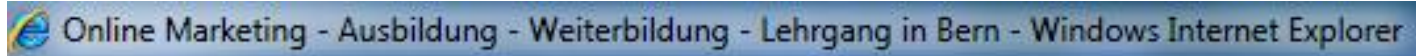
- Restaurant GATE GOURMET AÉROPORT BALE-MULHOUSE SAS - 4056 Basel ...**  
Lausanne, Basel St. Genève, **Bern**, Zürich. home · TakeAway · Jobs · Gastwirte · Handy.  
Working... Suchen nach Küche / Ort / Tags. Lausanne **Restaurants** ...  
[basel.resto-rang.ch/GATE-GOURMET-AÉROPORT-BALE-MULHOUSE-SAS-baselst-rtid159.htm](http://basel.resto-rang.ch/GATE-GOURMET-AÉROPORT-BALE-MULHOUSE-SAS-baselst-rtid159.htm)
- Gourmet restaurant - Trovit Jobs**  
27. Okt. 2009 ... jobs **gourmet restaurant**, neuer luxus. lifestyle. und ihr lächeln. ... Gstaad  
**Bern** | Jobs Gstaad. Firma: Grand Hotel Bellevue ...  
[jobs.trovit.ch/jobs/gourmet-restaurant](http://jobs.trovit.ch/jobs/gourmet-restaurant) - [Im Cache](#)
- Kurierstube - HOTEL BERN - Schweiz | Hotelzimmer, Seminarhotel ...**  
Zum Seiteninhalt; Zur Hauptnavigation. Hotel **Bern** - Das Hauptstadthotel ... Where **gourmets**  
like to gather – an elegant **restaurant** with a seasonal **gourmet** ...  
[www.hotelbern.ch/restaurant-kurierstube.html?&L...](http://www.hotelbern.ch/restaurant-kurierstube.html?&L...) - [Im Cache](#) - [Ähnlich](#)
- Das Läubli – Gourmetrestaurant in Bern, heimelige Atmosphäre und ...**  
**Restaurants**/Anlässe Museum, Online-Reservation. Sternenklar: In den «Lauben» schlagen  
**Gourmetherzen** ganz hoch. Gediegen speisen bei Kerzenlicht in ...  
[www.sternenmuri.ch/de/bern/restaurants/laeubli.html](http://www.sternenmuri.ch/de/bern/restaurants/laeubli.html) - [Im Cache](#) - [Ähnlich](#)

← Titel  
← Description  
← URL

## 2. Titel Tag = Seitentitel

---

- Wird oben im Browser angezeigt:



Online Marketing - Ausbildung - Weiterbildung - Lehrgang in Bern - Windows Internet Explorer

- Top Suchbegriffen vorne (Branding hinten)
- Länge: 50-60 Zeichen (ca. 6 Wörter)
- enthält die wichtigsten Keywords
- sprechend und gut lesbar (keine Aufzählung von einzelnen Wörtern)
- Titel wird bei Google im Suchresultat angezeigt

## 2. Meta Description

---



- Länge: max. 160 Zeichen
- Enthält die wichtigsten Suchwörter (Keywords)
- Sprechend und gut lesbar = Text aussagekräftig.
- Zusammenfassung des Seiteninhalts
- Description wird bei Google im Suchresultat angezeigt

## 2. Domain und URL

---

### URL und Domain-Name

Das wichtigste Keyword sollte bereits im Domain-Namen oder mindestens in der URL enthalten sein.

### URL Rewriting (NICE URL)



[plakativ.ch/index.html?301](http://plakativ.ch/index.html?301)



[plakativ.ch/suchmaschinenoptimierung](http://plakativ.ch/suchmaschinenoptimierung)

## 2. Meta Keywords

---

- Auflistung der wichtigsten Wörter und Wortkombinationen
- Max. 20 Wörter
- keine Doppelnennung
- Wörter in Singular und Plural
- **Kein Rankingfaktor für Google!**

## 2. Überschriften im Contentbereich

---

- Korrektes Überschriftenhandling:  
<h[1-6]> (h = heading = Überschrift).
- Für die Suchmaschinen sind h1 und h2 wichtig, in diese sollten die wichtigsten Keywords enthalten sein.
- Die Hauptüberschrift h1 nur einmal vorkommen. H2-6 kann es mehrere geben.

