

Die häufigsten Fehler bei der Content-Erstellung

Best-Practice Tipps für mehr Performance



ONLINE **SOLUTIONS** GROUP®
Your Link to Success.





Director SEO: Diana Karcz

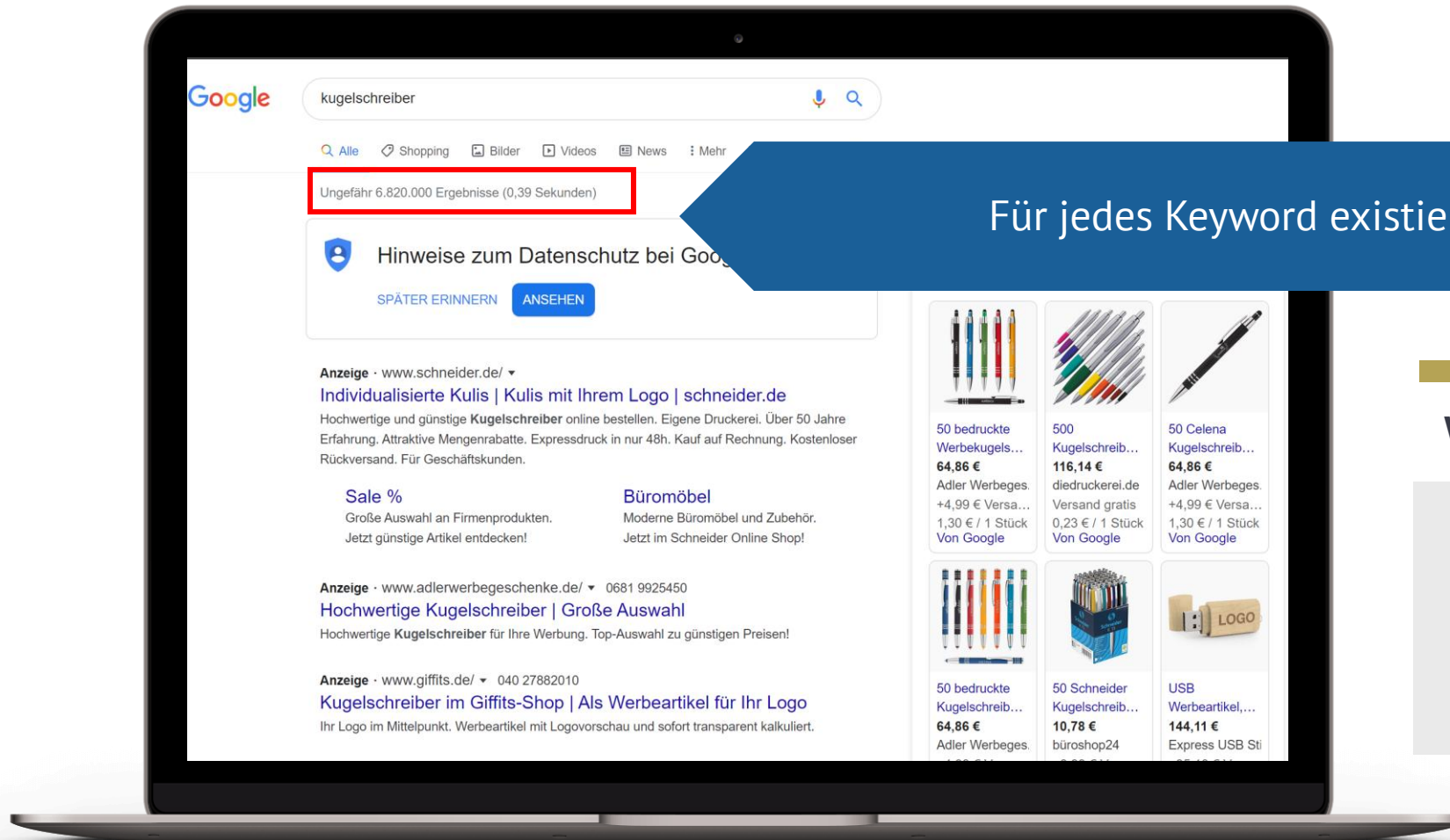
Unser **Director SEO** Diana Karcz ist seit 2012 bei der OSG tätig. Gemeinsam mit ihrem Team betreut sie die Kunden in der Suchmaschinenoptimierung.

Director SEO	Diana Karcz
Bei der OSG seit	2012
Ausbildung	Studium Germanistik und Informatik
Aufgabenbereiche	Leitung der Abteilung und des Teams, Weiterentwicklung des SEO Bereichs, Kunden-Workshops & interne Schulungen
Betreute Kanäle	SEO (Content Marketing, Offpage, Onsite-Optimierung, Technik), Usability, SEO/SEA Synergien
Kontakt	Mail: dk@onlinesolutionsgroup.de LinkedIn: www.linkedin.com Tel: +49 089 522 766 120

CONTENT is *KING*

– und wird nicht wie ein König behandelt

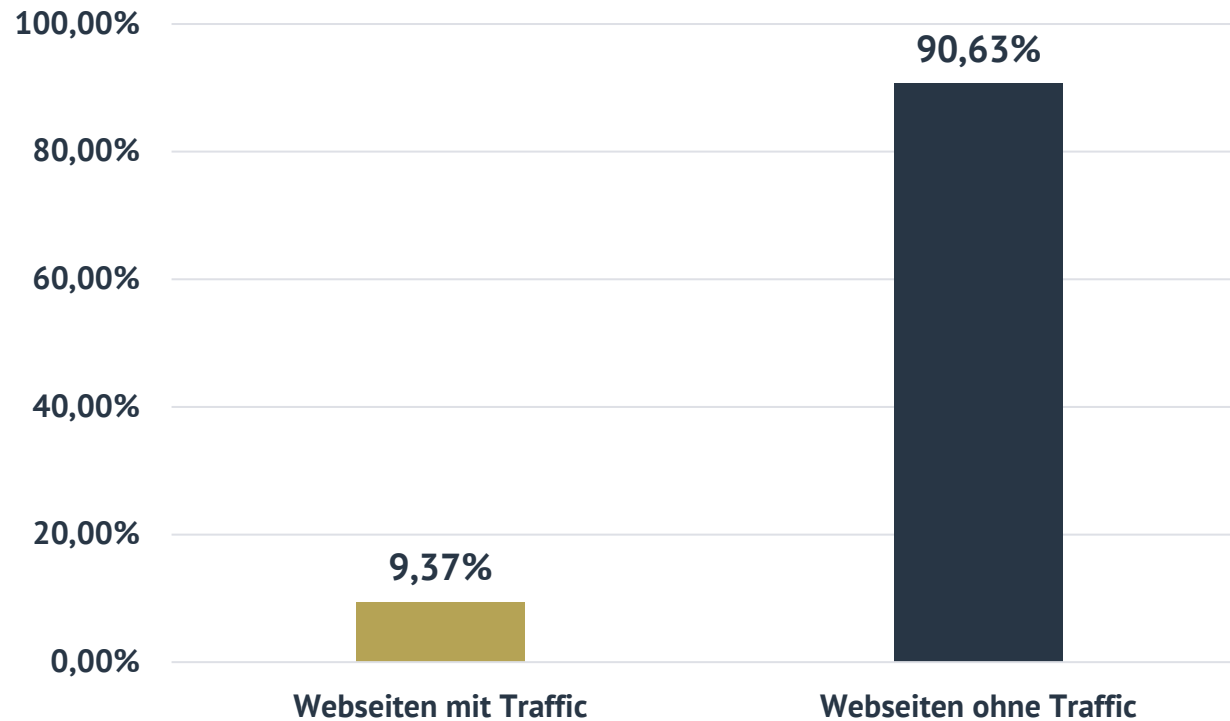
FAST JEDER MACHT „ETWAS“ MIT CONTENT



Für jedes Keyword existieren viele Millionen Seiten

WIE SETZT MAN SICH DURCH?

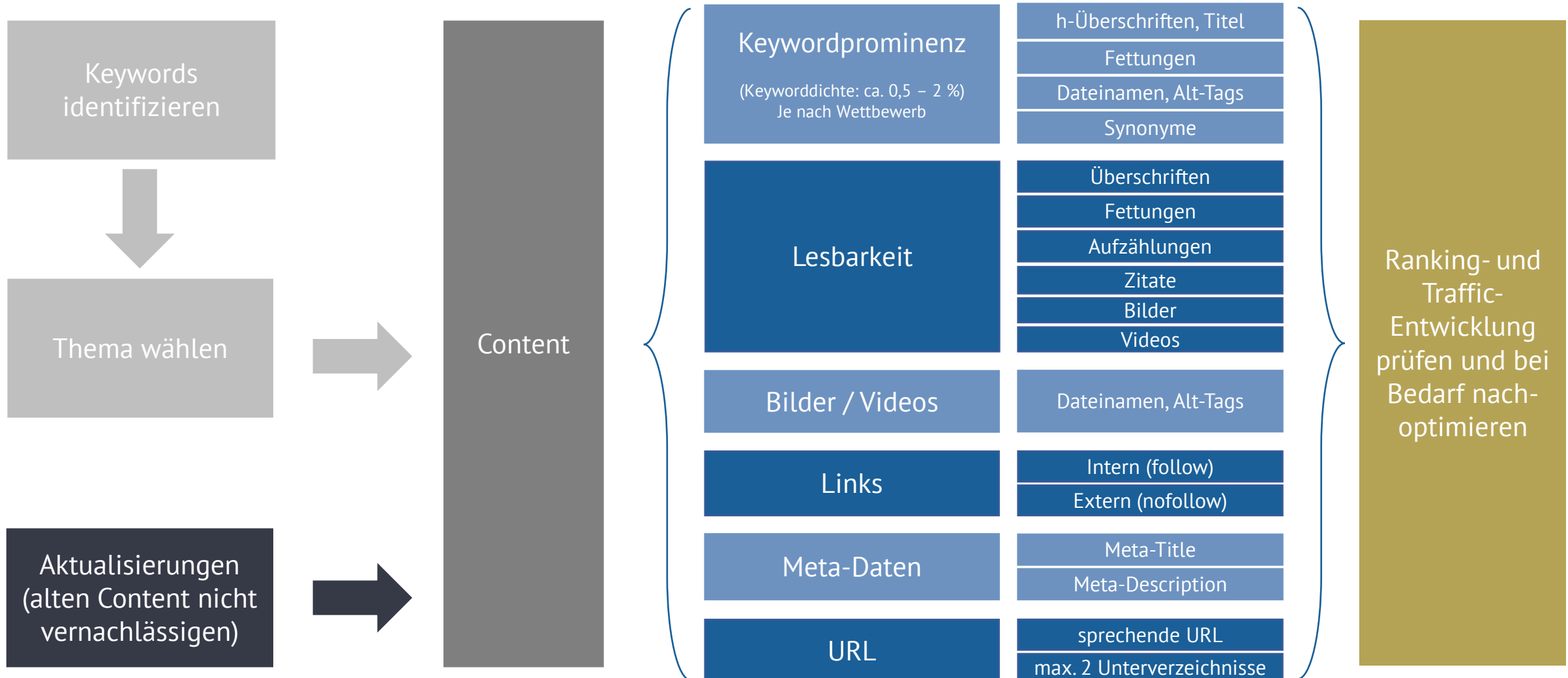
- Nicht durch Mittelmäßigkeit!
- Damit es für die Top10 bei Google reicht, muss alles stimmen!



**ÜBER 90 % DER WEBSEITEN
ERHALTEN KEINEN
ORGANISCHEN TRAFFIC
ÜBER GOOGLE**

(Quelle: Ahrefs)

BASICS: “WAS ALLES IRGENDWIE RELEVANT IST”





BASICS REICHEN NICHT...

- Es gibt viele gute Content-Ratgeber im Internet
- Basics wie Keyword wählen, Meta Daten optimieren, Keyword in der URL nutzen usw. sind natürlich wichtig und die Basis... nur das reicht heute nicht mehr
- Der Content-Prozess muss data-driven und iterativ sein. Viele Redakteure haben aber keinen Zugang zu aktuellen Daten!

DIE PROBLEME: OFT STRUKURELL

PROZESS

- Meistens gibt es keinen richtigen Prozess für die Content Erstellung
- Häufig wird kein Keyword-Research betrieben
- Es wird nicht geprüft, ob es schon Rankings für das Keyword gibt
- Es gibt keine Erfolgskontrolle, was die Texte gebracht haben

CHECKS & KRITERIEN

- Häufig erstellt jeder Texter seine Texte, wie er meint
- Es fehlen korrekte Vorgaben z. B. zur Länge, Keyword-Dichte, Erfolgsmessung, usw.
- Alleine beim Texten sind 50–100 SEO-Kriterien zu berücksichtigen. Ohne Tool ist das nicht stemmbar.

STRUKTUR

- In den meisten Fällen werden die Texte als Wordfile irgendwo abgelegt. Ein zentraler Content-Pool fehlt. Nachträgliche Optimierungen und Checks sind so nicht möglich
- Texte werden via Word-File hin und her gesendet
- Meistens findet keine Erfolgskontrolle statt

Fehler #1:

Word nutzen.

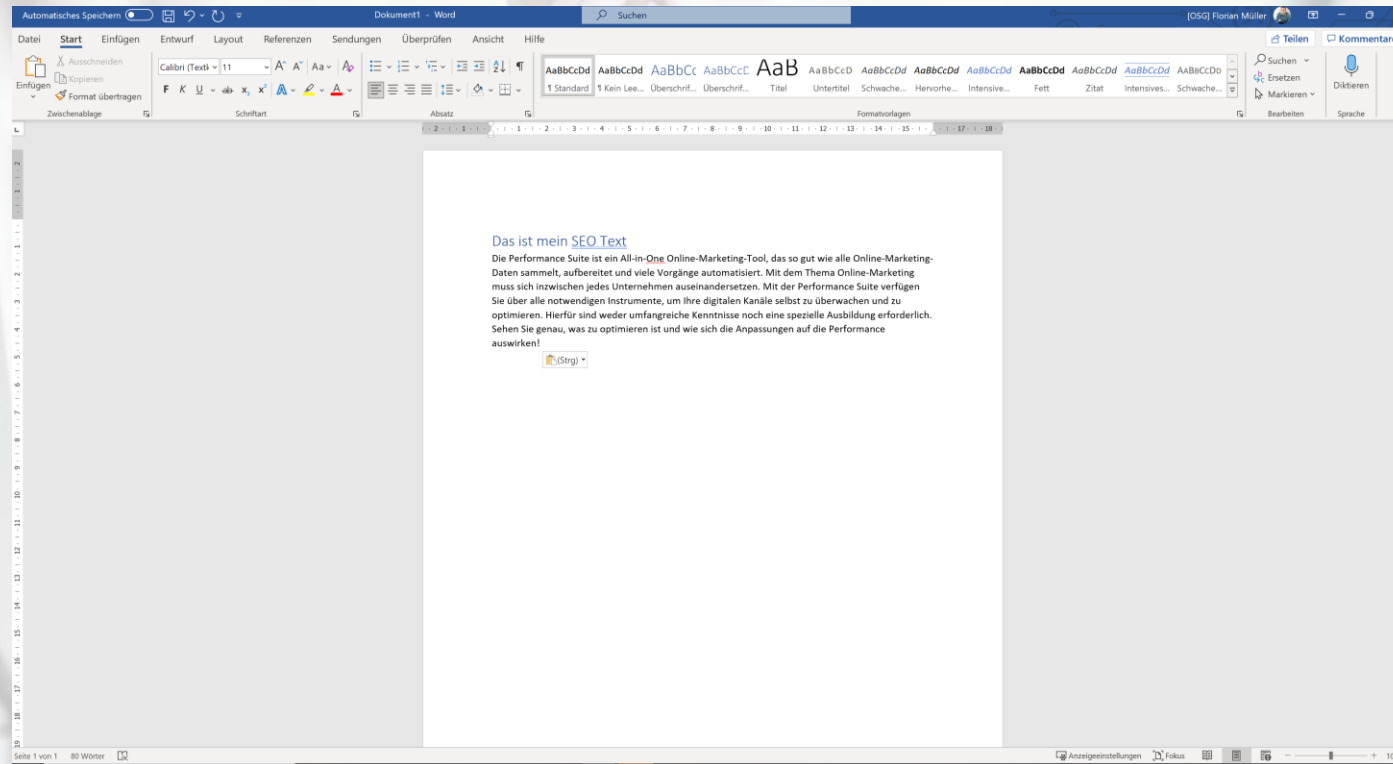


ONLINE SOLUTIONS GROUP®
Your Link to Success.

