

Longtail Keywords – erfolgreich mit langem Ende

Vor allem professionelle Suchmaschinen-Marketer kennen die Gratwanderung zwischen möglichst geringen PPC-Kosten und der höchstmöglichen Wirksamkeit der ausgewählten Keywords. Die Lösung heißt "Long Tail". Denn eine Keyword-Kombination kostet weniger als ein hart umkämpftes Hauptkeyword und bringt zum Teil bessere Resultate. Dieser Weg eignet sich nicht nur für bezahlte Anzeigen, sondern für alle, die ihre Website optimieren möchten.

Kurze Keywords können von Nachteil sein

Selbstverständlich hängt es von der Branche ab, in der Sie sich mit Ihrer Website bewegen. Aber angenommen, Sie betreiben in Stuttgart eine Agentur mit dem Spezialgebiet SEO und bedienen ausschließlich Kunden in diesem Großraum. Für welches Keyword würden Sie sich in diesem Fall entscheiden? Genau, sie entscheiden sich für Agentur SEO Stuttgart – also ein typisches Longtail-Keyword und eine kluge Entscheidung. Denn mit dem kurzen Keyword Agentur würden sie genauso im Meer der zahlreichen Anbieter versinken wie mit Agentur Stuttgart oder SEO Agentur.

Mit der Kombination des Hauptkeywords zu einer häufig gesuchten Phrase im Zusammenhang mit dem Thema optimieren Sie das Keyword, da Sie eine sehr gezielte Zusammenfassung klar definierter Inhalte generieren.

Longtail-Keywords optimieren

Wie das einfache kurze Keyword müssen Sie auch das Longtail optimieren. Denn die Kombination aus kurzem Keyword und aussagekräftigem Anhang stellt im Idealfall den perfekten Mix aus Suchtrefferanzahl und Suchvolumen dar. Dies bedeutet, dass es nicht zu ausgefallen sein darf. Denn immerhin ist es ein Spiegel der Suchanfrage der Nutzer. Aber es darf auch nicht zu häufig vom Wettbewerb genutzt werden. Durch die Sprachsuche kommen immer häufiger sogenannte W-Fragen zum Einsatz. Die dazu passenden Suchergebnisse implizieren die Lösung. Beispiele sind "Wie optimiere ich Keywords" oder "Warum Longtail-Keywords besser sind". Schlussendlich muss der Content rund um die Keyword-Kombination absolut stimmig sein, um von Google nicht abgestraft zu werden. Denn bei leeren Versprechungen reagiert die Suchmaschine "not amused".

Professionelle Marketer nutzen für Google-Anzeigen in den meisten Fällen Google Ads; andere wieder bauen vor allem bei der immer häufigeren Fragen-Version auf eines der zahlreichen anderen

Analysertools, die der Markt bietet.

Vorteile von Longtail-Keywords

Bei Google und anderen Suchmaschinen bietet diese immer häufiger verwendete Keyword-Variante verschiedenste Vorteile. Vor allem in Anbetracht dessen, dass sogar Google eng nebeneinander positionierte Keywords positiv bewertet. Doch wo liegen die Vorteile von Longtail-Keywords im Detail?

- Weniger Wettbewerb in den Suchergebnissen.
- Content und Nutzer passen besser zueinander – !Relevanz Keyword zum Inhalt!
- Longtail-Keywords kommen vor allem in der Sprachsuche vor; Longtail-Optimierung ist ein wichtiger Schritt in Richtung des wachsenden Marktes mobile SEO.
- Customer Journey besser steuerbar, da Longtail-Keywords als Suchbegriff aussagekräftiger sind.
- Für bezahlte Anzeigen: PPC-Kosten geringer
- Gezielte Ansprache der verschiedenen Nutzerintentionen einer Zielgruppe durch unterschiedliche Formulierungen.

Bild: 143115283 – www text with a person holding a pen © Melpomene