

Einstieg in **SEOeasy**

*So optimierst du deine eigene
Webseite mit SEOeasy*

- Einrichtung und Konfiguration*
- Quick Wins und Profi-Tipps*
- Best Practice Tipps für deine Seite*
- inklusive Merkblatt*

Wieso sollte ich SEOeasy verwenden?

Du benutzt bereits Google Analytics und die Search Console (ehem. Webmaster Tools) und fragst dich, warum du noch ein weiteres Tool nutzen solltest?

SEOEasy ist die perfekte Ergänzung zu Google Analytics & Search Console. Vergleichbare SEO-Software kann schnell Hunderte von Euro pro Monat kosten - für dich ist SEOeasy kostenlos.

Im Zusammenspiel mit diesen Google-Tools erhältst du einen 360-Grad-Blick auf die SEO-Gesundheit deiner Website oder deines Onlineshops. Schritt für Schritt unterstützt SEOeasy dich bei der technischen Optimierung, hilft dir dein Suchmaschinen-Ranking zu verbessern und das deiner Konkurrenten zu beobachten.

Anstatt dir mühselig Anleitungen und Tutorials zusammen zu suchen, findest du alle SEO-relevanten Informationen, Erklärungen und Hilfestellungen im SEOeasy Cockpit.

Last but not least fungiert SEOeasy als Vorfilter für deine Erfolgsmetriken. Finde heraus, was wirklich entscheidend für deinen Suchmaschinen Erfolg ist und lerne das kleine 1x1 der Suchmaschinenoptimierung. Beobachte wie deine Website bei relevanten Keywords in den Rankings nach oben klettert und spare dir die lange Suche nach Ranking-Kriterien.

Das Team der SEO-Küche hält SEOeasy immer Up-to-Date und lässt Änderungen seitens Google sofort in das Tool mit einfließen.

SEOEasy, Google Analytics und die Search Console im Vergleich

SEOEasy bietet alles, was zu einem umfangreichen SEO-Audit gehört. Es ist ideal für alle, die mehr über SEO lernen möchten und nicht davor zurückschrecken, sich die Finger schmutzig zu machen.

	SEOEasy	Google Analytics	Google Search Console
Zugriffszahlen & -quellen	✓ (Verknüpfung Analytics-Konto)	✓	✓ (teilweise)
Server-Überwachung	✓	✓	✗
Onpage SEO-Tipps	✓	✗	✗
Konkurrenten-Monitoring	✓	✗	✗
Backlink-Überwachung	✓	✗	✓
Keyword-Monitoring	✓	✗	✓ (teilweise)
Interne Verlinkungen	✓	✗	✓
Externe Verlinkungen	✓	✗	✓
Meta-Angaben & SERP-Preview	✓	✗	✗
Content-Optimierung	✓	✗	✗
Keyword-Dichte	✓	✗	✗
Bilder-Optimierung	✓	✗	✗
Social Media-Optimierung	✓	✗	✗

Der Schnelleinstieg in SEOeasy

Der Einstieg in SEOeasy ist, wie der Name schon sagt, denkbar einfach. Alles was du brauchst ist ein SEOeasy-Account und ein paar Minuten Zeit.

Ein neues Projekt anlegen

Als aller ersten Schritt legst du ein neues Projekt an. Jedes Projekt bezeichnet eine Website bzw. Domain, für die ein SEOeasy-Profil angelegt werden soll.

Auch wenn du noch nicht sofort mit SEO-Maßnahmen loslegen kannst, lohnt es sich, deine Domain als Projekt schnellstmöglich anzulegen. SEOeasy beginnt danach sofort mit der Überwachung der SEO-Performance deiner Website. Wenn du dann richtig loslegst, kannst du auf eine Vielzahl historischer Daten zugreifen und diese auswerten.

Wichtig ist, dass du von Beginn an alle Felder mit möglichst genauen Informationen befüllst. Natürlich benötigt SEOeasy die Domain, unter der deine Website erreichbar ist. Durch die Angabe deiner Branche erhältst du akkurate, maßgeschneiderte Berichte und Benchmarks. Des Weiteren hilft es SEOeasy, wenn du die korrekte CMS- bzw. Shop-Software auswählst. Derzeit unterstützt SEOeasy über 50 verschiedene Systeme. So kann es dir viel genauere Hilfestellungen geben, die dir die Umsetzung der SEO-Maßnahmen erleichtern werden.

