ERSTELLE IN 6 SCHRITTEN DEINEN SEO-CONTENT

Der Schritt-für-Schritt-Fahrplan
für SEO-Anfänger

HEY!
ICH BIN DENISE

Ich habe mich trotz Zweifel und negativer Glaubenssätze als SEO-Expertin (nebenberuflich) selbstständig gemacht. Denn ich wünsche mir für mein Leben Unabhängigkeit, finanzielle Freiheit und Selbstbestimmtheit. Und genau das ist auch meine Vision für dich.

Wie ich dir dabei helfen kann?

Indem ich dich dabei unterstütze, mit deiner Website und deinem Business bei Google sichtbar zu werden, Dadurch kannst du nämlich deine potenziellen Kunden nachhaltig erreichen und für dich gewinnen.

Denise

INHALT

01 Einleitung 04

02 Basiswissen über SEO und Keywords 07

03 1. Schritt: Deine Zielgruppe festlegen 20

04 2. Schritt: Die richtigen Keywords finden 23

05 3. Schritt: Die Suchintention ermitteln 30

06 4. Schritt: Die Wettbewerber analysieren 36

07 5. Schritt: Deinen SEO-Content erstellen 39

08 6. Schritt: Deine SEO-Webseite erstellen 49

09 Tools für die Keyword-Recherche 54

10 Übersicht wichtiger SEO-Begriffe 57

01

EINLEITUNG

EINLEITUNG

Hey 😊

Ich freue mich so sehr, dass du Lust hast, mit deinen Webseiten bei Google endlich sichtbar zu werden und dafür bereit bist, in die SEO-Welt einzutauchen.

Dieses E-Book wird dir dabei helfen, die Grundlagen der SEO-OnPage-Optimierung kennenzulernen. Du wirst Schritt für Schritt bei der SEO-Umsetzung mitgenommen. Damit du lernst, wie du deinen Webseiten-Content optimal erstellen kannst. Natürlich mit dem Ziel, dass du damit deine Wunschkunden erreichst und sie über Google zu dir finden.
Somit bietet dir dieses E-Book einen Fahrplan für deine SEO-Content-Erstellung.

Wie eben bereits erwähnt, geht es in diesem E-Book nur um OnPage-SEO. SEO kann nämlich grob in drei Teilbereiche aufgeteilt werden: OnPage-SEO (alles, was auf deiner Website stattfindet), OffPage-SEO (alles außerhalb deiner Website) und technisches SEO (alles, was mit dem technischen Aspekt einer Website zu tun hat). Der Inhalt dieses E-Books beschäftigt sich also mit dem SEO-Bereich auf deiner Website.

Zudem richtet sich das E-Book an SEO-Anfänger, die nicht genau wissen, wie sie die richtigen Keywords für sich finden und wie sie ihre Inhalte bzw. Texte nach SEO-Gesichtspunkten erstellen können. Denn schöne Texte allein reichen nicht aus, um damit neue Kunden zu gewinnen.
Wie du wahrscheinlich bemerkt hast, schreibe ich die ganze Zeit von der Google-Suchmaschine. Das liegt daran, dass hierin meine Expertise liegt. Ich denke aber, dass du die hier gelernten Inhalte auch auf andere Suchmaschinen übertragen kannst, falls Google nicht deine präferierte Suchmaschine ist.

EINLEITUNG

Ich wünsche dir viel Spaß beim Lesen des E-Books und ganz viel Erfolg bei der Erstellung deines SEO-Contents.

Falls du an irgendeiner Stelle Fragen haben solltest, kannst du mir natürlich schreiben. Schick mir hierzu eine E-Mail an info@denisenoetzel.de oder schau auf meiner Website https://denisenoetzel.de vorbei. Dort findest du weiteren SEO-Input.

Alles Liebe

Denise

02

BASISWISSEN

über SEO und Keywords

Was ist Suchmaschinenoptimierung?

Suchmaschinenoptimierung wird häufig auch mit SEO (Search Engine Optimization) abgekürzt und ist ein Teilbereich des Online-Marketings. Dabei geht es darum, die eigene Website inhaltlich und technisch so zu gestalten und zu optimieren, dass sie zum einen die eigene Zielgruppe anspricht und zum anderen Google deutlich macht, worum es auf der Website geht. Mit dem Ziel, gute Rankings bei Google zu erzielen und dadurch potenzielle Kunden auf die eigene Website zu lotsen. Dabei bedeuten gute Google-Rankings, dass deine Webseiten in den Google-Suchergebnissen auf Seite 1 angezeigt werden.