## 2. Linktexte (Ankertexte)

---

- Keywords soll im Linktext enthalten sein:



mehr Infos



Infos zu Google AdWords

- Gilt für die interne Verlinkung sowie externe Links (Backlinks).

## 2. Interne Verlinkung

---

Wo werden interne Links gesetzt?

- In der Navigation
- In der Breadcrumb (Brotkrümmelnavigation)
- Auf der Einstiegseite (Homepage)
- Textlinks
- Weiterführende Links unten am Textblock
- Tag Cloud
- Footerlinks

## 2. Bildtext (= Alt-Attribut)

---

- Wird dem Bild zugeführt
- Alt-Text beschreibt das Bild
- SEO-Massnahme
- Accessibility-Massnahme für sehbehinderte Menschen.

# Name Firma/Organisation

Navigation

> Keyword

- Keyword

Breadcrumb-Navigation – Navi 2 – Keyword

## Keyword im Title [H1]

### Keyword im Subtitel [H2]

Keyworddichte im Text 4-5 %

Links im Fliesstext

Keyword ist im Linktext enthalten.

Tipp: Möglichst viel Text!



Keyword im Bild Alt-Text

## 2. Weitere wichtige Faktoren

---



- Klickpopularität
- Länge der Verweildauer
- Aktualität
- Ladezeit
- Domain Alter
- Google+ und Social Sites

# 3. Schritt: OffPage Optimierung

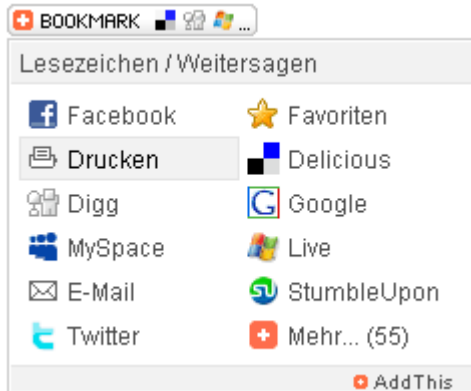
---



## Themen:

- Linkaufbau
- Google PageRank
- Linkpopularität vs. Domainpopularität

# 3. Linkaufbau



## netzticker

Persönlicher Netzticker für [corinne\\_vonballmo](#)  
Newsletter-Verwaltung: [hier klicken!](#)  
(Bitte antworten Sie nicht auf diese E-Mail. Die

- Schlagzeilen vom 20.01.2010
- Sunrise zieht den neusten Comcom-Ent
- Orange wählt Transatel als Schweizer M
- CIO-Umfrage von Gartner: IT-Budgets 20

Die weiteren News von heute: [hier klicken](#)