Keyword-Daten & -Monitoring

Im zweiten Schritt legst du die wichtigsten Keywords für dein Projekt fest, d.h. Suchbegriffe unter denen du gefunden werden willst oder deren Ranking du verbessern möchtest.

Du kannst maximal 4 Hauptkeywords sowie maximal 6 weitere Keywords zur automatischen Prüfung und Überwachung in dein Projekt aufnehmen. Ein Keyword kann aus einen oder mehreren Wörtern bzw. Suchbegriffen bestehen. Somit ist SEOeasy auch ideal für das Monitoring von Long Tail- oder Nischenkeywords geeignet.

Zu den Hauptkeywords zählen Grundbegriffe, die dein Unternehmen oder Shop beschreiben und die meisten Suchanfragen haben. Als Betreiber eines Onlineshops für Babyzubehör könnten deine Hauptkeywords z.B. babyzubehör, babyshop, babyartikel und babyausstattung sein.

Weitere Keywords könnten speziellere Nischen deines Shops beschreiben, wie z.B. taufgeschenke, baby erstausrüstung, milchpumpe oder günstige babymode.

Keine Sorge, du kannst deine Keyword-Auswahl jederzeit ändern. Nach dem Abschließen des Projektsetups benötigt SEOeasy ein paar Minuten, um Daten zu deiner Website zusammen zu tragen.

Was passiert mit meinen Keywords?

Ab sofort wird SEOeasy akribisch das Ranking deiner Keywords überwachen. Unter Analysen → Ranking-Überwachung wirst du schon bald deine SEO-Erfolge nachvollziehen können.

Dort findest du immer die aktuelle durchschnittliche Platzierung deiner Website in den Google-Suchergebnissen. Hier siehst du das Beispiel eines Projektes, das dank Optimierung mit SEOeasy bei relevanten Hauptkeywords an der Konkurrenz bereits vorbeigezogen ist und sich die „Pole Position“ sichern konnte:

Keyword	Ranking
1	2	7	60
2	1	4	0
3	1	2	8

Wie finde ich neue potenzielle Keywords?

Nichts leichter als das. Nach der Einrichtung deines Projekts findest du im Menüpunkt Recherche → Keywords eine Vielzahl an potenziellen Keywords, die zu deiner Website passen. Anhand deiner Inhalte und themenverwandter Websites schlägt SEOeasy dir automatisch passende Keywords vor.

Keyword	Suchvolumen	CPC	Konkurrenz	
	40500	1.63 €		+ hinzufügen
	40500	0.19 €		+ hinzufügen
	27100	0.1 €		
	27100	0.17 €		+ hinzufügen

Am interessantesten für deine SEO-Ambitionen sind zu allererst Keywords mit hohem Suchvolumen und niedriger Konkurrenz. Falls du nicht in einer sehr spezialisierten Branche zu Hause bist, kann diese Konstellation leider oft sehr rar sein. Eine Vielzahl an Suchanfragen bestätigt zumindest, dass es sich um gängige Begriffe handelt, die in der Alltagssprache oft verwendet werden. Eine Optimierung unter Zuhilfenahme dieser Keywords ist also erfolgsversprechend.

Da es sich bei populären Keywords jedoch auch um recht allgemeine Suchanfragen handeln kann (z.B. kfz ersatzteile), die rein informationeller Natur sind, lohnt sich ein tieferer Blick in die Recherche-Werkzeugkiste. So genannte Nischenkeywords, d.h. Suchphrasen mit niedrigem Suchvolumen und wenig Konkurrenz, können zusätzliches Umsatzpotential bedeuten.

Den Wettbewerb im Blick mit der Konkurrenzanalyse

Ein Blick auf direkte und indirekte Wettbewerber schadet von Zeit zu Zeit nicht. Mit SEOeasy ist das in Zukunft ganz einfach.

Bei der Auswahl der automatisch erkannten Konkurrenten ist es wichtig zu entscheiden, ob der vorgeschlagene Konkurrent wirklich ein potenzieller Mitbewerber ist.

Je häufiger das Vorkommen eines Keywords, desto größer die Konkurrenz. Im Screenshot siehst du, dass eine Website trotz gleicher Anzahl an ähnlichen Keywords nicht ins Monitoring aufgenommen wurde.