SEO funktioniert dementsprechend sehr gut in Verbindung mit Content-Marketing. Bei sehr kleinen Websites oder einem Onepager (eine Website bestehend aus nur einer einzigen Seite) ist es deutlicher schwieriger, bei Google weit vorn zu ranken. Grund hierfür ist zum einen der starke Wettbewerb und zum anderen das geringe Optimierungspotenzial.

Im Vergleich zu einigen anderen Online-Marketing-Strategien (wie bspw. Social-Media oder Google-Werbeanzeigen) wirken SEO-Maßnahmen nicht sofort, sondern zeitlich verzögert. Das bedeutet, dass du die Erfolge deiner SEO-Maßnahmen erst Wochen oder Monate später spüren wirst. Dafür sind SEO-Erfolge nachhaltig, sodass du mehrere Monate oder auch Jahre später noch davon profitieren kannst.

Wie lange es dauert, bis SEO auf deiner Website wirkt, hängt von verschiedenen Faktoren ab. Hier sind einige Beispiele:

- Wie deine Website aufgebaut ist
- Wie gut du SEO umsetzt
- Wie groß der Wettbewerb ist
- Wie alt deine Website (deine Domain) ist
- Wie viel Vertrauen Google in deine Website hat
- Wie gut oder schlecht die Nutzersignale für deine Website sind

Was sind Keywords?

Im Bereich der Suchmaschinenoptimierung (SEO) sind mit Keywords die Schlüsselbegriffe bzw. Suchbegriffe gemeint, die deine Zielgruppe bei Google in die Suchleiste eingibt. Mit dem Suchbegriff ist deine Zielgruppe also aktiv auf der Suche nach einer Antwort bzw. nach einer Lösung.

Nachdem deine Zielgruppe etwas in die Suchleiste eingegeben und auf Enter gedrückt hat, zeigt Google ihr auf der ersten Seite zehn verschiedene organische (d.h. nicht bezahlte) Suchergebnisse an. Diese Suchergebnisse sind letztendlich Webseiten verschiedener Websites, die sich mit dem Thema bzw. dem Keyword befassen. (Webseite ≠ Website, siehe letztes Kapitel "Übersicht wichtiger SEO-Begriffe")

Bei jeder Suchanfrage spielt Google auf den ersten Blick zehn Suchergebnisseiten mit jeweils zehn Suchergebnissen aus. Das bedeutet, dass Google zu jeder Suchanfrage direkt hundert Suchergebnisse anzeigt. Diese werden in zwei Kategorien unterteilt: die Top10 und die Top100. Die Top10 beinhaltet alle zehn Suchergebnisse auf der ersten Google-Seite und die Top100 besteht aus allen Suchergebnissen der ersten zehn Google-Seiten.

Idealerweise erscheint deine Webseite unter den zehn ausgespielten Suchergebnissen auf der ersten Google-Seite. Warum? Weil über 90 % aller Klicks auf der ersten Google-Seite stattfinden. Kaum ein User schaut noch auf Seite zwei bei Google vorbei (vielleicht kennst du das von deinem eigenen Suchverhalten).

Aus diesem Grund gibt es auch folgendes Sprichwort:

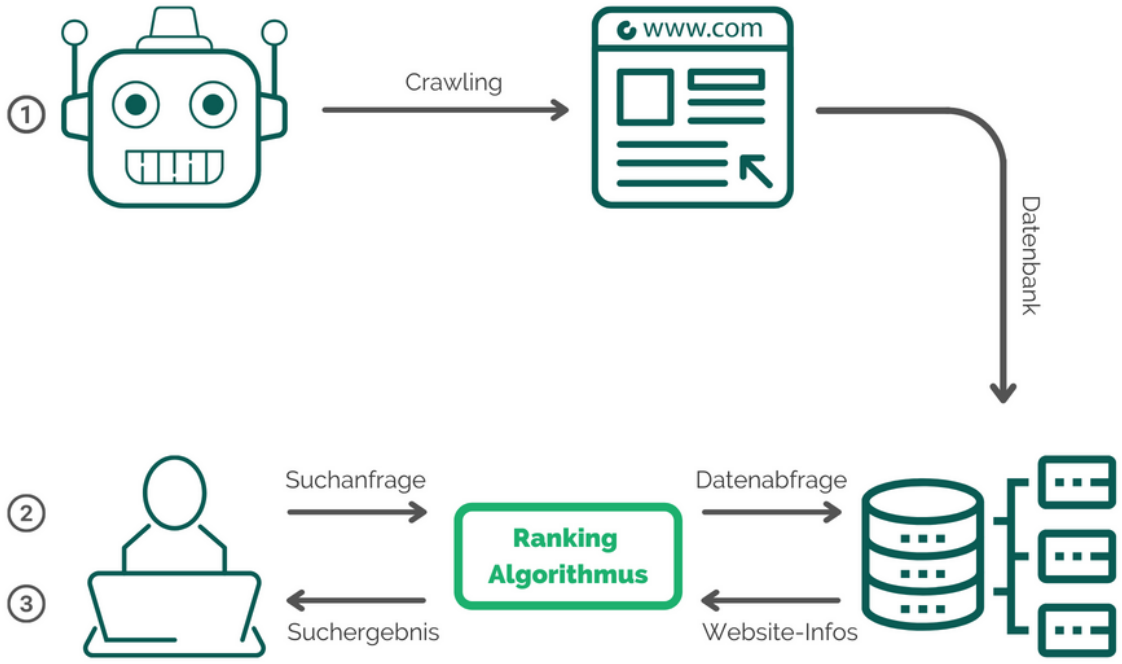
„Der beste Ort, um eine Leiche zu verstecken, ist Seite 2 auf Google."

Wie funktioniert Google?

Gut, nun wissen wir, dass zu jeder Suchanfrage auch hundert Suchergebnisse angezeigt werden. Aber wonach entscheidet Google, welche Webseiten auf welcher Position ranken?

Dies lässt sich leider nicht in 2-3 Sätzen erklären, da Google auf über 200 verschiedene Ranking-Faktoren zurückgreift. Aber zwei zentrale Faktoren sind die Keywords und die Suchintention des Users.

Google hat einen Google-Bot, der alle Webseiten im Internet besucht und dessen HTML-Code durchsucht. Dieses Vorgehen wird auch als Crawling bezeichnet. Der Google-Bot orientiert sich beim Crawling an unterschiedlichen HTML-Codes wie bspw. den Überschriften-Elementen und sämtlichen Metadaten. Diese kann der Crawler nämlich lesen und somit auch verstehen. Durch das Crawling der Webseiten versucht Google also zu erkennen, was der Inhalt der jeweiligen Webseite ist.



Wie funktioniert Google?

Die Informationen, die der Google-Bot lesen und verstehen kann, merkt er sich bzw. speichert diese in einer riesigen Datenbank. Und sobald ein User wieder bei Google nach einem Keyword sucht, gleicht Google seine Datenbank mit der Suchanfrage ab und spielt dem User thematisch passende Webseiten aus.

Jetzt folgt für den Google-Bot ein weiterer, sehr wichtiger Schritt, um bei den nächsten Suchanfragen noch bessere Suchergebnisse auszuspielen. Denn sobald Google auf der ersten Suchergebnisseite zehn verschiedene Webseiten angezeigt hat, trifft der Google-User eine Entscheidung und klickt auf eine der zehn Webseiten. Zudem entscheidet der User, ob er auf der Webseite bleiben möchte, um dort seine gesuchten Informationen zu finden oder ob er die Webseite wieder verlässt und sich auf einer anderen Webseite umschaut.