BEST PRACTICE CONTENT

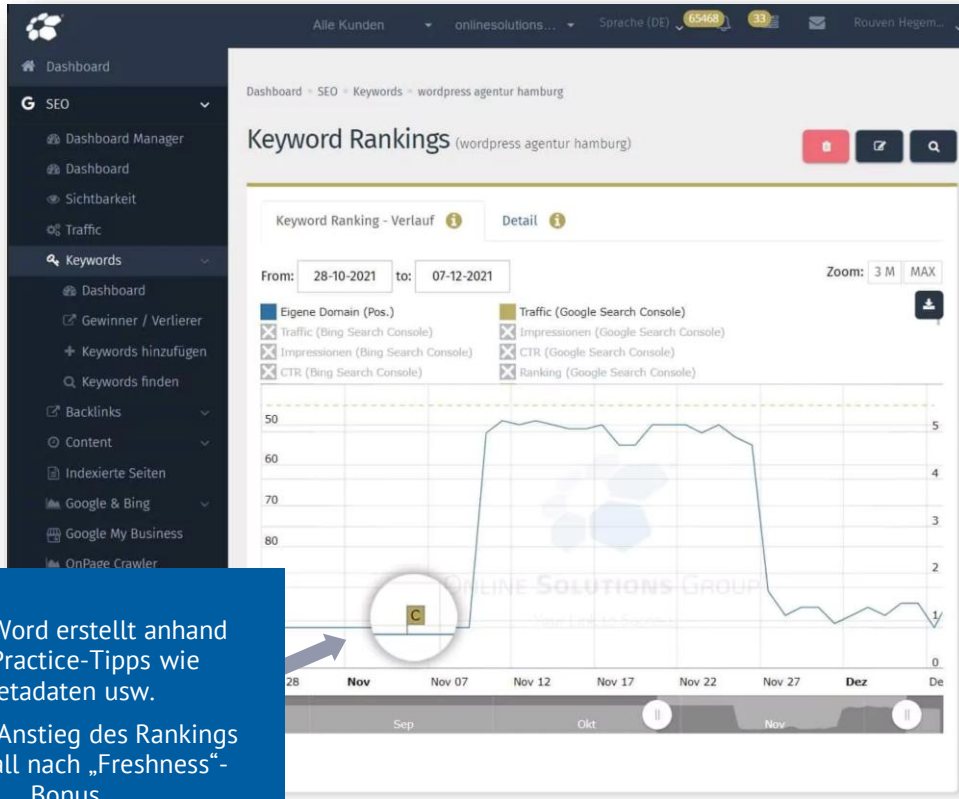
WORD

Die meisten Firmen erstellen ihre Texte einfach mit Word. Das ist antiquiert und ermöglicht keinerlei automatisierte Checks. Nur selten werden moderne Content-Tools eingesetzt, diese sind aber wiederum so gut wie nie mit SEO-Tools verbunden.



A/B-TEST: WAS RANKT BESSER?

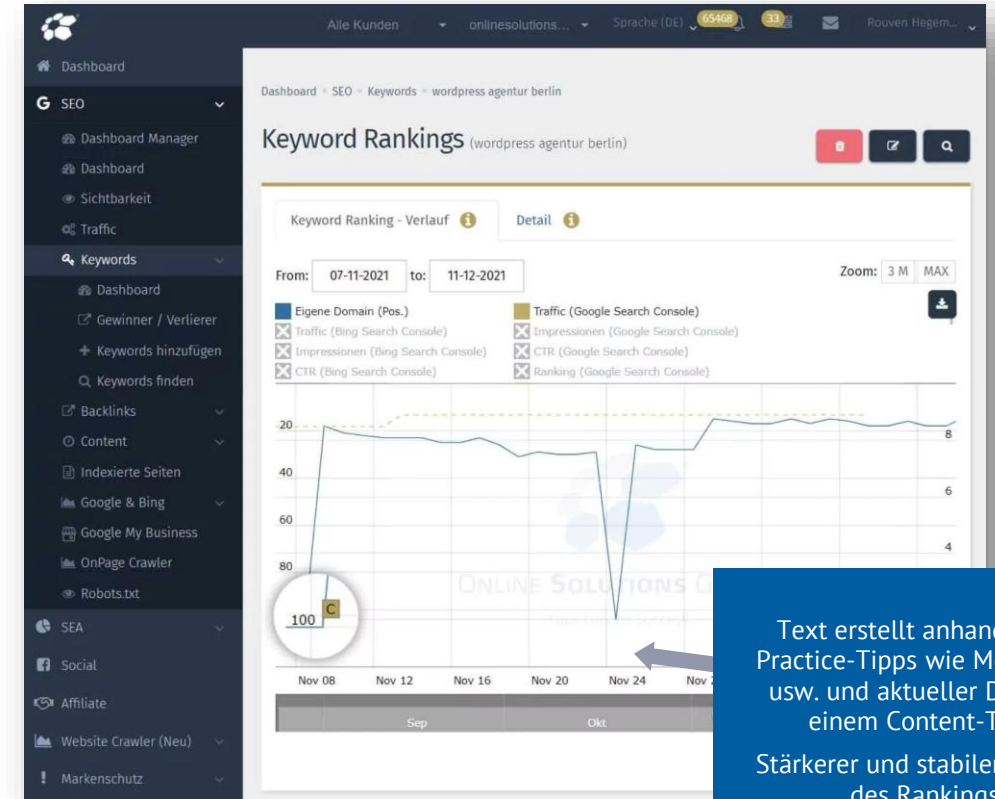
Beide Texte wurden zu Testzwecken von demselben professionellen Redakteur erstellt, der langjährige Erfahrung mit Content-Erstellung hat.



Text in Word erstellt anhand Best-Practice-Tipps wie Metadaten usw.

Geringer Anstieg des Rankings und Abfall nach „Freshness“-Bonus

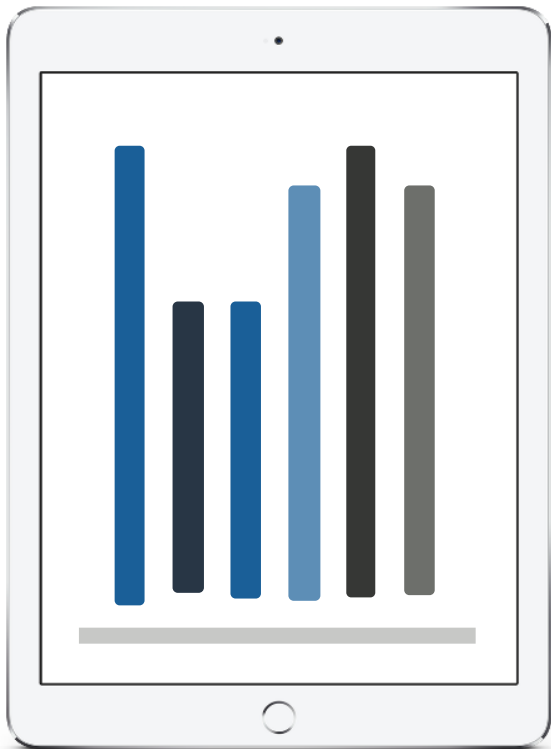
- Keyword: wordpress agentur hamburg
- Suchvolumen 170
- Veröffentlicht: 05.11.21



Text erstellt anhand Best-Practice-Tipps wie Metadaten usw. und aktueller Daten in einem Content-Tool.

Stärkerer und stabiler Anstieg des Rankings

- Keyword: wordpress agentur berlin
- Suchvolumen 390
- Veröffentlicht: 08.11.21



ERGEBNISSE

- Der Text wurde 5x schneller gerankt
- Der Text erzielte bis zu 60 % höhere Platzierungen
- Das Ranking ist beständig
- 300 % mehr Impressionen, d. h. eine Vervierfachung
- Zum Nachlesen: [Content Tool vs. Word](#)

Fehler #2:

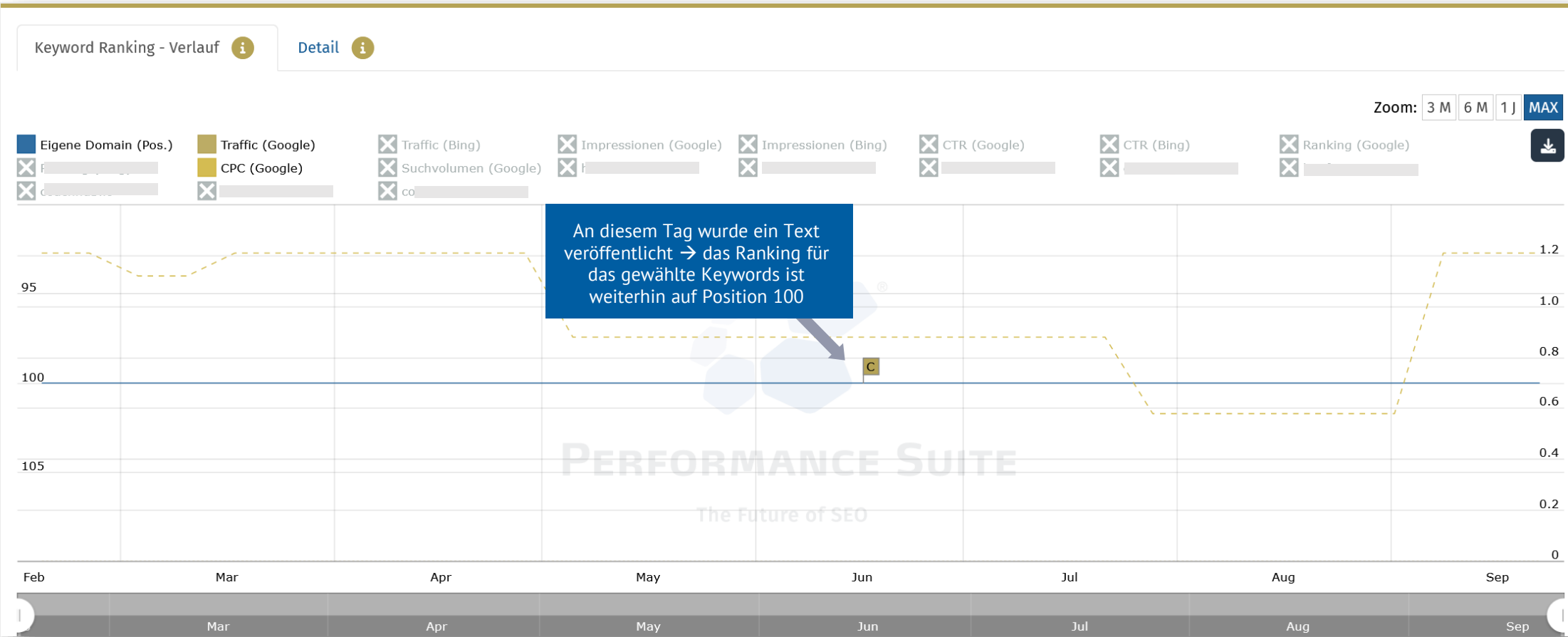
Keine Keyword-Recherche/
Die falschen Keywords.



ONLINE SOLUTIONS GROUP®
Your Link to Success.

KEYWORDAUSWAHL

AUS DER PRAXIS



AUS DER PRAXIS

Unpassende Keywords, Nutzer-Intention nicht berücksichtigt

Datum der Veröffentlichung	Autor	Titel	URL	Bereich	Keywords
23.08.2022	Herr Mustermann	Flexible Arbeitszeitmodelle: 4-Tage vs. 42	https://www.domain.com/flexible-arbeitszeit	News	flexible arbeitszeitmodelle
11.08.2022	Herr Mustermann	Employer Branding: Die eigene Arbeitgeb	https://www.domain.com/employer-branding	News	employer branding
10.08.2022	Herr Mustermann	Der innere Kompass: Orientierung im Lea	https://www.domain.com/innere-kompass-o	News	innere kompass
09.08.2022	Herr Mustermann	Empowerment im Leadership - Mitarbeite	https://www.domain.com/empowerment-im	News	empowerment im leadership
08.08.2022	Herr Mustermann	Die Red-Queen-Hypothese: Ist das der Erf	https://www.domain.com/die-red-queen-hyp	News	red-queen-hypothese
05.08.2022	Herr Mustermann	Online-Coaching für Führungskräfte	https://www.domain.com/online-coaching-fu	News	online-coaching
04.08.2022	Herr Mustermann	Führungskräfte-Coaching: So profitierst D	https://www.domain.com/fuehrungskraefte-	News	führungskräfte-coaching
03.08.2022	Herr Mustermann	Über die Kunst des Delegierens: Was Leac	https://www.domain.com/ueber-die-kunst-d	News	delegieren
01.08.2022	Herr Mustermann	Wann lohnt ein situativer Führungsstil?	https://www.domain.com/wann-lohnt-ein-sit	News	situativer führungsstil
29.07.2022	Herr Mustermann	So stärken Führungskräfte die Innovation	https://www.domain.com/so-staerken-fuehr	News	innovationskraft,
25.07.2022	Herr Mustermann	Digitale Kommunikation für die erfolgreic	https://www.domain.com/digitale-kommunik	News	digitale kommunikation, kommunikation
22.07.2022	Herr Mustermann	Feedback für Veränderung: Das steckt hir	https://www.domain.com/feedback-fuer-ver	News	change management, lean change management
20.07.2022	Herr Mustermann	Das pyramidale Prinzip für die perfekte Pr	https://www.domain.com/das-pyramidale-pr	News	pyramidale prinzip
04.07.2022	Herr Mustermann	Führung in der Krise: So baust Du Dein Te	https://www.domain.com/fuehrung-in-der-k	News	führung in der krise
23.06.2022	Herr Mustermann	Social Media für Führungskräfte: So geling	https://www.domain.com/social-media-fuer-	News	social media
17.06.2022	Herr Mustermann	Zeitfresser Meeting: So befreist Du Dich v	https://www.domain.com/so-befreist-du-dic	Ratgeber-Text	meeting
15.06.2022	Herr Mustermann	Der Open Space: So schaffst Du eine effel	https://www.domain.com/open-space-eine-e	News	open space
09.06.2022	Herr Mustermann	Future Skills: Diese Kompetenzen sind in c	https://www.domain.com/diese-future-skills-	News	skills
08.06.2022	Herr Mustermann	Business Yoga: Teambuilding durch Entsp	https://www.domain.com/business-yoga-tea	News	business-yoga
07.06.2022	Herr Mustermann	Team-Management: Wie gute Leader heu	https://www.domain.com/team-managemen	News	team-management

GOOGLE ZEIGT GANZ ANDERE ERGEBNISSE

Google meeting

Ungefähr 5.420.000.000 Ergebnisse (0,53 Sekunden)

Englisch Deutsch

meeting treffen

Übersetzungen von meeting

Substantiv

die Sitzung
meeting, session, sitting, caucus

das Treffen
meeting, encounter, reunion, assignation

das Meeting
meeting

Mehr anzeigen

Ähnliche Fragen

- Was ist ein Team Meeting?
- Ist Meeting ein deutsches Wort?
- Was heißt meet auf Deutsch?
- Was ist wichtig für ein Meeting?

https://meet.google.com/ - Diese Seite übersetzen

Meet

Real-time meetings by Google. Using your browser, share your video, desktop, and presentations with teammates and customers.

Google Duo - Google Meet Help - Android - Google Meet Help - Use breakout rooms

https://dict.leo.org/ - english-deutsch - meeting

meeting - LEO: Übersetzung im Englisch - Deutsch Wörterbuch

Google skills

Ungefähr 3.740.000.000 Ergebnisse (0,37 Sekunden)

Englisch Deutsch

skills Fähigkeiten

Ähnliche Fragen

- Was versteht man unter einem Skill?
- Was sind Skills Beispiele?
- Was gibt es alles für Skills?
- Was sind die wichtigsten Skills?

https://www.jobteaser.com/ - advices - 422-soft-skills-m...