Da du nur eine begrenzte Anzahl an Konkurrenten in dein Monitoring aufnehmen kannst, solltest du dir für die Auswahl etwas Zeit nehmen. Ein Wikipedia-Artikel, eine News-Website oder ein populäres Onlineforum zu deinem Thema mag anhand der Keywords als potenzieller Wettbewerber gelten. In der Realität wird das aber je nach Website und Thema nicht immer der Fall sein.

Beschränke dich beim Monitoring stattdessen auf Websites, die du a) womöglich bereits als Mitbewerber identifiziert hast oder b) gleiche Dienstleistungen bzw. verwandte Produkte anbieten.



Aufgabenverwaltung mit SEOeasy

Nach der Analyse ist vor der Optimierung. Jetzt sind etwas Hirnschmalz und Fleiß gefragt. Die Verwaltung der Aufgaben übernimmt SEOeasy.

Alle Aufgaben in SEOeasy sind in drei Kategorien eingeteilt: hohe Priorität (rot), normale Priorität (orange) und "nice to have" Priorität (blau).

Zum Einstieg in die Suchmaschinenoptimierung empfehlen wir die konsequente Anwendung der 80/20-Formel bzw. des Paretoprinzips. Die nach Vilfredo Pareto benannte Regel geht davon aus, dass 80% des Ergebnisses mit 20% der Leistung erreicht werden kann. Im Gegenzug kosten die letzten 20% jedoch 80% der Zeit.

Auf deine Website übertragen bedeutet das Paretoprinzip, dass du dich am besten zuerst den Aufgaben mit hoher Priorität widmest, um möglichst viele „Quick Wins“ einzufahren, die mit geringem Aufwand

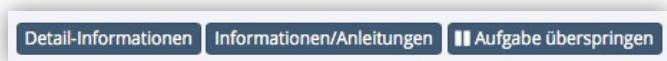
die größtmögliche Verbesserung versprechen. Danach machst du dich an alle Aufgaben mit normaler Priorität und als Letztes an alle „nice to have“ Empfehlungen.



Wie lege ich als SEO-Anfänger am besten los?

Als Neuling der Suchmaschinen-Optimierung können alle Empfehlungen, die um deine Aufmerksamkeit buhlen, erstmal einschüchternd wirken. Aber keine Panik, Hilfe ist immer in Reichweite!

Gerade zu Beginn entstehen doch recht viele Fragezeichen. Hinter dem Button Informationen / Anleitungen findest du weiterführende Erklärungen zur jeweiligen SEO-Aufgabe, wenn du mal nicht weiter weißt. So kannst du dir ganz einfach und spielerisch neues Expertenwissen aneignen und an deine Freunde und Kollegen weitergeben.



SEOeasy durchleuchtet die Anatomie deiner Website. Mit einem Klick auf Detail-Informationen findest du einen Echtzeit-Status für die jeweilige Optimierungsmaßnahme. Es wird dir angezeigt, welche Elemente noch verbessert werden können, z.B.:

- fehlende Meta-Informationen
- fehlende alt-Attribute für Bilder
- Linktexte & fehlende title-Attribute für Links
- Verwendete Überschriften & Fett-Auszeichnungen

Je weniger rote Felder du vorfindest, desto weiter bist du mit der Optimierung deiner Seiten. Mit jeder erfolgreich abgeschlossenen Aufgabe steigt gleichzeitig dein Optimierungs-Score. Bravo!

Für alle Aufgaben reichen normalerweise einfache HTML-Kenntnisse oder ein WYSIWYG-Editor. Manche Content Management & eCommerce Systeme haben jedoch ganz besondere Eigenheiten. Die SEO-Küche bietet deshalb verschiedene Whitepaper für die Suchmaschinenoptimierung mit Wordpress, Joomla, Shopware oder Magento an, die du ebenfalls kostenfrei auf www.seo-kueche.de findest.

