

## Keine Ideen für Content? So hilft Euch Datenanalyse weiter

### 4 Wege, wie Dir Datenanalyse helfen kann, neue Ideen zu entwickeln und Inhalte zu optimieren

Wenn Eure Konkurrenten besser ranken als Ihr, gibt es dafür wahrscheinlich einen guten Grund. Datenanalysen lassen sich sehr gut nutzen, um diese Gründe herauszufinden und neue Content-Ideen zu entwickeln, mit denen Ihr die Lücke schließen könnt.

Wenn ein Markenblog wächst, kann es ziemlich schwierig werden, neue Ideen für Inhalte zu generieren. Viele SEOs verwenden natürlich [Keyword-Tools](#), um herauszufinden, nach welcher Art von Inhalten ihre Zielgruppe sucht. Wenn Ihr diesen Prozess jedoch noch einen Schritt weiterführen wollt, indem Ihr Tools verwendet, um zu analysieren, welche Fragen die [Nutzer](#) stellen, und die Inhalte Eurer Konkurrenten mit einbeziehen wollt, können Ihr euch neue Themen erschließen.

### Neue Content-Idee durch Inhaltslückenanalyse

Mit einer Inhaltslückenanalyse könnt Ihr herausfinden, wo aktuelle Inhalte wirklich nicht ausreichen, und Ihr tut dies, indem Ihr Euch Eure Mitbewerber genau ansieht. Es gibt viele Möglichkeiten, dies mit verschiedenen Tools durchzuführen, hier findet Ihr eine [Anleitung](#) mit dem Tool Sistrix.

Keywords - Zeige 1 bis 100 von 206.099

Keyword ?	↑ <a href="https://www.moebel.de/">https://www.moebel.de/</a> ?	home24.de ?
<a href="#">möbel</a>	1	4
<a href="#">küchenstühle</a>	1	4
<a href="#">sessel mit hocker</a>	1	4
<a href="#">tischbeine metall</a>	1	
<a href="#">möbel online</a>	1	2
<a href="#">gartentische</a>	1	32
<a href="#">schrank moebel</a>	1	6
<a href="#">loungemöbel garten</a>	1	
<a href="#">möbel de</a>	1	9
<a href="#">moebel.de</a>	1	6
<a href="#">möbel kaufen</a>	1	2

Mit dem Tool Sistrix lassen sich die Keywords Rankings mit Konkurrenten abgleichen.

Mit dieser Methode könnt Ihr [Keywords](#) finden, für die Ihr schlechter als Eure Konkurrenten rankt oder noch gar keine Rankings habt.

## Inhaltsthemen anhand von Nutzer-Fragen finden

Es ist eine Sache, die Daten zu nutzen, um Ideen für Themen zu finden. Das ist ein guter Anfang, aber dann muss man die Daten nutzen, um sicherzustellen, dass man alles abdeckt, was es zu diesem Thema zu wissen gibt.

Mithilfe eines Tools für Themenrecherche können Blickwinkel identifiziert werden, aus denen Ihr die Inhalte angehen könnt.

Mit einem Themenrecherche-Tool könnt Ihr Begriffe mit ähnlichen Schlüsselwörtern finden, die mit Eurem Thema zu tun haben. Eine Vielzahl an Tools zeigt dafür, welche Fragen Internetnutzer stellen. Daraus ergeben sich verschiedene Inhaltsideen wie von alleine.

Der nächste Schritt besteht darin zu sehen, was bereits veröffentlicht wurde. Viele Tools zeigen hier

schon die besten Artikel zu den jeweiligen Fragen, natürlich kann man dies auch durch einfaches Googeln selbst finden.

Die Analyse der Schlagzeilen kann Muster aufzeigen, die Ihr bei Euren eigenen Inhalten beachten solltet. Ein Beispiel: Wenn in drei von zehn Überschriften das Wort "saftig" vorkommt, gibt es einen Grund für die gute Platzierung. Durch das Hinzufügen dieses speziellen Adjektivs werden die Leute also eher auf Euren Inhalt klicken, denn es ist anzunehmen, dass das bei diesen Top-Ten-Inhalten funktioniert hat.

Es ist ratsam, sich nicht nur die Überschriften der Wettbewerber anzusehen, sondern auch deren Formatierung, die Verwendung von Bildern und Videos sowie die Struktur zu bewerten. Diese Erkenntnisse könnt Ihr dann als Grundlage für Eure eigenen Inhalte und Optimierungen nutzen.



Wer Daten analysiert kann den eigenen Content gezielt optimieren.

## **Führt eine Inhaltsanalyse Eurer Wettbewerber durch**

Eine Daten-Analyse der Inhalte von Mitbewerbern kann dabei helfen, über die Inhalte auf deren Seiten hinauszugehen und deren Erfolg zu erklären.

Unser Tipp: Mit dem Tool der Wahl die Daten der 10 bis 15 wichtigsten Inhalte Eurer Konkurrenten zu erfassen und sie dann in eine spezielle Tabelle aufzunehmen, um die relevanten Informationen zu konsolidieren.

Welche Daten sind relevant und sollten verglichen werden? Zum Beispiel:

- [URL](#) des Wettbewerbers
- Seitentitel
- Hauptkeyword?
- Suchvolumen des Keywords
- [User-Intent](#)
- Textlänge
- Art der Backlinks

Auch hier sollte natürlich geprüft werden, ob Ihr selbst schon einen Inhalt besitzt, der für dieses Thema relevant ist und auf ähnliche Keywords abzielt.

Erstellt mit den gesammelten Informationen eine Empfehlungsspalte in der Tabelle und fügen davor dann umsetzbare Erkenntnisse hinzu, damit alle Beteiligten bei Euch eine Vorstellung davon haben, wie sie mit diesem bestimmten Inhalt weiter verfahren sollen. Wenn Ihr dies für die Inhalte Eurer Konkurrenten macht, könnt Ihr Euren Redaktionskalender einfacher und besser ausfüllen.



Eine Datenanalyse erlaubt eine genau Strukturierung des Contents

## Nutzen Sie Daten zur Strukturierung Ihrer Inhalte

Auch eine Art Datenanalyse für [Content Marketing](#) zu nutzen: Tools zur Analyse von Keywords können auch dazu verwendet werden, Inhalte zu verbessern, indem sie helfen, Themen zu identifizieren, nach denen Eure Besucher möglicherweise fragen. Manchmal können diese Themen einen eigenen, unabhängigen Artikel bilden, aber auch wenn nicht, können Ihr Überschriften innerhalb der erstellten Inhalte erstellen, um den Content zu erweitern.

Außerdem sollten auch Top-Keywords und häufig verwendete Wörter identifiziert werden, die für das

Thema relevant sind.

### **Die Stärken Eurer Konkurrenten können auch Eure Stärken sein**

Die Bewertung der eigenen Inhalte kann helfen, um herauszufinden, welche Informationen fehlen. Die regelmäßige Wiederholung dieser Prüfung kann dazu beitragen, dass Eure Inhalte relevant bleiben.

Titelbild © Artur / stock.adobe.com

Beitragsbild © apinan / stock.adobe.com

Beitragsbild © Pixel-Shot / stock.adobe.com