Soft Skills - Meine Liste zum Überblick! - JobTeaser

08.12.2021 — Dazu zählen: Einfühlungsvermögen und Empathie, Menschenkenntnis, Umgangsstil und Umgangston, Kommunikationsfähigkeit, Teamfähigkeit, ...

https://www.berufsstrategie.de/ - soft-skills-definition-ha...

Definition Soft Skills / Hard Skills - Berufsstrategie.de

Soft Skills, oder auch weiche Faktoren genannt, sind außerfachliche bzw. fachübergreifende Kompetenzen. Während Hard Skills bzw. harte Faktoren ...

https://www.brunel.net/ - de-at - karriere-lexikon - soft-...

Soft Skills | Gute Übersicht wichtiger Eigenschaften - Brunel

Beispiele für Soft Skills: - 1. Soziale Kompetenz: Hierzu zählen Fähigkeiten und Persönlichkeitseigenschaften, die die Interaktion und Kommunikation mit anderen ...

Bilder zu skills

resume skills resume examples hard skills

Google online coaching

Ungefähr 849.000.000 Ergebnisse (0,49 Sekunden)

Anzeige - https://www.coachhub.com/

Die führende Coachingplattform - Online coaching platform

CoachHub ist die führende Talententwicklungsplattform mit 3500 zertifizierten **Coaches**. CoachHub ist Die Führende Globale Talententwicklungsplattform Für Die Es Unternehmen. [Coach werden](#) · [Führungskräfte-Coaching](#) · [Coaching-Plattform](#) · [Über CoachHub Academy](#)

Anzeige - https://www.copemember.com/

6 Monate kostenlos* - Du sparst 402 € - Dein Mitgliederbereich

Dieses Angebot gilt nur für kurze Zeit. Jetzt kostenlose Demo anfordern und durchstarten. Starte heute deinen einzigartigen Mitgliederbereich. Jetzt Angebot sichern und loslegen. Intuitive Bedienung, E-Signature Feature, Einfacher Verkauf. Mehrere Sprachen. White Label. [Preise](#) · [6 Monate kostenlos*](#) · [CopeCart Vendor werden](#)

Anzeige - https://www.coachkai.de/ - 089 45228580

Dein Life Coach in München - Mehr Klarheit und Energie

Erfahrener Life **Coach** hilft Dir, Probleme zu lösen und Antworten zu finden. Besuche die Seite von **Coach Kai** und informiere Dich über die Möglichkeiten. Kontaktformular verfügbar, Tipps vorhanden. Kostenfreies Vorgespräch. [Anfrage Senden](#) · [Meine Kosten](#) · [Dein Coach](#)

https://www.coaching-magazin.de/ - Themen -

Online-Coaching & virtuelles Coaching - Coaching-Magazin

Denn **Online-Coaching** hat viele Vorzüge – sowohl für Klienten als auch für Coaches. Räumliche Distanzen werden überwunden, die terminliche Planung ist flexibler ...

Ähnliche Fragen

- Was kosten Online Coaching?
- Was macht ein Online Coach?
- Was kostet ein gutes Coaching?
- Wie viel kostet eine Stunde Coaching?

https://dieonlinecoaches.com/

Die Online Coaches: Professionelles Online-Coaching

Professionelles **Online-Coaching** für Unternehmen, Organisationen und Privatpersonen - das Netzwerk erfahrener **Online Coaches**.



STOLPERFALLE BLOG

Gerade bei Blogs werden Artikel häufig rein auf Themen ausgerichtet. Eine Keyword-Analyse wird oftmals nicht gemacht. Ohne Analyse erstellen Sie Content nur auf gut Glück. Würden Sie Marketingkampagnen ohne Persona-Analyse betreiben oder ein Produkt entwickeln, wovon Sie nicht wissen, ob es nachgefragt ist?

- Sie nehmen das erstbeste Keyword, das Ihnen im Brainstorming einfällt.
- Der Online-Text wird wie ein Offline-Text geschrieben.
- Der Text ist nicht holistisch: Sie schreiben über ein Thema, ohne zu prüfen, ob verwandte Suchbegriffe oder ähnliche Schreibweisen verwendet werden.

KEYWORD PRÜFEN: AUSGANGSFRAGEN

?	Unter welchen Suchbegriffen möchte ich in den Suchmaschinen gefunden werden?
?	Wie häufig wird ein bestimmtes Keyword gesucht? (Suchvolumen)
?	Welche Nutzerintention verbirgt sich hinter einem Keyword?
?	Wenn ich für das Wunsch-Keyword auf Platz 1 stehe, bekomme ich dann das, was ich möchte? Anfragen, Umsatz, Traffic?

KEYWORDS PRÜFEN

KEYWORDAUSWAHL

Wichtig ist auch: Was biete ich an? Wen will ich ansprechen?

Wenn nur gebrauchte Laptops verkauft werden, lohnt es sich zum Beispiel nicht, auf generische Keywords wie „laptop“ zu optimieren.

Text erstellen ⓘ

Wählen Sie die Keywords für Ihren Text aus. Achten Sie besonders auf Keywords mit hohem Suchvolumen, weil Sie dadurch Ihre Reichweite erhöhen. Die Performance Suite schlägt Ihnen zahlreiche passende Keywords vor, die Sie hinzufügen können. Ergänzen Sie auch möglichst viele weitere Keywords. Somit erfahren Sie schon durch die Vorschläge, welche Themenbereiche für den User relevant sind. Außerdem decken Sie eine größere Bandbreite an Schreibweisen und Keywordkombinationen ab.

Textname ⓘ

refurbished notebook

Textart ⓘ

Shop-Kategorie-Text

Text aus einer URL übernehmen ⓘ

Gibt es Probleme beim Import? Schicken Sie gerne einen Screenshot. Wir werden das Problem analysieren und Ihnen eine Lösung vorschlagen. Lassen Sie den Import gerne für Sie an und helfen Ihnen schnellstmöglich weiter!

Keywords (ENTER drücken nach jedem Keyword) ⓘ

× laptop (246000) × laptops (246000) × notebook (74000) × notebooks gebraucht (1900)

Keywords Location ⓘ

Munich, Bavaria, Germany

TEXT PLANEN **TEXT ERSTELLEN**

Keyword Vorschläge

laptop laptops notebook notebooks gebraucht

#	Keyword	Suchvolumen	Mitbewerber	
538	macbook	165000	1	HINZUFÜGEN
105	chromebook	90500	1	HINZUFÜGEN
374	laptop gaming	90500	1	HINZUFÜGEN
385	laptop kaufen	60500	1	HINZUFÜGEN
477	lenovo thinkpad	49500	1	HINZUFÜGEN
535	mac book air m1	49500	1	HINZUFÜGEN
368	laptop angebote	27100	1	HINZUFÜGEN
645	thinkpad	27100	1	HINZUFÜGEN

Brainstorming → Für welche Keywords möchte ich ranken?

Werden die Keywords überhaupt gesucht?

Vorschläge für alle Begriffe → Passen diese zu meinem Angebot?

Fehler #3:

Nutzer-Intention missachten
und falsche Content-Art
wählen.



ONLINE SOLUTIONS GROUP®
Your Link to Success.

SUCHMUSTER

INFORMATIONSORIENTIERT

User möchte Informationen

- *Betriebsrat Wahlverfahren*
- *Fristen im Studium*
- *Mallorca Immobilien Preise*
- *Brasilien Rundreise*
- *Empfehlungen*
- *Relaunch Checkliste*
- *Hunderassen*

Oft auch Keywords mit „Anleitung“, „How to“ usw.

NAVIGATIONSORIENTIERT

User möchte eine bestimmte Seite aufrufen

- *Facebook*
- *Sparkasse Login*
- *Mein ifb*

TRANSAKTIONSORIENTIERT

User hat eine Kaufabsicht

- *Content Seminar*
 - *Hundeversicherung*
vergleichen
 - *Süddeutsche abonnieren*
 - *Günstiger Handyvertrag*
 - *Stiefelletten (online) kaufen*
- Oft auch Keywords mit „Vergleichen“, „Test“, „Kaufen“, „Beste“*

BRAND

User sucht nach einer bestimmten Marke

- *Amazon*
- *Zalando*
- *Zalando Schuhe*

GENERISCH

Nutzerintention oft noch unklar, meist Erst-Recherche

- *Studium*
- *Tablet*
- *Bachelorarbeit*

Hinter jeder Suchanfrage steckt eine bestimmte Absicht (*Nutzerintention/Search Intent*). User erwartet ein bestimmtes Ergebnis.

Aber: Intention nicht immer sofort ersichtlich. Google ist jedoch sehr daran interessiert, die Intention zu befriedigen.

KLARE NUTZER INTENTION

NUTZERINTENTION!

Bei vielen Keywords weiß Google anhand der Historie, was ein User wahrscheinlich erwartet → Contentarten hierauf ausrichten

Tipp: Shopping-Anzeigen sind ein Hinweis auf Transaktion

Google inbound marketing

Ungefähr 80.400.000 Ergebnisse (0,41 Sekunden)

<https://www.hubspot.de> > inbound-marketing ▾
Was ist Inbound-Marketing? | HubSpot
 Beim **Inbound-Marketing** geht es darum, potenzielle Kunden mit relevanten und hilfreichen Inhalten auf Ihr Unternehmen aufmerksam zu machen und ihnen über das ...

Was ist die Inbound-Methodik? ▾
 Was sind die Phasen der Inbound-Methodik? ▾

Ähnliche Fragen

Was gehört alles zu Inbound Marketing? ▾
 Was zeichnet das Inbound Marketing aus? ▾
 Für wen eignet sich Inbound Marketing? ▾
 Was ist der Unterschied zwischen Inbound und Outbound? ▾

Feedback geben

<https://www.takeoffpr.com> > blog > was-ist-inbound-m... ▾
Was ist Inbound Marketing eigentlich? - TakeOffPR
Inbound Marketing ist ein digitaler Marketing Prozess, bei dem Unternehmen und Produkte von potentiellen Kunden im Internet gefunden und nicht durch ...
 22.06.2020 · Hochgeladen von takeoffpr

<https://de.wikipedia.org> > wiki > Inbound-Marketing ▾
Inbound-Marketing - Wikipedia
Inbound-Marketing (englisch inbound „eingehend“ oder "ankommend") ist eine Marketing-Methode, die darauf basiert, von potenziellen Kunden aktiv aufgesucht ...
 Methode · Traffic gewinnen · Marketing Automation und...

<https://www.textbroker.de> > inbound-marketing ▾
Was ist Inbound-Marketing? | Content Marketing Glossar
Inbound-Marketing bezeichnet Marketing-Aktivitäten im Online-Bereich, aufgrund derer Kunden ein Unternehmen finden. Die Bereitstellung von hochwertigem Content ...

<https://www.onlinemarketing-praxis.de> > Glossar ▾
Inbound-Marketing - Definition | Onlinemarketing-Praxis
Inbound-Marketing (engl. inbound „ankommend“) ist eine Marketingstrategie. Ziel ist es, mittels mehrwertigen Inhalten, Gratis-Tools, Checklisten etc., die ...

Shopping-Anzeige: Pützer's 842m Eau de Parfüm... 49,90 €

Google parfum

Ungefähr 1.290.000.000 Ergebnisse (0,92 Sekunden)

Anzeigen · parfum kaufen

Pützer's 842m Eau de Parfüm... 49,90 €	Eau de Cologne Jacadi 200ml ... 49,00 €	Moschino Fresh Couture Eau d... 52,49 €	CHANEL Bleu DE CHANEL... 57,95 €	CHANEL BLEU DE CHANEL... 117,89 €
Pützer's Kostenloser V... 49,90 €/100ml	Jacadi DE +5,90 € Versand	douglas.de Kostenloser V... 104,98 €/100ml	flaconi.de Kostenloser V... 115,90 €/100ml	Douglas.de Kostenloser V... 78,59 €/100ml
Von Google	Von Google	Von Decido	Von Klarna	Von Adferenc...

<https://www.flaconi.de> > parfum ▾
Parfum online kaufen | flaconi

Parfum ist eine Komposition aus verschiedenen Rohstoffen, destilliertem Wasser und reinem Alkohol. Alkohol besitzt keinen Eigengeruch und so sind es ...

Sophie Grojsman: Lancôme Trésor, Estée Lau... Jacques Polge: CHANEL Chance, CHANEL Co...
 Francis Kurkdjian: Jean Paul Gaultier Le Male, ...

Damenparfum · Freesien Parfum · Gourmand Parfum · Unisex Parfum

<https://www.douglas.de> > parfum
Parfum & Düfte online kaufen » für Sie & Ihn | DOUGLAS

Parfum kaufen im DOUGLAS Online-Shop - Entdecken Sie unsere große Vielfalt für Frauen & Männer.
 Parfum - Parfums und Düfte wirken auf unser Unterbewusstsein ...
 Damen Parfum · Oud-Parfum · Lacoste Parfum · Unisex-Parfum

UNKLARE NUTZER INTENTION

NUTZERINTENTION?

Wenn die Nutzerintention unklar ist, versucht Google, möglichst viele unterschiedliche Ergebnisse anzuzeigen.

The screenshot shows a Google search for the keyword "löwe". The search bar at the top displays "löwe" with a microphone icon and a search button. Below the search bar, navigation tabs for "Alle", "Bilder", "Videos", "News", "Shopping", "Mehr", "Einstellungen", and "Tools" are visible. The search results are categorized into several sections:

- Ungefähr 21.400.000 Ergebnisse (0,73 Sekunden):** This section lists the top results. The first result, "LOEWE – Premium Home Entertainment | TV & Heimkino", is highlighted with a red box. It includes the URL <https://www.loewe.tv> and a brief description: "Loewe steht für überragende Qualität und anspruchsvollstes Design made in Germany. Handmade und Hightech auf höchstem Niveau. OLED Technologie ...".
- Löwe – Wikipedia:** This section provides a brief overview of the lion (Panthera leo), its habitat, and its classification. It also lists related terms like "Amerikanischer Löwe", "Mosbacher Löwe", "Löwe (Sternbild)", and "Nemeischer Löwe".
- Videos:** This section displays three video thumbnails. The first video, "Jäger posieren vor totem Löwen – aber ihre Tat bleibt nicht ungestraft", is from Focus and dated "vor 5 Tagen". The second video, "Äthiopien: Schutzprogramm für Löwen | Global 3000", is from DW Deutsch and dated "12.05.2014". The third video, "Löwe | Ich kenne ein Tier | SWR Kindernetz", is from SWR Kindernetz and dated "14.07.2018".
- Bayerischer Löwe – Wikipedia:** This section provides information about the Bavarian Lion, a symbol of the state of Bavaria. It is highlighted with a red box.
- Löwe - Sternzeichen Löwe Typische Charaktereigenschaften:** This section provides information about the zodiac sign Leo. It is highlighted with a red box.
- Ergebnisse für:** This section shows results for "Loewe Technologies (Unternehmen)", including its location (Kronach) and founding year (1923). It is highlighted with a red box.

On the right side of the search results, there is a large image of a lion's head, followed by a grid of smaller images of lions. Below the images, the word "Löwe" is displayed, followed by the word "Tiere". A brief description of the lion is provided, along with its scientific name (Panthera leo) and family (Felidae). A "Feedback geben" button is located at the bottom right of the page.

NUTZER INTENTION PRÜFEN

Welche Contenart-Arten ranken Für mein Keyword?