⚠ Hinweis

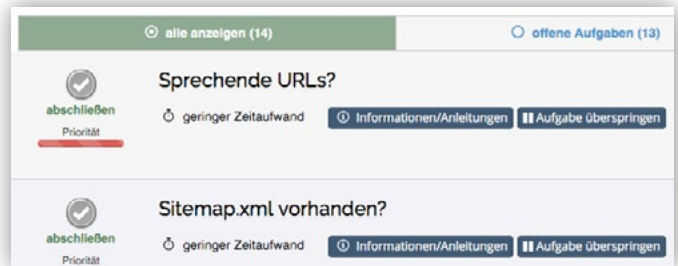
Natürlich hast du auch immer die Möglichkeit, eine Aufgabe zu überspringen und hinten an zu stellen. Das ist besonders nützlich, wenn dir für umfangreichere Aufgaben gerade die nötige Zeit fehlt.

Quick Wins und Basis Aufgaben

Zu den SEOeasy Basis-Aufgaben gehören Optimierungstipps, die die gesamte Website betreffen und mit denen du die Suchergebnisdarstellung technisch beeinflussen kannst, z.B.

- Sprechende URLs
- Erstellung einer Sitemap.xml & robots.txt
- Anmeldung zur Google Search Console
- Verlinkung zu Social Media-Profilen

Anders ausgedrückt: alle Basis-Aufgaben bilden die Grundlage für die optimale Darstellung deiner Website, inkl. aller Unterseiten, in Suchergebnissen und sorgen dafür, dass alle deine Inhalte schnellstmöglich in Google aufgenommen werden.



Sprechende URLs werden von den meisten modernen CMS-Systemen und Webhostern unterstützt. Sie machen alle URLs deiner Seite lesbar. Statt `www.domain.de/index.php?page=24` lautet die Adresse dieser Seite dann `www.domain.de/ueber-uns`. Das wirkt sich positiv auf die „Crawlbarkeit“ deiner Website aus. Auf der Suchergebnisseite liefern lesbare URLs BenutzerInnen konkreten Mehrwert, weil sie wissen, was sich hinter der Seite verbirgt. Enthält die URL ein Keyword, das bei der Suchanfrage verwendet wurde, wird es fett markiert und somit hervorgehoben.

Die **Sitemap.xml** ist sowas wie ein Wegweiser für Suchmaschinen-Robots und ist eine maschinenlesbare Liste der Struktur deiner Website. Falls es nicht automatisch geschieht, lohnt es sich die Sitemap regelmäßig zu aktualisieren, besonders wenn du neue Seiten hinzufügst oder alte Inhalt entfernst. Neue Seiten erscheinen dank deiner Sitemap im Handumdrehen in Google.

In der **robots.txt** beeinflusst du das Verhalten von Suchmaschinen-Robotern, die deine Seite abgrasen, um sie in die Suchmaschine aufzunehmen. Hier kannst du die Zugriffsrechte für die Robots festlegen, d.h. welche Ordner sie durchsuchen dürfen und welche nicht.

Die **Google Search Console** (ehem. Webmaster Tools) gibt dir Zugriff auf die Google-Suchmaschineneinstellungen deiner Website. Hier kannst du z.B. sehen wie viele Seiten deiner Domain sich im Google Index befinden, neue Crawls auslösen, Seiten aus dem Index entfernen und sogar sehen, unter welchem Suchbegriff deine Website gefunden wurde. In unserem SEO-Küche Wiki findest du eine ausführliche Anleitung zur Einrichtung von Google Webmaster Tools / Search Console.

Womöglich hast du einige Punkte bereits erledigt, aber es lohnt sich gerade die Basis-Aufgaben gründlich zu erfüllen.

Die nächsten Schritte: die Optimierung deiner Unterseiten

SEOeasy gibt dir zahlreiche hilfreiche Tipps, damit du deine Landingpages nach SEO-Gesichtspunkten für spezielle Keywords optimieren kannst.

Eine Landingpage ist eine Seite, die der Besucher nach dem Klick auf ein Suchergebnis sieht bzw. auf der er oder sie „landet“. Je relevanter eine einzelne Seite für den Suchbegriff des Users angesehen wird, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie im Ranking auf den oberen Plätzen zu finden ist.

Zur erfolgreichen Optimierung gehören nicht nur der bloße Textinhalt der Zielseite, sondern ebenso Meta-Daten, Verlinkungen und semantisch korrekte Textformatierungen (z.B. <h1> für Hauptüberschriften). Enthalten deine Seiten in all diesen Elementen vom User bei der Suche verwendete Keywords, halten Suchmaschinen es für wahrscheinlich, dass du auf die Frage des Users eine Antwort hast.