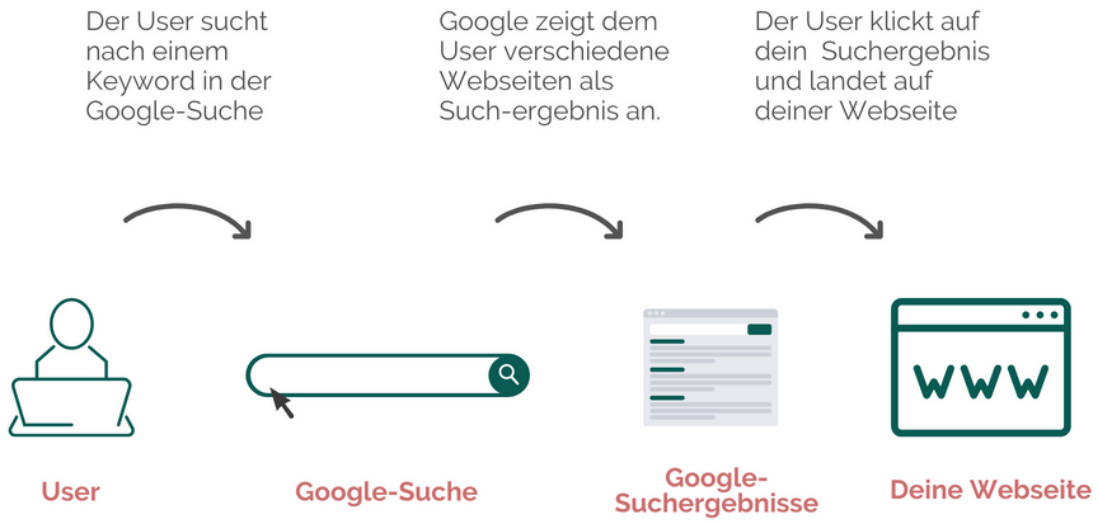
Dieses User-Verhalten bekommt Google mit und merkt es sich ganz gut. Denn das Verhalten des Users liefert Google weitere Informationen, wie relevant die zehn ausgespielten Webseiten für den User tatsächlich waren und ob mit den Webseiten seine Suchintention erfüllt wurde. Für die nächste Suchanfrage bezieht Google genau solche Informationen mit ein.

Warum sind Keywords wichtig?

Du weißt nun, was Keywords sind. Aber wozu brauchst du sie überhaupt und warum sind sie für SEO so immens wichtig?

Letztendlich kannst du dir Keywords als Brücke zwischen deiner Zielgruppe und deinen Webseiten vorstellen. Denn Google versteht deine Webseiten-Inhalte anhand der von dir im Text genutzten Keywords. Und du möchtest, dass Google deine Webseite als Suchergebnis möglichst weit vorn ausspielt, wenn deine Zielgruppe nach dem bestimmten Keyword X googelt. Mit dem Ziel, dass der User (deiner Zielgruppe) auf deine Webseite klickt, bei dir landet und du ihm weiterhelfen kannst.

Wenn du also deine Zielgruppe kennst und weißt, welche Bedürfnisse, Wünsche oder Herausforderungen sie hat, dann kannst du sie mit den passenden Keywords bei Google abholen und sie auf deine Website führen. Die Keywords geben dir somit eine Grundlage bzw. ein Gerüst für deine Website-Gestaltung und dein Content-Marketing. Jedes Keyword richtet sich nach einem konkreten Bedürfnis deiner Zielgruppe. Stimmst du deine Webseiten-Gestaltung und deine Content-Erstellung darauf ab, schaffst du für deine Zielgruppe einen echten Mehrwert.



Warum sind Keywords wichtig?

Die Erstellung von mehrwertbietenden Inhalten verfolgt drei Ziele:

1. Du kannst dich über deine Inhalte als Experte in deinem Themengebiet positionieren. Das schafft Vertrauen und zieht deine Zielgruppe magisch an.

2. Die Google-User (deine Zielgruppe) finden auf deiner Website die Inhalte, nach denen sie gesucht haben. Somit wird deren Bedürfnis befriedigt.

3. Google möchte seinen Usern nur die besten Inhalte präsentieren und ausspielen. Wenn die Google-User also auf deiner Webseite das finden, wonach sie gesucht haben, werden positive Signale über deine Webseite an Google gesendet. Ob deine Webseitenbesucher bei dir das gefunden haben, was sie brauchten, kannst du bspw. anhand ihrer Verweildauer oder Scroll-Tiefe auf deiner Webseite feststellen - diese lassen sich u.a. über Google Analytics ermitteln. Als Folge der positiven User-Signale erkennt Google dann deine Webseite bzw. deinen Inhalt als relevant für das jeweilige Keyword an und spielt in Folge dessen deine Webseite häufiger aus.

Folglich sind Keywords notwendig, damit du deine Webseiten suchmaschinenoptimiert gestalten und zielgruppenorientierten Content mit Mehrwert erstellen kannst. Um für deine Website gute Positionierungen bzw. gute Rankings bei Google zu erhalten, benötigst du also eine Keyword- und Content-Strategie, die auf deine Zielgruppe und dein Angebot abgestimmt ist.