Transaktionsorientierte
Inhalte

#	Url	Δ	Title	Description	Wortanzahl (Erste Abfrage)	Wortanzahl (Letzte Abfrage)	Ladezeit (Sekunden)	Link Power
1	https://www.warema.com/de-de/markise/	▲ +3	Markise nach Maß vom Marktführer - Made in Germany	WAREMA Basis-Markisen sind ein dezenter Sonnenschutz mit kleinen Führungsschienen oder filigraner Seilführung für senkrechte Fassaden und mittelgroße ...	2.727 (19.04.)	2.727 (05.05.)	0.26	44
2	https://www.rollorieper.de/markise.html	▲ +1	Markisen nach Maß > Online konfigurieren & günstig kaufen	Eine Markise ist eine Gestell-Konstruktion, die mit Stoff bespannt ist und die als Schutz dient. Sie dient unter anderem als Sonnenschutz, als Wärmeschutz, als ...	5.536 (19.04.)	5.536 (05.05.)	1.46	38
3	https://www.obl.de/markisen-sonnenschutz/markisen/...	▼ -1	OBI.de - Markisen online kaufen bei OBI	Markisen bequem von zu Hause online bestellen ✓ Markisen & Sonnenschutz finden Sie online und in Ihrem OBI Markt vor Ort ✓ OBI - alles für Heim, Haus, ...	2.239 (19.04.)	2.179 (05.05.)	0.81	52
4	https://www.hornbach.de/shop/Markisen/S1980/artike...	▲ +1	Markisen online bei HORNBACH	Oder eine Gelenkarmmarkise, Fallarmmarkise oder mobile Markise? Welche Farbe soll Ihr neuer Sonnenschutz haben? Und welche Größe benötigen Sie für Ihren Balkon ...	1.453 (19.04.)	1.453 (05.05.)	0.17	60
5	https://www.jalousiescout.de/Markisen	▼ -4	verschiedene Markisentypen » Markisen kaufen - Jalousiescout	Eine Markise dient als Sonnen-, Wärme-, Blend- und Sichtschutz und ist ein selbstverständlicher Bestandteil unseres täglichen Lebens.	4.782 (19.04.)	4.774 (05.05.)	1.48	28
6	https://www.empasa.de/Markise/	+0	Markisen als Sicht- und Sonnenschutz online kaufen	Das Markisentuch ist der Blickfänger einer Markise. Natürlich dient es in erster Linie als UV- und Blendschutz, da die Strahlung reflektiert und zum Teil ...	4.910 (19.04.)	4.919 (05.05.)	1.36	26
7	https://www.amazon.de/markise/s?k=markise	+0	Suchergebnis auf Amazon.de für: markise	Eine Markise ist die beste Möglichkeit, um schnell und unkompliziert für ...	🔄	🔄	🔄	81
8	https://www.markilux.com/de-de/	+0	Markisen, Sonnenschutz und Beschattungen vom ...	Jede markilux Markise ist maßgefertigt, von hoher Qualität und mit komfortabler ... Jedes Detail wird genau durchdacht, um markilux Markisen langlebiger, ...	1.359 (18.04.)	1.359 (03.05.)	0.21	38
9	https://www.sowero.de/markisen/	+0	Markisen online konfigurieren > günstig kaufen > SOWERO	Unter offenen Gelenkarmmarkisen versteht man Markisen, bei welchen sich der Markisenstoff auf der Wickelwelle aufrollt, dies aber ungeschützt und ohne eine ...	2.707 (19.04.)	2.707 (05.05.)	0.66	38
10	https://www.otto.de/garten/markisen/	+0	Markisen online kaufen OTTO	SVITA Klemmmarkise Balkonmarkise Sonnenschutz Markise 200 x 120 cm in Beige - Gesamtgröße: ca. 200 x 120 x 200-300 cm (LxBxH); Geeignet für Balkon, ...	2.997 (19.04.)	3.085 (05.05.)	0.43	68
11	https://www.weinor.de/markisen	+0	Hochwertige Markisen von weinor entdecken	Markisen · Markisen · Terrassen-/Balkonmarkisen · Pergola-Markisen · Fenster- und Vertikalmarkisen · Wintergartenmarkisen.	1.270 (19.04.)	1.270 (05.05.)	1.06	44
12	https://de.wikipedia.org/wiki/Markise	+0	Markise - Wikipedia	Eine Markise (Schweizer Hochdeutsch: die Sonnenstore oder der Sonnenstoren) ist eine an einem Objekt befestigte Gestellkonstruktion mit Bespannung, ...	2.826 (21.04.)	2.826 (13.05.)	13.69	83

Informativer
Inhalt erst auf
Position 12

„Vor allem über die Abdeckung weiterer Keywords kann der SEO-Traffic laufend erhöht werden. Da für jedes Keyword eine passende Unterseite/Content-Seite existieren muss, ist es wichtig, geeignete Content-Arten aufzubauen und zu nutzen.“

Florian Müller, Gründer und Geschäftsführer der Online Solutions Group (OSG)

CONTENTARTEN & MÖGLICHE STRATEGIEN



SHOP/WEBSITE

Hauptkeywords werden über die Startseite, Leistungsseiten bzw. Kategorien und Produktseiten abgedeckt.



GLOSSAR

- Semantische Begriffe
- Fachbegriffe, u. v. m.

Ständige Erweiterung mit z. B. neuen Trendbegriffen.



RATGEBER

- Wissensinhalte mit hohem Suchvolumen
- Content Erstellung durch User (z.B. Kommentare)
- Verbesserung der Conversions



SHOP-FILTER & SEA-KEYWORDS

Top SEA-Keywords bei der Content-Optimierung berücksichtigen.



BLOG

- Saisonale Keywords & Trends
- News
- Aktionen & Specials



FAQ

- Übersicht über die meist gestellten Fragen

Nur über die Abdeckung weiterer Keywords kann der Traffic laufend erhöht werden.

Da für jedes Keyword eine passende Unterseite/Content-Seite existieren muss, ist es wichtig, geeignete Content-Arten aufzubauen und zu nutzen.

Fehler #4:

SERP Features nicht nutzen →
Google liefert viele Daten



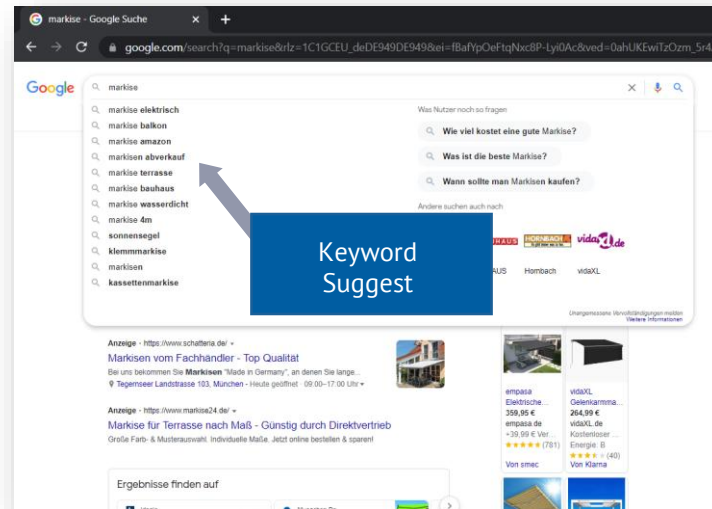
ONLINE SOLUTIONS GROUP®
Your Link to Success.

TEXTE ANREICHERN → ALLES NUTZEN

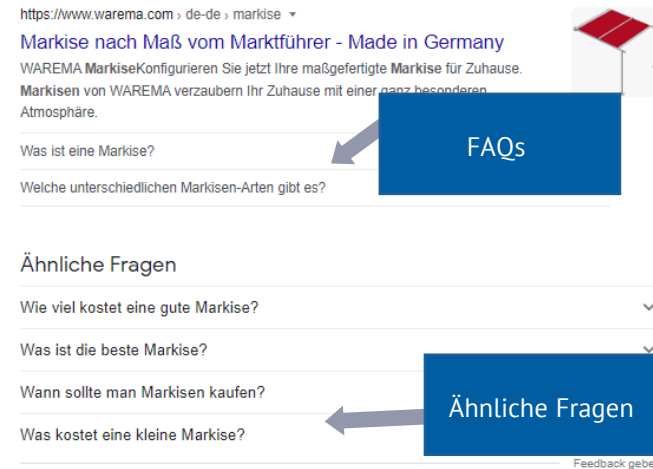
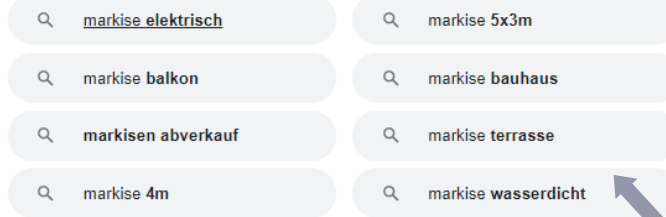
SERP VORSCHAU

Meist werden die SERPs nur für die Keyword-Recherche genutzt.

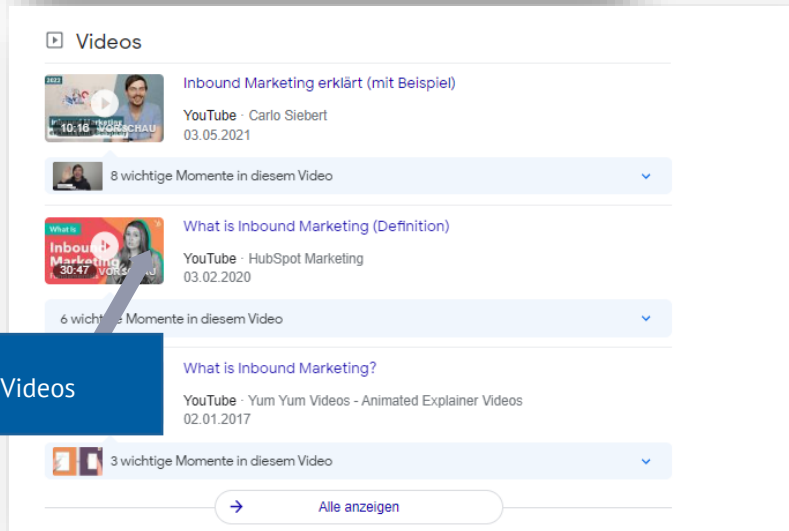
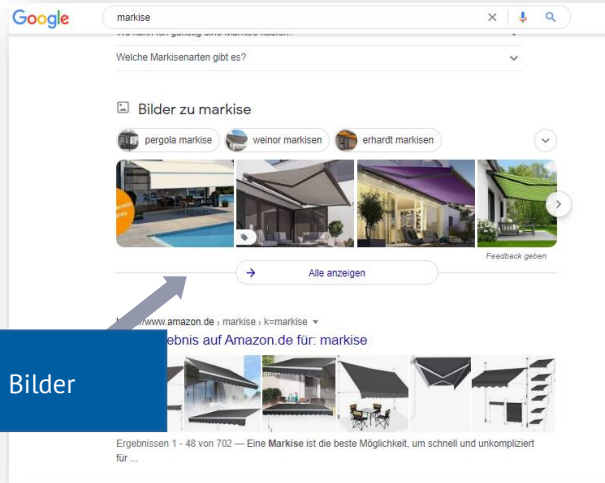
Auch prüfen: zeigt Google Medien an wie Bilder, Videos etc.? → Content anreichern.



Verwandte Suchanfragen



TEXTE ANREICHERN → ALLES NUTZEN



Google search results for 'kindergrößen'. The search bar shows 'kindergrößen'. Below the search bar, there's a section titled 'Kindergrößen' with a table of results. A blue arrow points from the 'Tabellen' label to this table.

Bestellgröße	Alter in Jahren	Körpergröße in cm
86	1 - 1,5 Jahre	81 - 86
92	1,5 - 2 Jahre	87 - 92
98	2 - 3 Jahre	93 - 98
104	3 - 4 Jahre	99 - 104

4 weitere Zeilen

<https://www.babymarkt.de/groessenberater>
[Größentabelle für Baby- & Kindergrößen - babymarkt.de](https://www.babymarkt.de/groessenberater)

Featured Snippets

Ein **Treppenlift** ist im Sinne des Gesetzes kein Hilfsmittel oder Pflegehilfsmittel. Als sogenannte wohnumfeldverbessernde Maßnahme kann die Pflegekasse Ihrer **Krankenkasse** für Sie als pflegeversicherte Person jedoch einen Zuschuss von bis zu 4.000 Euro je pflegebedürftiger Einzelperson gewähren. 08.02.2022

<https://www.wunschtrepplift.de/treppenlift-krankenkasse...>
Treppenlift von der Krankenkasse? Alles zur Kostenübernahme

TEXTE ANREICHERN → ALLES NUTZEN

Keywords ⓘ

AKTIONEN ▾ EXPORT ▾ ALLE EXPORTIEREN 🔍 KEYWORDS FINDEN + NEUE KEYWORDS SPA

25 ▾ Einträge

Keyword ⓘ	Content erstellt ⓘ	CPC (€) ⓘ	SV ⓘ	Url ⓘ	Art ⓘ	22.09 2022	21.09 2022	20.09 2022	KW 38 2022	KW 37 2022	KW 36 2022	KW 35 2022	KW 34 2022	KW 33 2022	Device	Kategorie ⓘ
☐ Keyword	Alle ▾	SV	Url	po											Alle ▾	Dashboard (Standard) ▾
☐ gebrauchte notebooks	Ja	1.24	2900	1	    	1				1	1	1	1	2	desktop	Dashboard, Erstellter Content, Gebrauchte laptops
☐ tablet gebraucht kaufen	Ja	0.65	720	2	    	28				27	28	29	28	29	desktop	Dashboard, Erstellter Content, Gebrauchte Tablets, Prio Keywords
☐ bildschirm gebraucht	Ja	0.7	210	1	    	9	8	8	8	9	9	10	10	10	desktop	Dashboard, Erstellter Content, Gebrauchte Monitore, Prio Keywords