Interne & externe Verlinkungen

Auch interne und externe Verlinkungen sind sehr wichtig, denn das Internet lebt von Links. Zum Einen verfolgen Robots alle Links, die sie auf einer Seite finden und nehmen sie in den Suchmaschinenindex auf. Zum Anderen animierst du BenutzerInnen zum Weiterklicken, was die Verweildauer auf deiner Seite erhöht.

Typischerweise führen interne Verlinkungen zu weiterführenden Informationen, themenverwandten Texten oder relevanten Dokumenten (z.B. PDF-Downloads / Broschüren). In einem Onlineshop sind es häufig verwandte Produkte („Kunden, die diese Waschmaschine kauften, kauften auch“). Viele Shop- und CMS-Systeme zeigen von Haus aus oder über Plugins eine Liste von verwandten Inhalten bzw. Produkten an.

Zusätzlich empfiehlt es sich jedoch, in allen veröffentlichten Inhalten, passende interne & externe Verlinkungen einzufügen. Zum Beispiel: Du bloggst über Produkte, die du neu in deinen Shop aufgenommen hast. Vergiss nicht, diese auch sofort in deinem Artikel zu verlinken. Falls du einen Fachtext schreibst und Themen nur kurz anreißen kannst, verweise auf deine externe Quelle und setze einen Link. So zeigst du, dass deine Seite nicht alleine im Internet dasteht, sondern Bezug auf andere relevanten Websites nimmt. Im Ergebnis können qualitativ hochwertige Verlinkungen dein Suchmaschinen-Ranking positiv beeinflussen.

Content ist King

SEOeasy vergleicht automatisch, wie sich deine Landingpage mit den Seiten deiner Konkurrenten schlägt. Das nimmt dir viel Recherche-Arbeit ab, aber gibt dir auch Einblicke in die Qualität deines Contents.

Unter dem Aufgabenpunkt Content: Vergleich zum Umfeld wird dir angezeigt, ob deine Texte kürzer oder länger als die deiner Konkurrenten sind:



Natürlich sagt die Länge eines Textes nichts über dessen Qualität aus, aber falls deine durchschnittliche Landingpage weniger als 300 Wörter enthält, ist es schwierig alle relevanten Keywords unterzubringen. Das schaffen Konkurrenten mit der doppelten Textlänge höchstwahrscheinlich besser.

Seiten mit geringem Textgehalt werden häufig von Suchmaschinen als nicht relevant angesehen, weil zu kurze Texte eben auch nur wenige Fragen des Users beantworten werden. An diesem Beispiel kannst du sehen, wie technische Suchmaschinenoptimierung immer mehr in den Bereich der User Experience rückt.

Keywords, Keywords, Keywords

Neben dem Umfang deiner Textinhalte bewertet SEOeasy auch die Keyword-Dichte deiner Seite. Die Experten-Meinungen zur richtigen dazu gehen stark auseinander. Im Allgemeinen wird eine Keyword-Dichte von 3-5% des Gesamttextes empfohlen. So genanntes „Keyword-Stuffing“, die übermäßige Verwendung von Keywords, wird von Suchmaschinen als Spam bewertet. Dadurch hat die Keyword-Dichte an Ranking-Relevanz verloren, aber sie ist weiterhin ein wichtiger Indikator dafür, ob deine Texte auch die Wörter enthalten, unter denen du gefunden werden willst.

Eine Auflistung der Keywords, die du auf deiner Landingpage verwendest, kannst du unter Content: Umfassende Textierung (Proof) finden:



Wie du siehst, nimmt dir SEOeasy auch hier viel Arbeit ab. Es zeigt dir, welche Keywords bereits in ausreichender Anzahl vorhanden sind und wo Nachbesserungsbedarf besteht. Ebenso findest du einen Hinweis, falls du übermäßig viele Keywords in deinen Texten verwendest oder sie schlichtweg fehlen.

Best Practice: Was macht eine gut rankende Unterseite aus?

Die Tipps und Hinweise aus SEOeasy wollen auch umgesetzt werden. Bei der Umsetzung ist manchmal Fingerspitzengefühl gefragt.

Versuche die richtige Balance zwischen Textlänge und Informationsgehalt zu finden. Versuche vor allem BesucherInnen mit qualitativ hochwertigen Inhalten glücklich zu machen, und denke dann erst an Suchmaschinen.