# 3. *Google PageRank*

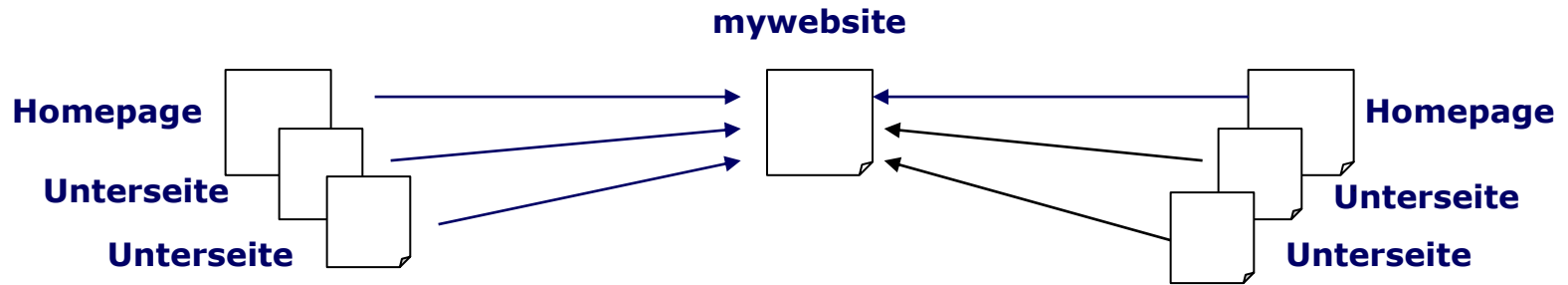
---



- Gewichtung (Note) von Google 0 - 10.
- Grundannahme: Stark verlinkte Seiten sind „wichtiger“, als Seiten mit wenigen Links.
- PageRank Vererbung: Ein Link von einer Website mit hohem PageRank ist wichtiger als 10 Links mit PageRank 0.

# 3. Linkpopularität

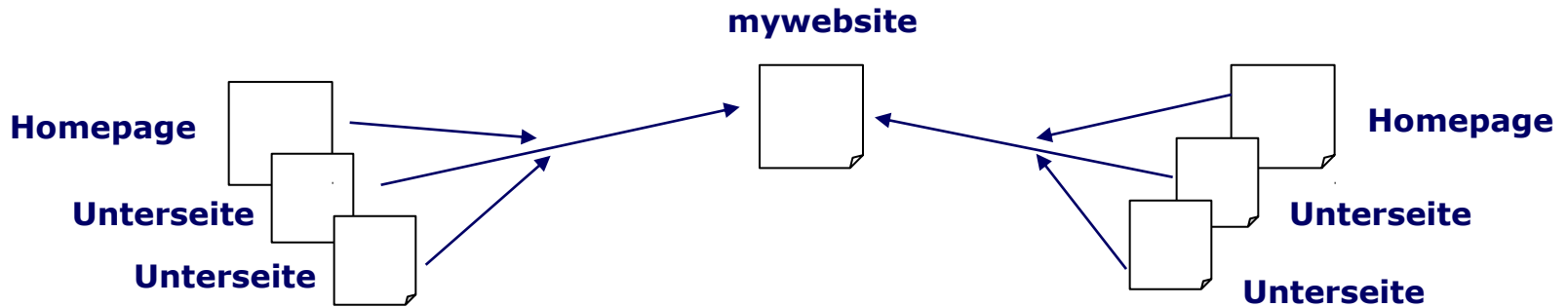
Anzahl der externen Links (Backlinks), die auf meine Website verlinken.



**Linkpopularität mywebsite = 6**

# 3. Domainpopularität

Anzahl Backlinks von **VERSCHIEDENEN** fremden Domains, die auf meine Website linken.



**Domainpopularität mywebsite = 2**

## 1. Vorarbeit: Keyword-Analyse

## 2. OnPage Massnahmen

- Titeltag & Description
- Domain & URL
- Inhalt: Überschriften & Bilder
- Interne Verlinkung

## 3. OffPage Massnahmen

- Domainpopularität aufbauen (externe Links)

# Wollen Sie mehr Wissen?

---

- SEO Infos:  
<http://www.plakativ-online-marketing.ch/seo>
- SEO Tools:  
<http://www.plakativ-online-marketing.ch/seo-tools>
- SEO Blog:  
<http://www.plakativ-online-marketing.ch/seo-blog>

***Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!***

---

**PLAKATIV**  
*online marketing*

*Corinne von Ballmoos*

Die Firma:



[www.plakativ.ch](http://www.plakativ.ch)

Das Spezialgebiet:



[plakativ-online-marketing.ch](http://plakativ-online-marketing.ch)

- Für Auskünfte: [cvb@plaktiv.ch](mailto:cvb@plaktiv.ch)

## Social Media

- Facebook: [www.facebook.com/plaktiv](http://www.facebook.com/plaktiv)
- Twitter: [http://twitter.com/plaktiv\\_ch](http://twitter.com/plaktiv_ch)
- Google+: <http://gplus.to/plaktiv>
- Persönliches Profil:  
[www.xing.com/profile/Corinne\\_vonBallmoos](http://www.xing.com/profile/Corinne_vonBallmoos)