AKTIONEN ▾

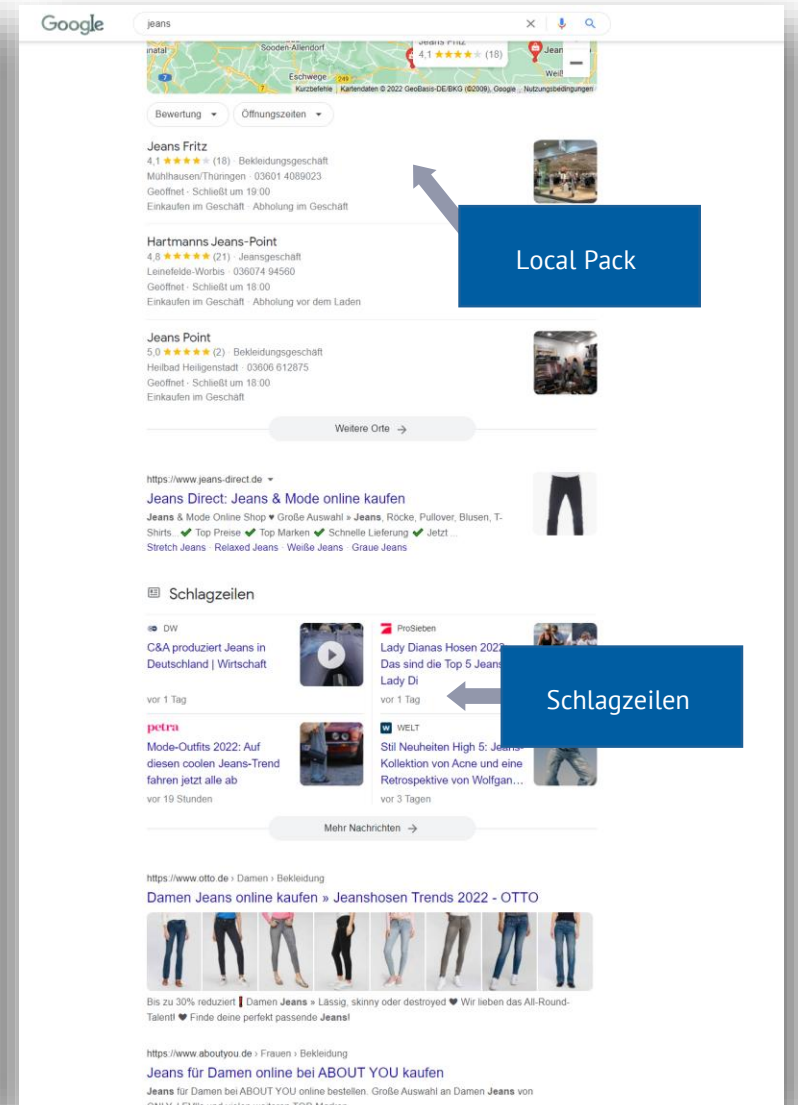
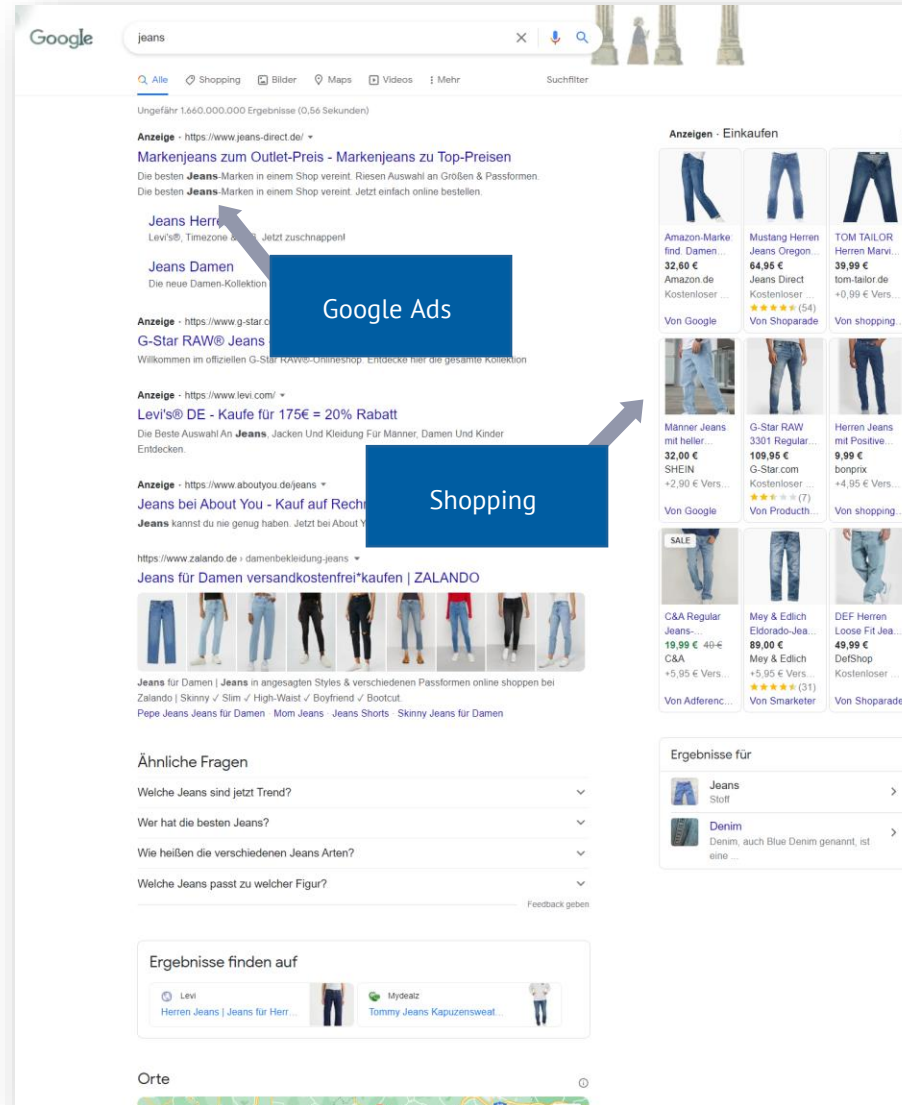
Wie kann ich meinen Text anreichern? Zum Beispiel mit einem Podcast? Google liefert viele gute Daten von echten Usern. User Intent daraus ableiten!

SERPs PRÜFEN

SERPs

TIPP

- Für Google gibt es mehr als nur klassische Suchmuster wie navigations- oder informationsorientiert
- Daten ansehen. Oft gibt es Ads, Shopping, Local pack usw. (z. B. bei „Jeans“ → lokal und transaktionsorientiert)
- Dazu kommen weitere Informationen aus Google wie Schlagzeilen, Rezepte, Twitter usw. → Überlegen: Was kann man daraus für seinen Content nutzen?



Fehler #5:

Fragen und FAQs vergessen.



ONLINE SOLUTIONS GROUP®
Your Link to Success.

TIPP FAQs

Häufige Fragen an Ihre SEO Agentur

→ Wem gehören die Backlinks?

> Wie erfahre ich, wie sich mein Projekt entwickelt?

> Wie läuft das Setup ab?

> Wer ist mein Ansprechpartner?

> Wie wird die Leistung abgerechnet?

> Wie finde ich die richtige SEO Agentur?

→ Wem gehören die Backlinks?

Wir bauen alle Links nachhaltig auf. Wir sichern Ihnen vertraglich zu, diese während und auch nach Beendigung der Zusammenarbeit nicht aktiv abzubauen. Beim Linkaufbau sind uns Qualität und Transparenz wichtig, deshalb können Sie alle Links in unserer OSG Performance Suite einsehen.

Am Ende jedes Textes können entsprechende FAQs oder zusätzliche Informationen zugefügt werden.

Diese sollten Kunden/Lesern einen Mehrwert bringen.

Durch echte User-Fragen kann auch die Conversionrate (CR) erhöht werden, vor allem bei Produkten.

FAQs

- Immer auch Fragen & Antworten einplanen
- Nehmen viel Platz in den Google SERPs ein → höhere Klickrate
- **Müssen technisch ausgezeichnet werden (schema.org) → wird leider oft vergessen (z.B. via [Schema Markup Generator](#))**

Google

damen parfum

Alle Shopping Bilder News Videos Mehr Einstellungen Suchfilter

Ungefähr 8.850.000 Ergebnisse (0,53 Sekunden)

Anzeigen · **damen parfum**

Produkte Vergleichswebsites

		
Yves Saint Laurent Libre Eau 76,95 € flaconi.de Versand gratis 85,50 €/100ml Angebot Von Google	Lancôme La Vie Est Belle 66,70 € Notino.de Versand gratis 66,70 €/100ml ★★★★★ (9k+) Von Google	EAU DE PARFUM INTENSE 58,95 € galeria.de Versand gratis 168,43 €/100ml ★★★★★ (9k+) Von agento24

www.flaconi.de › damenparfum

Damenparfum online bestellen | Damendüfte | flaconi

Damendüfte günstig bei flaconi ✓ Gratisversand ab 19€ ✓ Kauf auf Rechnung ✓ Kostenfreie Retoure ▷ Jetzt **Damenparfum** online kaufen!

Was haben Damendüfte für eine Geschichte? ▾

Was gibt es für Duftfamilien bei Damendüften? ▾

Was gibt es für Dufttypen bei Damendüften? ▾

FAQs

W-FRAGEN

WAS, WIE, WO...?

- Für FAQs eignen sich insbesondere W-Fragen
- Daten von echten Usern nutzen: Fragen aus der Search Console und aus den Google SERPs nutzen

SUCHANFRAGEN		SEITEN	LÄNDER	GERÄTE	DARSTELLUNG IN DER SUCHE		ZEITRÄUME
Suchanfrage		↓ Klicks	Impressionen	CTR	Position		
was ist die jav		160	571	28 %	2,7		
was ist jav		81	577	14 %	3,4		
was ist eine jav		49	236	20,8 %	3,2		
was verdient ein betriebsrat		44	186	23,7 %	1,5		

Keyword Rankings		Top 100	Eigene URLs	Competitor URLs	Backlinks	Content	Ads	Fragen	Verwandte Suchanfragen
Nutzen Sie die Informationen, um gängige Fragestellungen der User in Ihr FAQ zu übernehmen. Anhand der Fragen können Sie zudem Ihre Texte ganzheitlicher und informativer gestalten.									
KEYWORDS HINZUFÜGEN									
☐	Fragen	Url	Suchvolumen	CPC (€)	Pos.	Rankende UR			
☐	Für was braucht man einen Betriebsrat?	G	0	0.00	-	-			
☐	In welchem Betrieb kann ein Betriebsrat gebildet werden?	G	0	0.00	-	-			
☐	Ist ein Betriebsrat Pflicht?	G	170	0.84	-	-			
☐	Ist ein Betriebsrat sinnvoll?	G	0	0.00	-	-			
☐	Kann der Arbeitgeber verbieten einen Betriebsrat zu gründen?	G	0	0.00	-	-			
☐	Kann ein Betriebsrat verhindert werden?	G	10	0.00	-	-			
☐	Kann jeder Betriebsrat werden?	G	10	0.00	-	-			
☐	Kann man einfach einen Betriebsrat gründen?	G	0	0.00	-	-			
☐	Kann man gekündigt werden wenn man einen Betriebsrat gründen will?	G	0	0.00	-	-			

Fehler #6:

Content nur neu erstellen
ohne bestehende Rankings
zu prüfen.



ONLINE SOLUTIONS GROUP®
Your Link to Success.

BESTEHENDEN CONTENT PRÜFEN

KEYWORD KANNIBALISIERUNG

MEHRERE URLS

Mehrere URLs, die auf dieselben Keywords optimiert sind, können sich negativ auf das Ranking auswirken und Top3-Positionen verhindern!

Mehrere Inhalte zum selben Keyword → Google kann sich nicht entscheiden, welche URL ranken soll

Keyword Rankings *i* Top 100 *i* Eigene URLs *i* Competitor URLs *i* Backlinks *i* Content *i* Ads *i*

Überlegen Sie ob es sich lohnt, die Inhalte zusammenzufassen und zu konsolidieren, um eine starke URL zu erhalten. Manchmal ist dies sinnvoller, als eine k erstellen.

Url	Pos.	Startdatum	Enddatum	Datum der Veröffentlichung
https://www.onlinesolutionsgroup.de/blog/content-guide-grundlagen-zu-seo-content/	2	2020-09-24	2022-09-27	2020-09-24
https://www.onlinesolutionsgroup.de/blog/content-tool-fuer-seo-und-mehr-in-der-performance-suite/	23	2021-07-06	2021-07-07	2021-07-06
https://www.onlinesolutionsgroup.de/blog/mehr-erfolg-mit-seo-content-texte-bilder-videos/	24	2019-07-22	2020-10-17	2019-07-22
https://www.onlinesolutionsgroup.de/blog/seo-sollte-content-regelmaessig-ueberarbeitet-werden/	75	2019-06-29	2019-09-02	2019-06-29
https://www.onlinesolutionsgroup.de/blog/was-seo-content-bringt-5-gruende-fuer-seo-content-marketing/	69	2017-10-18	2020-09-03	2017-10-18



Content zusammengefasst

BESTEHENDEN CONTENT PRÜFEN

HABE ICH SCHON INHALTE?

Fokus-Keyword wählen

INHALTE

Immer erst prüfen: Habe ich schon Inhalte?

Wenn ja, kann ich bestehende Inhalte optimieren und ergänzen?

Welcher Inhalt soll für welches Fokus-Keyword ranken?

Google Insights

Eine Ihrer Seiten ranked bereits für das Fokus Keyword. Optimieren Sie vielleicht zuerst diese URL, bevor Sie einen neuen Text erstellen. Dieser könnte in Konkurrenz zu der aktuell rankenden URL stehen. Eine starke URL ist immer besser als zwei schwache. <https://www.onlinesolutionsgroup.de/blog/content-tool-fuer-seo-und-mehr-in-der-performance-suite/>

Keywords

Top 20

Eigene URLs

Competitor URLs

Keyword	Standort	SV	CPC	Position	Rankende Url	Text übernehmen	Vorkommen	Keyworddichte	Suche
content tool*	Munich	110	3,14	4	https://www.onlinesolutionsgroup.de/blog/content-tool-fuer-seo-und-mehr-in-der-performance-suite/		0	0 %	
seo texte schreiben	Munich	720	4,98	100	-	-	0	0 %	
seo content tool	Munich	70	5,96	4	https://www.onlinesolutionsgroup.de/blog/content-tool-fuer-seo-und-mehr-in-der-performance-suite/		0	0 %	
content analyse tool	Munich	40	€	96	https://www.onlinesolutionsgroup.de/enterprise-seo-tool/		0	0 %	
seo content check	Munich	30	€	7	https://www.onlinesolutionsgroup.de/kostenloser-seo-check/		0	0 %	
seo text optimizer	Munich	10	2,52	100	-	-	0	0 %	
duplicate content check kostenlos	Munich	40	1,86	5	https://www.onlinesolutionsgroup.de/blog/kostenlose-seo-tools/		0	0 %	

KEYWORDS BEARBEITEN UND HINZUFÜGEN

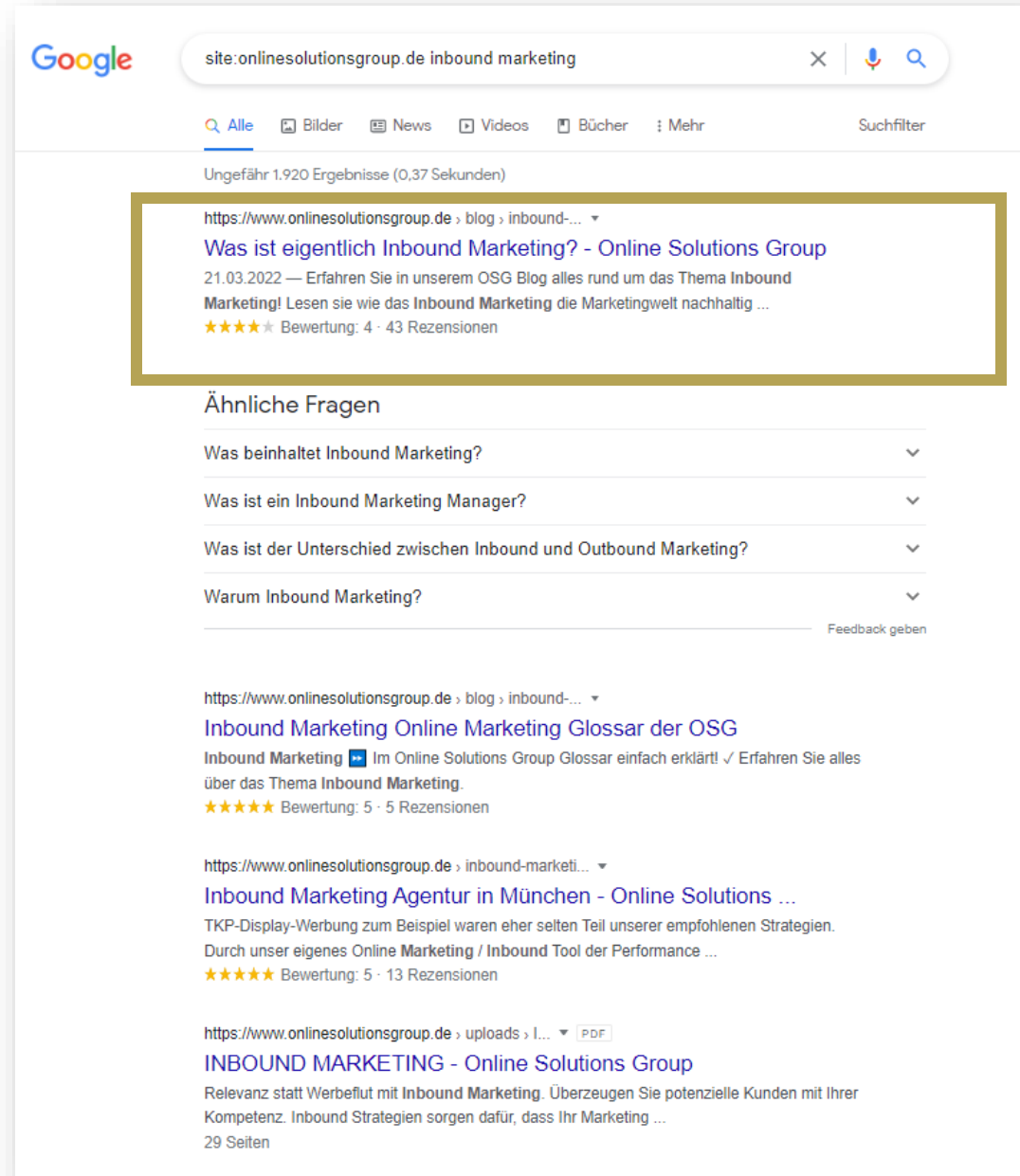
MARKER LÖSCHEN

BESTEHENDEN CONTENT PRÜFEN

HABE ICH SCHON INHALTE?