Benutze keine 2000 Wörter, wenn du deine Nachricht auch in 500 Wörtern überbringen könntest. Die Aufmerksamkeitsspanne im Netz ist kurz und niemand hat Lust auf einen Spießrutenlauf, um verwertbare Informationen zu finden. Befolge einfach die KISS-Methode: Keep It Short and Simple.

Benutze Keywords und Phrasen, die zum Seiteninhalt passen und verwende - falls möglich - leicht verständliche Alltagssprache. Wenn du dir unsicher bist, welches Wort gebräuchlicher ist, tippe es (und alle Alternativen) kurz in Google und schaue welches Synonym die meisten Suchresultate hervorbringt.

Was macht eine gut rankende Unterseite aus?

Auf den Punkt gebracht: eine gute Unterseite ist eine Seite die potenzielle KundInnen in der richtigen Phase einer Kaufentscheidung abholt:

- Sie ist auf deine Zielgruppe zugeschnitten und konzentriert sich auf eine Schlüsselnachricht, die für Suchanfrage und Publikum relevant ist.
- Sie hat eine packende Headline, die dein Hauptkeyword enthält, und stellt wichtige Informationen in den Vordergrund.
- Sie enthält informative Texte mit relevanten Keywords, die das Informationsbedürfnis der BenutzerInnen befriedigen.
- Sie ist technisch einwandfrei optimiert, schnell und beobachtet Usability-Grundregeln.
- Sie hat ein konkretes Ziel wie z.B. Bestellung / Kauf, Anfrage, Download einer Broschüre, Newsletter-Anmeldung etc.
- Sie hat einen starken Call to Action, der BesucherInnen zum Ziel führt.
- Sie weckt Vertrauen und wirkt authentisch.

Beispielsweise ist es wenig sinnvoll, eine Landingpage für eine recht allgemeine Suchanfrage wie `möbel trendfarben 2016` mit einem Kauf-Button für Sofas als Zielvorhaben auszustatten. Erfolg versprechender wäre eine Anmeldung zu einem Newsletter zum Thema Wohntrends, da eher nach Informationen und Inspiration gesucht wurde und eine Kaufentscheidung womöglich noch in weiter Ferne liegt.

Zehn abschließende Tipps

Wir hoffen, dass du einen ersten Einblick in die weite Welt der Suchmaschinenoptimierung mit SEOeasy bekommen konntest. Mit wenigen Handgriffen kannst du nun das Suchmaschinen-Ranking deiner Seite selbst in die Hand nehmen.



Top 10 SEO Tipps

- Achte auf eine durchdachte, logische und leicht verständliche Struktur deiner Website.
- Alle Informationen sollten eindeutig ausgezeichnet und einfach auffindbar sein.
- Befülle Seitentitel und Meta-Beschreibung mit prägnanten Inhalten und Schlüsselwörtern, nach denen potenzielle Interessenten wahrscheinlich suchen würden.
- Pflege die Meta-Informationen deiner Website.
- Sorge für eine umfassende Kennzeichnung deiner Grafiken und Bilder mittels alt-Attributen.
- Schreibe für Menschen und nicht für Maschinen.
- Nutze eine natürliche Sprache und erstelle qualitativ hochwertige, einfach zu verstehende Inhalte.
- Fasse - sofern es Sinn macht - verwandte Themen und Inhalte zusammen, sodass ein kompakter Informationstext eine möglichst hohe Aussagekraft generiert. Entferne überflüssige bzw. tote Seiten.
- Gliedere deine Texte mit spannenden (Zwischen-) Überschriften und passenden Formatierungen, um ihnen visuelle Struktur und Hierarchie zu geben.
- Vermeide doppelte Inhalte. Das verwirrt Suchmaschinen sowie Benutzer und kann im schlimmsten Fall zu Abstrafungen führen.



Platz für deine Notizen:



Herausgeber:

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG

Fraunhoferstraße 6 | 83059 Kolbermoor

Telefon: 0800 / 473288-33 oder +49 (0) 8031 / 58084-99

Telefax: 0800 / 473288-34 E-Mail: info@seo-kueche.de

Wir freuen uns auf Sie!



Bildnachweis:

Luigi Giordano & Alphaspire (Fotolia.com)



www.seo-kueche.de