



P R E S S E M I T T E I L U N G

Frische Tipps für die Suchmaschinenoptimierung

Rekordmarke zeigt, wie Website-Betreiber redaktionelle Inhalte Google-gerecht gestalten

Leipzig, im September 2019 – Stellschrauben gibt es bei der Suchmaschinenoptimierung (SEO) viele: Die Qualität des Inhalts, die ansprechende Darstellung und eine technisch saubere Umsetzung sind wichtig für eine gute Auffindbarkeit. Auch die Anzahl von internen und externen Verlinkungen auf die Seite inklusive Social Media Erwähnungen gilt es zu optimieren. Die Experten von rekordmarke haben aktuelle Tipps zusammengestellt, mit denen Website-Betreiber ihre Texte aufbereiten können, um nachhaltig die Pole Position zu besetzen. Mit der bereitgestellten Checkliste lässt sich zudem schnell überprüfen, wo Optimierungspotenzial besteht.

53.000 Suchanfragen landen allein bei Google - pro Sekunde. Dabei klicken die meisten Suchenden fast ausschließlich auf die Ergebnisse der ersten Seite. Entsprechend groß ist der Run auf die vordersten Plätze. Auf der anderen Seite wollen Suchmaschinen dem Nutzer so exakt wie möglich zeigen, wonach er sucht. „Daher müssen Website-Betreiber ihre Inhalte ansprechend aufbereiten – denn nur Seiten, die dem Nutzer gefallen, werden auch langfristig von der Suchmaschine empfohlen“, erklärt Diana Haufe, Senior Digital Marketing Managerin bei rekordmarke. „Es gibt eine Fülle an Maßnahmen. Ein gutes Beispiel sind Texte: Sie kommen direkt beim Nutzer an. So können sich Betreiber, die ihre redaktionelle Qualität optimieren, nachhaltig positionieren.“

Keywordrecherche durchführen

Bei der Suche nach den treffendsten Keywords helfen Fragen wie diese: Wonach suchen meine Kunden online? Welche Phrasen oder Wortgruppen geben sie in die Suchmaschine ein? In einer Themen-Mindmap lassen sich relevante Keywords nach Themen sortiert zu einem inspirierenden Überblick zusammenstellen.

Fokus-Keywords auswählen

Fokus-Keywords sind nicht zwingend die mit dem höchsten Suchvolumen, sondern jene, die das Angebot besonders gut beschreiben. Ein Beispiel: Der Begriff „Rucksack“ wird zwar häufig gesucht, ist aber sehr allgemein. Ein Longtail-Keyword dagegen, also ein aneinandergereihter Begriff wie „Rucksack mit Trinksystem“, wird zwar seltener gesucht, erfüllt aber die Erwartungen der Nutzer im hohen Maße und ist damit ein Fokus-Keyword.

Typisches Nutzerbedürfnis analysieren

Um die Qualität der Seite einzuschätzen, ist es wichtig, dass das Nutzerbedürfnis erkannt wird und die passenden Antworten auf die Nutzerfragen geliefert werden.

Überschriften logisch gestalten

Versteckspielen ist keine Option: Website-Besucher wollen Informationen schnell finden. Hier hilft eine saubere Struktur bei den Überschriften. Sie sollten logisch aufgebaut sein und zudem auch gleich die wichtigsten Keywords enthalten.

Texte sinnvoll gestalten

Ein Text sollte aktuell sein und die Keywords gleich am Anfang platziert werden. Eine durchdachte Strukturierung mit Absätzen, Aufzählungen, Fettungen und Zwischen-Überschriften macht den Text lesbar. Außerdem sollte er eine Handlungsaufforderung (CTA) enthalten oder eine interne Verlinkung.

Mit Bildern arbeiten

Nicht nur im eCommerce haben Bilder einen entscheidenden Einfluss auf den Erfolg einer Website. Sie sollten komprimiert in einem standardisierten Format (bevorzugt jpg.) eingesetzt werden. Rekordmarke empfiehlt, Keywords im Dateinamen, bildumgebenden Text, Alt-Tag und Bildtitel bzw. der Bild-Unterschrift zu platzieren.

Mit optimierten Texten sind Website-Betreiber bereit für den Marathon um die vordersten Plätze bei den Suchmaschinen.

Die Agentur rekordmarke gibt auf ihrer Website weitere Tipps für nachhaltiges SEO und bietet eine Checkliste für SEO-Texte zum kostenlosen Download an:

<https://www.rekordmarke.de/blog/seo-guide/>

Weitere Infos zu rekordmarke sind unter folgendem Link abrufbar:
<https://www.rekordmarke.de>

Über rekordmarke

Rekordmarke hat sich auf nachhaltiges Digital Brand Performance Marketing spezialisiert. Im Fokus steht die enge Verknüpfung aus strategischer Markenführung und digitaler Performance für innovative Marken. Das Leistungsspektrum reicht von der Online Marketing Strategie über das Kampagnenmanagement bis hin zum Controlling und Reporting. Hierüber werden die e-Commerce-Umsätze der Kunden performant und nachhaltig entwickelt, passgenaue Kundenkontakte generiert und höchstmögliche Markenbekanntheit erreicht. Als Marketing as a Service Agentur integriert rekordmarke erfolgsabhängige Komponenten und bietet darüber hinaus auch Online Marketing Beratung und Coachings an. Die Experten von rekordmarke engagieren sich für den Nachwuchs und leiten als Dozenten diverse Kurse an Akademien. Rekordmarke ist seit 2016 als eigene Marke der mellowmessage GmbH aktiv und Teil eines starken Netzwerks.

Unternehmenskontakt:

Claudia Baacke
rekordmarke – eine Marke der mellowmessage GmbH
Härtelstr. 27
04107 Leipzig
E-Mail: claudia.baacke@rekordmarke.de
Tel: 0341 – 140 655 – 26

Pressekontakt:

Andrea Weinholz
Weinholz Kommunikation
Plinganserstr. 59
81369 München
E-Mail: a.weinholz@profil-marketing.com
Tel: 089 -24 24 16 95