GOOGLE

Einfach via site-Abfrage
bei Google prüfen, ob die
eigene Domain schon
Inhalte hat.



NICHT NUR NACH THEMEN GEHEN

WICHTIG!

- User geben bei Google Keywords ein → Alles dreht sich um Keywords, deshalb immer ein **Fokus-Keyword** wählen und nicht nur nach Themen gehen
- Themen kann es zu einem Bereich viele geben, z. B. rund um Content: Content für B2B, Content für B2C, Content für Onlineshops usw.
→ manchmal ist es durchaus sinnvoll, Themen auf mehrere URLs zu verteilen, wenn unterschiedliche Zielgruppen angesprochen werden
- Für ein Keyword darf es aber nur eine Seite geben. Aus SEO- und Nutzer-Sicht sollte man es vermeiden, ein **Fokus-Keyword** über verschiedene Seiten hinweg zu streuen.
- Gibt es bereits eine Seite zu dem Fokus-Keyword? Dann diese optimieren, ansonsten entsteht Near DC oder die Keywords konkurrieren zueinander und Google weiß nicht, welche Seite ranken soll

Fehler #7:

Pauschale Textlängen.



ONLINE SOLUTIONS GROUP®
Your Link to Success.

TEXTLÄNGEN

PAUSCHALE TEXTLÄNGEN

WORTANZAHL

- Egal, ob 500, 1.000, 1.500 Wörter → Textlängen müssen individuell sein! (Jeweils abhängig vom gewählten Fokus-Keyword)
- Im Beispiel rechts haben alle Texte eine Länge von ca. 500 Wörtern und kein Text rankt.
- Oft fehlt eine Erfolgskontrolle und Textlängen werden nicht geprüft.

Datum	Datum der Veröffentlichung	Ersteller	Titel	Url	Traffic	Korrektur gelesen	Bereich	Status	Keywords und 2-Monats-Trend	Wortanzahl
		Ersteller	Titel	Url		Alle	Alle	Alle (3)	Keywords und 2-Monats-Trend	
22.06.2022	28.06.2022		Das Leadership als Erfolgsfaktor im Employer Branding		0	x	News-Text	Veröffentlicht	führungskräfte coaching (100), coaching für führungskräfte (100), employer branding (100)	560
21.06.2022	27.06.2022		Mindful Leadership: Mit Achtsamkeit zur Führungskompetenz		0	x	News-Text	Veröffentlicht	mindful leadership (100)	611
21.06.2022	24.06.2022		Das Konzept des Shared Leadership		0	x	News-Text	Veröffentlicht	shared leadership (100)	528
20.06.2022	01.07.2022		Wie das Digital Leadership gelingen kann		0	x	News-Text	Veröffentlicht	digital leadership (100)	548

Kein Traffic

Keine Rankings



PROBLEME

- Der größte und sehr häufige Fehler ist eine pauschale Aussage zu Textlängen
- Diese müssen immer individuell berechnet werden
- Wenn die Wettbewerber über 2.000 Wörter schreiben, wird es mit Texten mit pauschal 500 Wörtern sehr schwer, ein gutes Ranking zu erzielen

WIE LANG MUSS MEIN TEXT SEIN?

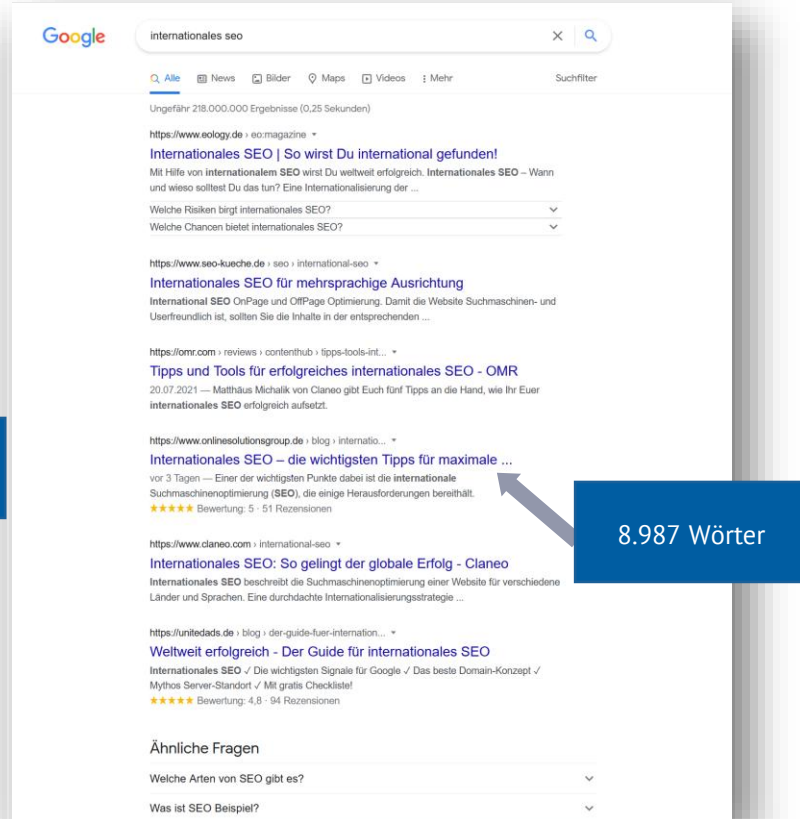
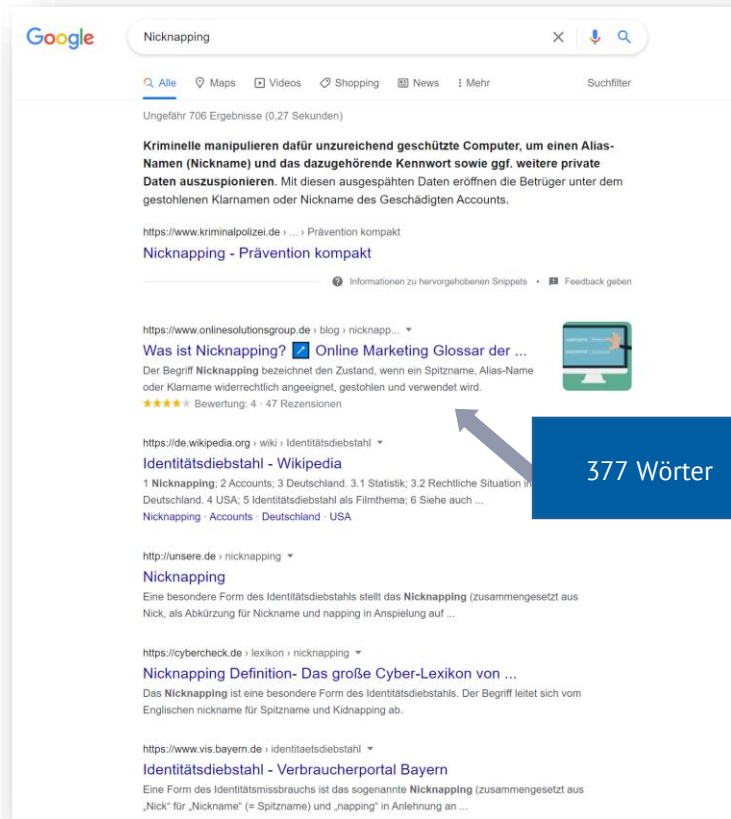
Am Wettbewerb orientieren und 10–20% mehr schreiben!

Keyword Rankings ⓘ									
Top 100 ⓘ									
Eigene URLs ⓘ									
Competitor URLs ⓘ									
Backlinks ⓘ									
Content ⓘ									
Ads ⓘ									
Fragen ⓘ									
Verwandte Suchanfragen ⓘ									
Leute suchten auch nach ⓘ									
Kno...									
< >									
Sehen Sie sich mithilfe dieser Funktion die Meta-Daten Ihrer Konkurrenz genauer an: Formulierung, USPs, Sonderzeichen. Hier sehen Sie direkt, welche Sonderzeichen von Google akzeptiert werden. Sonderzeichen in den Meta-Daten können die Click-Through-Rate (CTR) steigern.									
Außerdem können Sie hier für jede URL in den Top 100 die Linkpower, die Ladezeit und die Textlänge einsehen. Das gibt Ihnen Hinweise auf Ihr persönliches Optimierungspotenzial.									
GESTERN ▾									
#	Url ⓘ	Δ ⓘ	Title ⓘ	Description ⓘ	Wortanzahl (Erste Abfrage) ⓘ	Wortanzahl (Letzte Abfrage) ⓘ	Ladezeit (Sekunden)	Link Power ⓘ	Aktionen ⓘ
1	https://www.warema.com/de-de/markise/	+ 0	Markise nach Maß vom Marktführer - Made in Germany	WAREMA MarkiseKonfigurieren Sie jetzt Ihre maßgefertigte Markise für Zuhause. Markisen von WAREMA verzaubern Ihr Zuhause mit einer ganz besonderen Atmosphäre.	2.727 (19.04.)	2.727 (05.05.)	0.26	44	+ 🔗 🗨
2	https://www.obide/markisen-sonnenschutz/markisen/...	+ 0	OBI.de - Markisen online kaufen bei OBI	Markisen bequem von zu Hause online bestellen ✓ Markisen & Sonnenschutz finden Sie online und in Ihrem OBI Markt vor Ort ✓ OBI - alles für Heim, Haus, ...	2.239 (19.04.)	2.179 (05.05.)	0.81	52	+ 🔗 🗨
3	https://www.jalousiescout.de/Markisen	▲ +2	verschiedene Markisentypen » Markisen kaufen - Jalousiescout	Eine Markise dient als Sonnen-, Wärme-, Blend- und Sichtschutz und ist ein selbstverständlicher Bestandteil unseres täglichen Lebens.	4.782 (19.04.)	4.774 (05.05.)	1.48	28	+ 🔗 🗨
4	https://www.rollorieper.de/markise.html	▼ -1	Markisen nach Maß ▷ Online konfigurieren & günstig kaufen	Eine Markise ist eine Gestell-Konstruktion, die mit Stoff bespannt ist und die als Schutz dient. Sie dient unter anderem als Sonnenschutz als Wärmeschutz, als ...	5.536 (19.04.)	5.536 (05.05.)	1.46	38	+ 🔗 🗨
5	https://www.hornbach.de/shop/Markisen/S1980/artike...	▼ -1	Markisen online bei HORNBACH	Oder eine Gelenkarmmarkise, Fallarmmarkise oder mobile Markise? Welche Farbe soll Ihr neuer Sonnenschutz haben? Und welche Größe benötigen Sie für Ihren Balkon ...	1.453 (19.04.)	1.453 (05.05.)	0.17	60	+ 🔗 🗨

TEXTLÄNGEN

TEXTLÄNGEN SIND INDIVIDUELL

Je nach Keyword/Content-Art 200 Wörter oder 8.000 Wörter



Fehler #8:

Keyworddichte ignorieren.



ONLINE SOLUTIONS GROUP®
Your Link to Success.

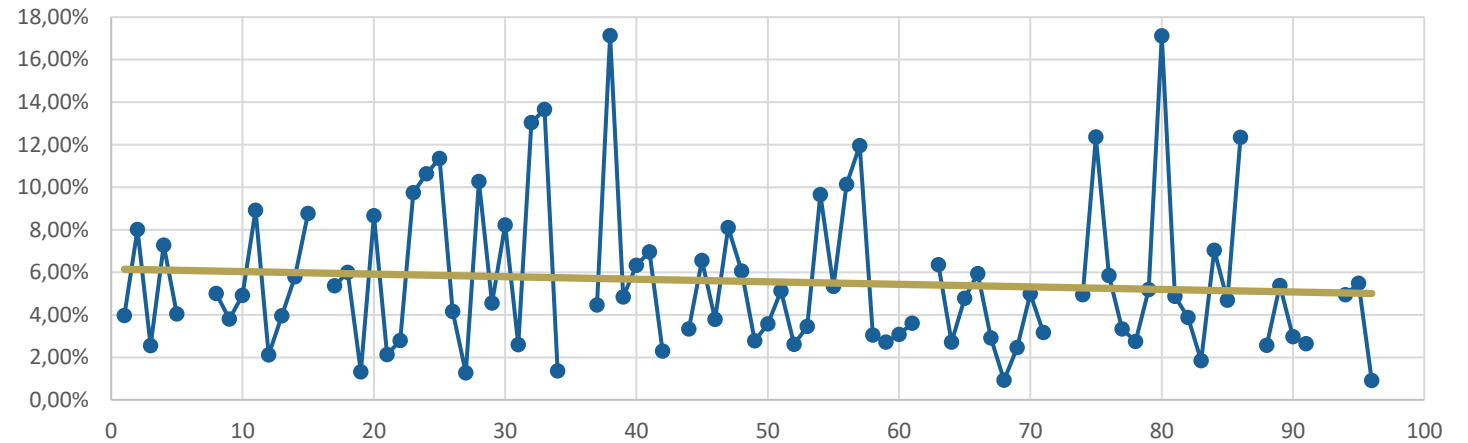
KEYWORDDICHTEN

KEYWORDDICHTE (IST NOCH NICHT TOT)

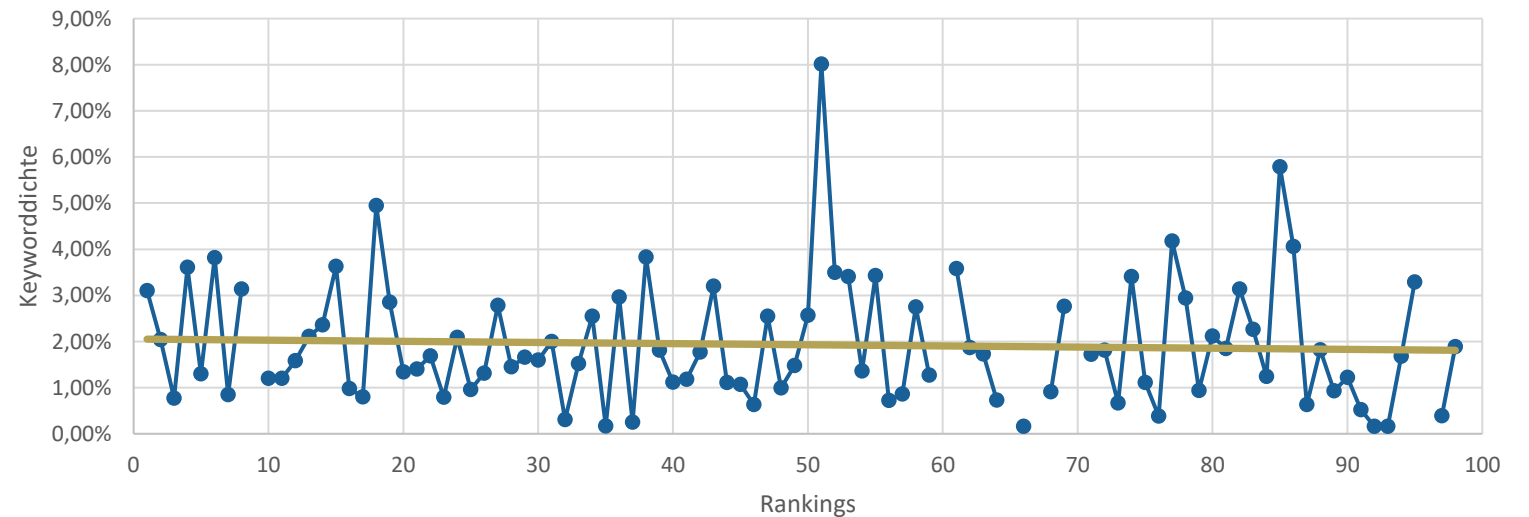
KEYWORDDICHTE

- Nicht Prio 1, sollte aber auch nicht vernachlässigt werden
- Tendenziell nimmt die Keyworddichte auf den hinteren Rängen ab (stärker bei 1-Wort-Keywords als bei Phrasen)
- **Auch hier am Wettbewerb orientieren und nicht mit pauschalen Zahlen arbeiten**

Keyworddichte der Top 100 rankenden Seiten für "dusche"



Keyworddichte der Top 100 rankenden Seiten für "local seo"



KEYWORDDICHTE

Wettbewerb	Keyword (Ranking)	Keyword (Keyworddichte)
https://de.ryte.com/wiki/Local_SEO	▪ local seo (1)	▪ 1,55%
https://www.onlinesolutionsgroup.de/blog/local-seo/	▪ local seo (2)	▪ 1,12%
https://de.semrush.com/blog/local-seo/	▪ local seo (3)	▪ 1,86%
https://www.superchat.de/blog/local-seo-guide	▪ local seo (46)	▪ 0,64%

- Die Keyworddichte kann je nach Keyword stark variieren.
- Orientieren Sie sich immer an der Top5 bis Top10. Wie hoch sind die Keyworddichten?
- Aber Achtung: Amazon, Ebay, YouTube, Wikipedia & Co. sind kein Maßstab → nicht blind allen Zahlen vertrauen.

KEYWORDDICHTEN

Achtung: Bei Shop-Kategorien ist die Keyworddichte oft hoch, wenn alle Produktnamen gezählt werden. Auch bei guten Tools, die alle Daten liefern, die Textlängen kritisch prüfen und selbst Handlungsempfehlungen ableiten.

#	Url	Δ	Title	Description	Keyword im Title	Keyword in Description	Keyword in URL	Keywordhäufigkeit im Text (Keyworddichte)	Wortanzahl (Erste Abfrage)	Wortanzahl (Letzte Abfrage)	Ladezeit (Sekunden)	Link Power
1	https://www.flaconi.de/parfum/	▲ + 2	Parfum & Düfte online kaufen - Flaconi	Das Parfüm. Das Parfüm und das Essence de Parfum ist das Kostbarste, was die Welt der Düfte zu bieten hat. Die Duftkonzentration ist mit 35% am höchsten und ...	Ja	Ja	Ja	82 (3.73%)	2.170 (30.08.)	2.207 (16.09.)	1.94	33
2	https://www.notino.de/parfums/	+ 0	Parfum & Düfte Parfum online kaufen ✓ notino.de	Ein Parfüm (Extrait de Parfum – P) enthält mit 15–30 % die höchste Konzentration an Duftölen in der Duftkomposition. Daher reicht schon eine kleine Menge aus.	Ja	Ja	Ja	42 (1.25%)	3.326 (20.09.)	3.326 (20.09.)	0.66	37
3	https://www.douglas.de/de/c/parfum/01	▼ - 2	Parfum & Düfte für Sie & Ihn ✓ 20 % Rabatt DOUGLAS	Parfum kaufen im DOUGLAS Online-Shop - Entdecken Sie unsere große Vielfalt für Frauen & Männer. Parfum - Parfums und Düfte wirken auf unser Unterbewusstsein ...	Ja	Ja	Ja	110 (8.02%)	1.363 (16.09.)	1.363 (16.09.)	2.92	45
4	https://www.easycosmetic.de/parfum	+ 0	Parfum bis zu 55% günstiger kaufen - easyCOSMETIC	Der Ursprung des französisch-stämmigen Wortes Parfum liegt auch im lateinischen "per fumum", was "durch Rauch" bedeutet. Die Römer schickten durch den Weihrauch ...	Ja	Ja	Ja	🌀	🌀	🌀	10.05	42
5	https://parfumgroup.de/	+ 0	Parfum günstig online kaufen ✓ Große Auswahl bei ...	Parfum günstig ✓ Top-Auswahl ✓ Damendüfte ✓ Herrendüfte ✓ Unisexdüfte ✓ Pflegeprodukte ✓ schnelle Lieferung ▶ zu attraktiven Preisen ...	Ja	Ja	Ja	47 (2.78%)	1.287 (30.08.)	1.288 (18.09.)	0.5	27
6	https://www.parfum.de/	+ 0	Parfum.de: Parfum kaufen im Online-Shop für Düfte & Kosmetik	Parfümerie Rüdell - Online-Shop für Düfte, Make-Up & Pflegeprodukte. Jetzt Parfum kaufen. Top-Marken, günstiger Versand & schnelle Lieferung.	Ja	Ja	Ja	36 (2.17%)	1.660 (06.09.)	1.660 (06.09.)	0.6	25
7	https://www.parfumdreams.de/Parfum	+ 0	Parfum günstig online kaufen ❤️ - Parfumdreams	Bei Parfumdreams finden Sie ein großes Sortiment an Parfum und Pflege-Produkten zu attraktiv günstigen Preisen. Versandkostenfrei ab 20 €.	Ja	Ja	Ja	142 (2.41%)	5.882 (14.09.)	5.882 (14.09.)	1.18	47

Fehler #9:

Zu viele Füllwörter → Zeichen
für aufgeblähte Texte,
mangelnde Qualität.



ONLINE SOLUTIONS GROUP®
Your Link to Success.

Füllwort-Quote

MARKER LÖSCHEN

6 %

aber (3), allerdings (1), auch (9), beide (2), beiden (1), bereits (2), besonders (2), besser (2), dabei (3), dadurch (2), dafür (2), danach (1), dank (3), dann (1), daran (3), darauf (2), darum (1), davon (4), deshalb (4), direkt (5), direkten (1), doch (3), eben (1), ebenfalls (2), eher (1), eigenen (2), eigentlich (1), einfach (1), einige (1), einmal (1), entsprechend (2), erst (1), etwas (2), gar (1), gleichzeitig (1), immer (7), jede (1), jetzt (3), kaum (2), konkreten (1), leider (1), mehr (10), mehrere (1), möglich (2), nur (7), schon (1), selber (1), selbst (1), so (10), stets (2), weitere (2), weiteren (1), welche (2), weniger (3), wenn (3), wieder (1), wohingegen (1), wurde (1), zwar (3), gar nicht (1), genau (3), gerade (1), häufig (3), hervorragend (1), samt (1)

Modal Verb

1 %

können (4), müssen (3), sollen (1), wollen (1), kann (3), muss (5), soll (1)



FÜLLWÖRTER UND MODALWERBEN

- Indiz für mangelnde Textqualität
- Füllwörter in der Top3: **Unter 10 %, oft unter 5 %**
- Modalverben in der Top3: **Unter 2 %**
- Vor allem bei Textbrokern und Textern, die nach Wortanzahl bezahlt werden (z. B. 6 Cent pro Wort) ist in der Praxis aufgefallen, dass die Füllwortquote oft bei über 15 % liegt.

Fehler #10:

Interne Links vergessen.



ONLINE SOLUTIONS GROUP®
Your Link to Success.

INTERNE VERLINKUNG

- Absolut notwendig
- Sinnvolle Verlinkungen zu passenden eigenen Seiten und zu neu erstellten Inhalten
- Links zu Produkten, Blogartikeln, verwandten Landingpages etc.
- Nutzen für den Leser
- Immer „follow“
- Aus dem Text heraus, kein Stuffing

Eigenschaften und Abgrenzung [\[Bearbeiten \]](#)

Die Begriffe Online-Marketing und [Internetwerbung](#) werden oftmals synonym benutzt, allerdings ist das Schalten von Werbung im Internet viel mehr eine von vielen Marketingstrategien, neben der auch das „Studium“ der potentiellen Kunden und das Anpassen von Produkten und Logos stehen.^[1]

Teilgebiete des Online-Marketings sind neben Internetwerbung [Suchmaschinenmarketing](#), [Social Media Marketing](#) und [Affiliate-Marketing](#). Diese Marketing-Leistungen werden von [Werbeportalen](#) (meist kostenpflichtig) angeboten. Eine spezielle Form des Online-Marketings ist das [Videomarketing](#). Durch die steigende Zahl an Smartphones, die immer größeren Internetbandbreiten und die kontinuierlich steigenden mobilen Internetzugriffe kommt dem [Mobile Marketing](#) und der Ausrichtung auf Mobilgeräte im Online-Marketing eine zunehmende Bedeutung zu. Einer der wesentlichen Vorteile des Online-Marketings gegenüber klassischen Marketingmaßnahmen wie Print oder TV ist die [Messbarkeit](#) der Werbewirkung.

Formen des Online-Marketing [\[Bearbeiten \]](#)

Website [\[Bearbeiten \]](#)

Die Gestaltung und der thematische Aufbau einer [Unternehmenswebsite](#) sind zentrale Bestandteile des Online-Marketings. Die Unternehmenswebsite dient dabei sowohl der [Kundenbindung](#) als auch zur Werbung neuer Kunden.

Eine Website ist als Sammlung von Seiten im Internet zu verstehen, die miteinander in Beziehung stehen und sich innerhalb derselben Domain befinden.^[2] Die Startseite der Website wird als Homepage bezeichnet und ist kein Synonym für den Begriff der Website.^[3] Die „Unterseiten“ beispielsweise eine Unterkategorie, wird als Webseite bezeichnet.

Display Advertising [\[Bearbeiten \]](#)

→ Hauptartikel: [Internetwerbung](#)

Bei Displaywerbung handelt es sich um Werbeformen im Internet, die, wie [Banner](#), sich dem Mittel von Bild- und ggf. auch Audiomaterial bedienen.

Werbetreibende nutzen Display Advertising dazu, ihre Produkte und Dienstleistungen im Internet zu bewerben. Es ist mit [Anzeigen](#) in Zeitungen und Zeitschriften sowie [Werbespots](#) im Fernsehen vergleichbar.

Display-Advertising und Suchmaschinenmarketing sind die gängigsten Formen des Online-Marketings.

Suchmaschinenmarketing (SEM) [\[Bearbeiten \]](#)

→ Hauptartikel: [Internetwerbung](#) → [Suchmaschinenmarketing](#)

Das Suchmaschinenmarketing (Search Engine Marketing, SEM) beruht zum einen auf gezielt geschalteter Suchmaschinenwerbung (Search Engine Advertising, SEA) und zum anderen auf Suchmaschinenoptimierung (Search Engine Optimization, SEO), um bei bestimmten Themengebieten potentielle Kunden zu akquirieren.

INTERNE LINKS → EINE SITEMAP REICHT NICHT

SITEMAP

- Eine Sitemap.xml kann Google helfen, neue Inhalte schneller zu finden und zu indexieren.
- Das reicht aber nicht für gute Rankings.
- **Wichtige Inhalte müssen auch immer intern gut verlinkt werden.**



 **johnmu.xml (personal)**  
@JohnMu



Yeah, sitemaps don't replace internal linking. Make a great website first, then use sitemaps to tell us about new & updated pages.

8:05 PM · Mar 15, 2018



40



Reply



Copy link

[Explore what's happening on Twitter](#)

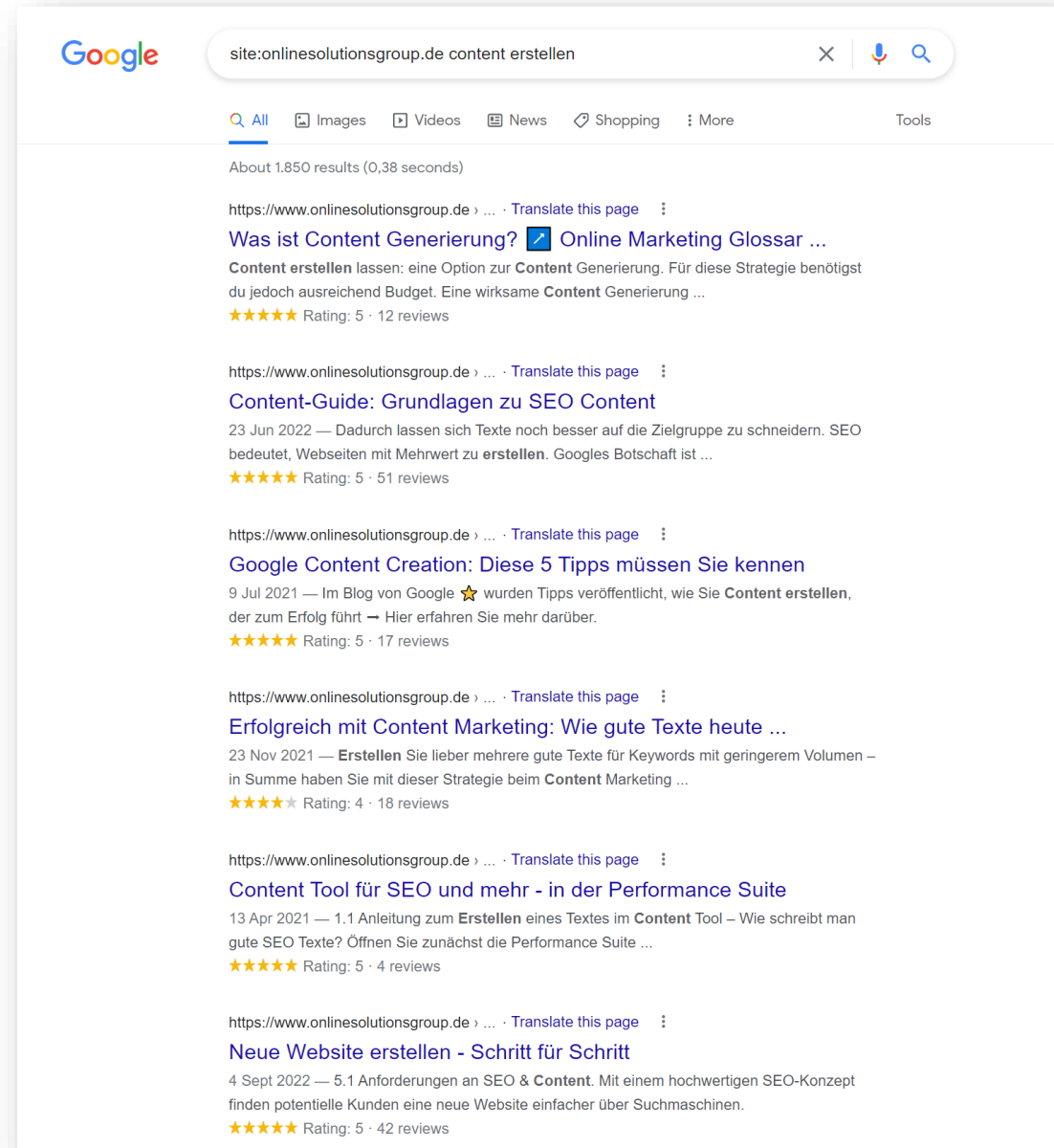
CONTENT

QUELLEN ZUM VERLINKEN FINDEN

SITE-ABFRAGE

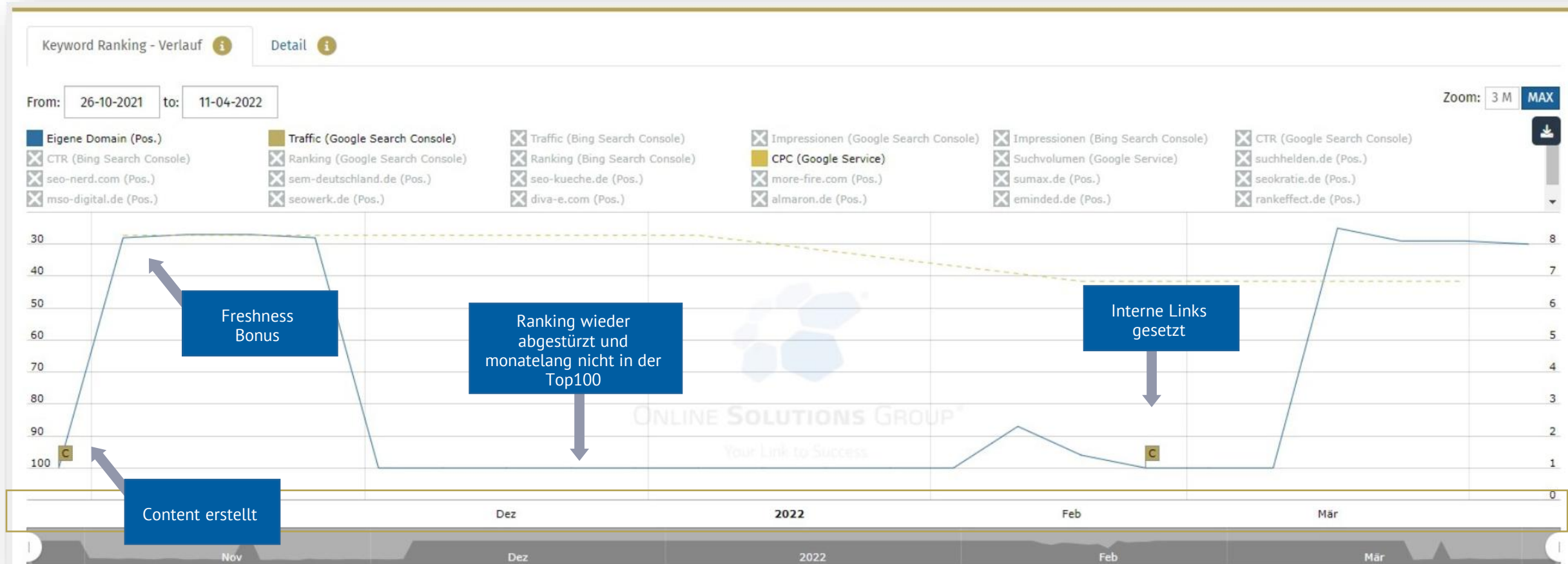
Site-Abfrage bei Google
mit Domain und Keyword.

Interne Links zum Text auf
den vorgeschlagenen URLs
setzen.



INTERNE LINKS

Ohne interne Links geht es oft nicht



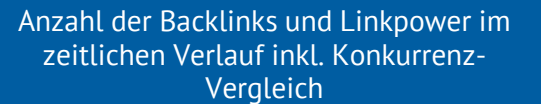
Fehler #11:

Externe Links vergessen.



ONLINE SOLUTIONS GROUP®
Your Link to Success.

MÖGLICHE RANKINGS



„Links still No#1 FactorRanking “

„Links in particular are really important to Google“

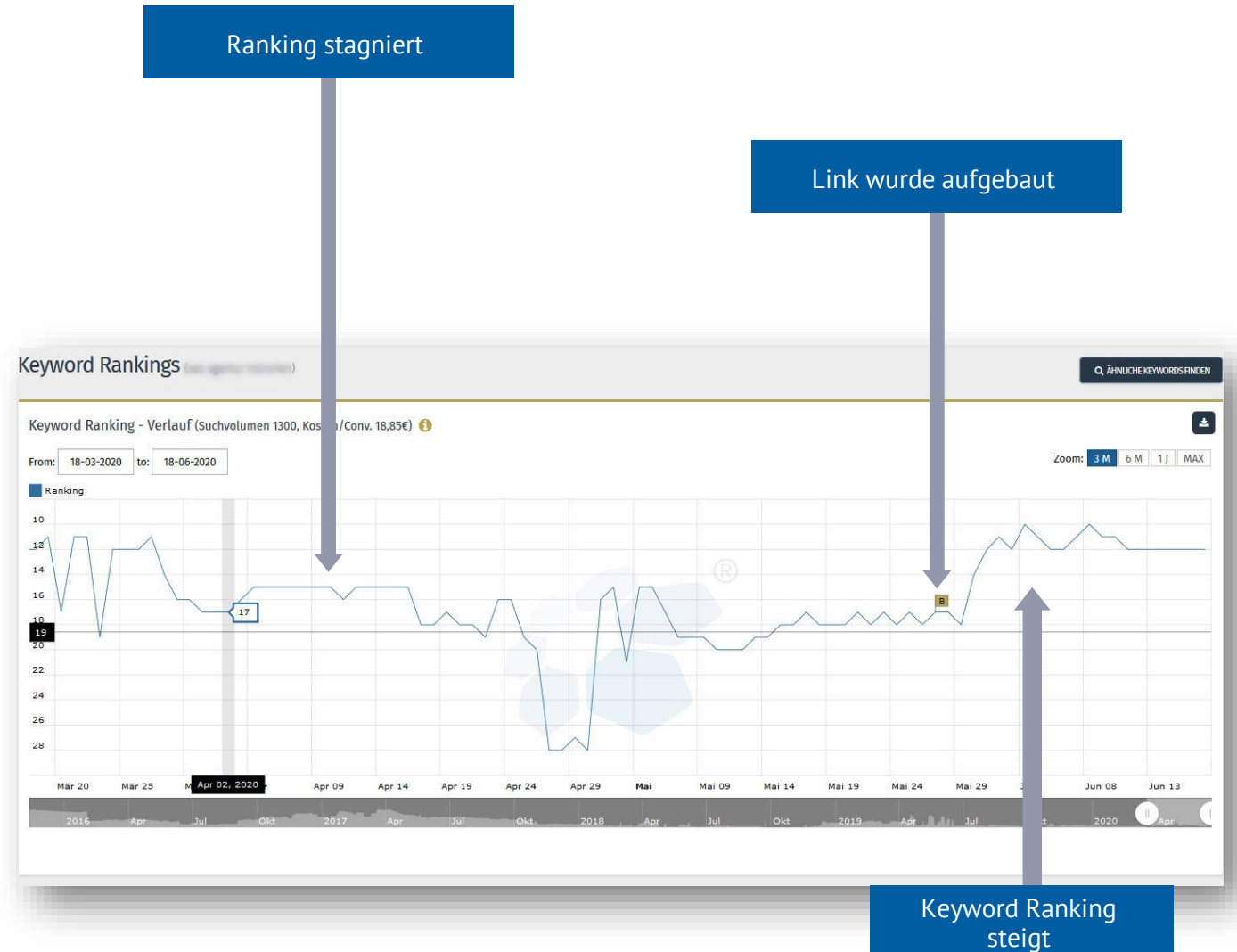
„I can tell you what they are. It's content and links going into your site.”

Andrey Lippatsev von Google, auf die Frage nach relevanten SEO-Rankingfaktoren

KEYWORD I

RANKINGS PUSHEN

- Auch der „beste Text“ schafft es manchmal nicht sofort in die Top3
- Hier stagnierte das Ranking monatelang
- Erst durch den aufgebauten Backlink stieg das Ranking signifikant

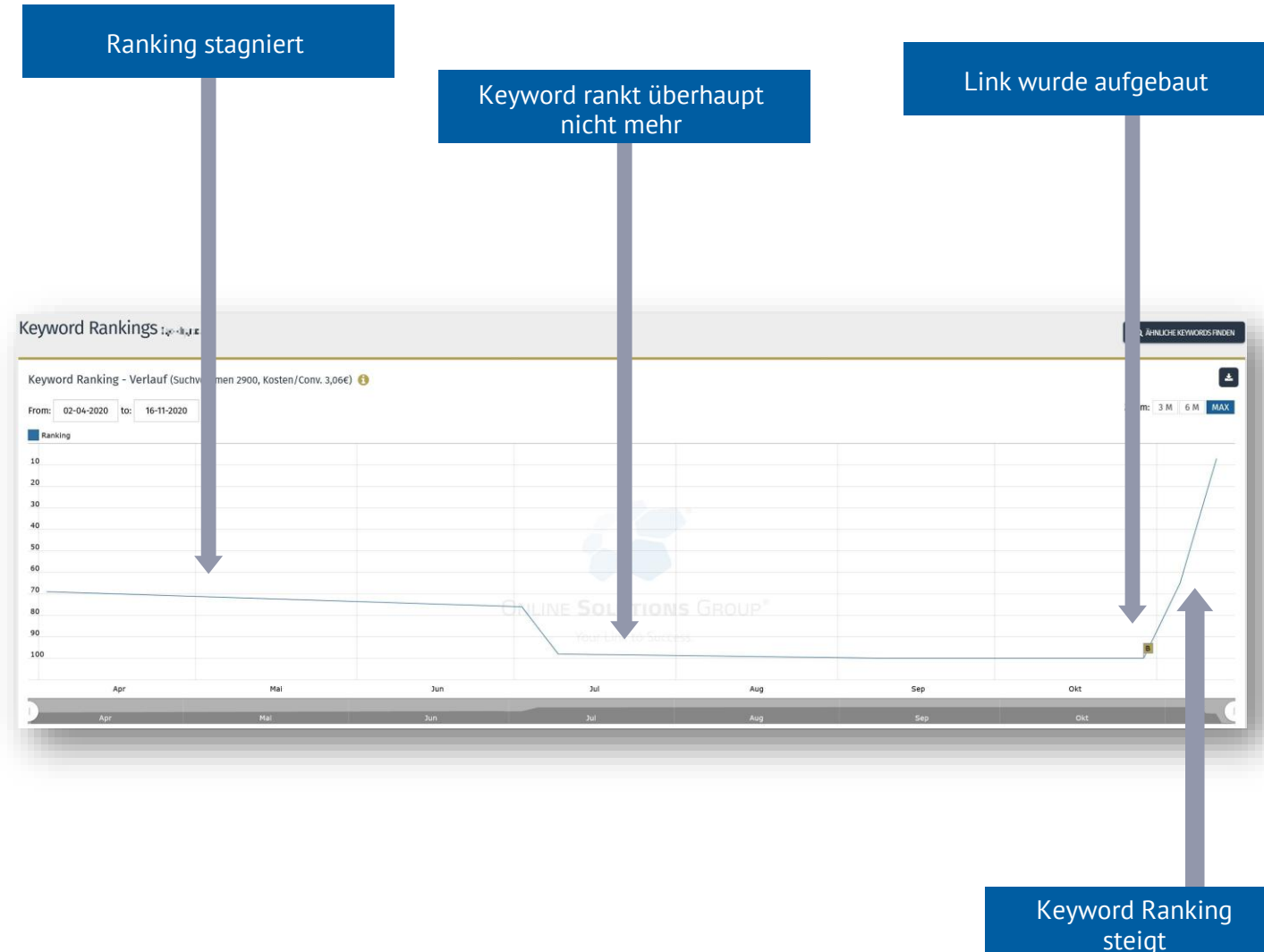


PERFORMANCE SUITE

KEYWORD II

STARKER ANSTIEG

- Auch hier stagnierte das Ranking monatelang
- Dann wurde es von Google komplett aus der Top100 geworfen
- Durch den aufgebauten Backlink sprang das Keyword innerhalb weniger Tage in die Top10
- Interessant hierbei ist, dass Google ein und die selbe Landingpage (mit dem selben Content) monatelang für nicht relevant hielt und plötzlich durch den aufgebauten Backlink seine Meinung komplett änderte.



KEYWORD III

LAUFENDE OPTIMIERUNG

- Bei hart umkämpften Keywords (hohes Suchvolumen und hoher CPC wie hier: 2900 SV und CPC von 7,31 €) ist oft mehr Arbeit nötig
- Inhalte nachoptimiert und laufender Backlink-Aufbau

Laufender Linkaufbau



Fehler #12:

Masse statt Klasse.



ONLINE SOLUTIONS GROUP®
Your Link to Success.

EXTERNE TEXTER ODER TEXTBROKER

Egal, Ob ein Text 50 €, 500 € Oder 1.000 € kostet → Wenn nichts rankt, ist es ein Verlust. Externe Texter und Broker immer auf Qualität prüfen.

PLAGIATE

- Oft werden einfach englische Quellen ins Deutsche übersetzt.
- Tools zum Duplicate Content-Check schlagen hier meist nicht an, da es sich nicht um eindeutiges Duplikat handelt.

Deutscher Text, der als „unique“ verkauft wird, ist eine Übersetzung eines englischen Wikipedia-Artikels ins Deutsche

[h1]Google Toolbar[/h1]

Die Google Toolbar hatte lange Zeit eine [strong]PageRank (PR)/[/strong]-Funktion, mit der der PR einer besuchten Seite als ganze Zahl zwischen 0 und 10 angezeigt wurde. Die beliebtesten Webseiten zeigten einen PR von 10. Die wenigsten zeigten einen PR von 0. Google hat die spezifische Methode zur Ermittlung eines PR-Werts in der Symbolleiste nicht bekannt gegeben, die nur als grobe Angabe des Werts einer Webseite zu betrachten ist. Im März 2016 kündigte Google an, diese Funktion nicht mehr zu unterstützen.

[h1]SERP-Rang[/h1]

Die Suchmaschinen-Ergebnisseite (SERP) ist das tatsächliche Ergebnis, das von einer Suchmaschine als Antwort auf eine Keyword-Abfrage zurückgegeben wird. Das SERP besteht aus Textausschnitten. Der SERP-Rang einer Webseite ist ein höheres Ranking einen höheren SERP-Rang bedingt. Der SERP-Rang einer Webseite ist eine Funktion ihres [strong]PageRank (PR)/[/strong], sondern auch eines [strong]PageRank (PR)/[/strong] (über 200). Die Suchmaschinenoptimierung (SEO) zielt darauf ab, die SERP-Rang einer Webseite zu beeinflussen.

Die Positionierung einer Webseite auf Google SERPs ist ein Hinweis von Google auf die Beurteilung der Reputation einer Webseite: Er ist nicht keyword-spezifisch. Google verwendet eine Kombination aus Webseite und Webseiten-Berechtigung, um die Gesamtberechtigung einer Webseite zu bestimmen, die um ein Keyword konkurriert. Der PR der Homepage einer Webseite ist der beste Hinweis, den Google für die Autorität der Webseite bietet.

Nach Einführung von Google Places in das Mainstream-organische SERP wirken sich neben dem PR zahlreiche andere Faktoren auf das Ranking eines Unternehmens in den lokalen Geschäftsergebnissen aus.

[h1]Falscher oder gefälschter PageRank[/h1]

In der Vergangenheit konnte der in der Symbolleiste angezeigte [strong]PageRank (PR)/[/strong] leicht manipuliert werden. Die Umleitung von einer Seite zur anderen, entweder über eine HTTP 302-Antwort oder durch das Aktualisieren eines Meta-Tag, führte dazu, dass die Quellseite den PR der Zielseite erhielt. Daher hätte eine neue Seite mit PR 0 und ohne eingehende Links PR 10 durch das Weiterleiten auf die Google-Startseite erhalten können. Diese sog. Spoofing-Technik war eine bekannte Sicherheitslücke. Spoofing kann im Allgemeinen durch Ausführen einer Google-Suche nach einer Quell-URL erkannt werden. Wenn die URL einer völlig anderen Seite in den Ergebnissen angezeigt wird, kann die letzte URL das Ziel einer Umleitung darstellen.

[h2]Manipulation von Pageranks[/h2]

Zur Suchmaschinenoptimierung bieten einige Unternehmen an, hohe [strong]PageRank (PR)/[/strong]-Links an Webmaster zu verkaufen. Da Links von Seiten mit höherem PR als wertvoller angesehen werden, sind sie tendenziell teurer. Es kann eine effektive und praktikable Marketingstrategie sein, Linkwerbung auf hochwertigen Inhaltseiten und relevanten Webseiten zu kaufen, um den Traffic zu steigern und die Linkpopularität einer Webmasters zu steigern. Google hat Webmaster jedoch öffentlich gewarnt, dass ihre Links abgewertet werden, wenn sie Links verkaufen oder entdeckt werden, um PR und Reputation zu verleihen.

Google Toolbar [edit]

The **Google Toolbar** long had a PageRank feature which displayed a visited page's PageRank as a whole number between 0 and 10. The most popular websites displayed a PageRank of 10. The least showed a PageRank of 0. Google has not disclosed the specific method for determining a Toolbar PageRank value, which is to be considered only a rough indication of the value of a website. In March 2016 Google announced it would no longer support this feature, and the underlying API would soon cease to operate.^[40]

SERP rank [edit]

The **search engine results page** (SERP) is the actual result returned by a search engine in response to a keyword query. The SERP consists of a list of links to web pages with associated text snippets. The SERP rank of a web page refers to the placement of the corresponding link on the SERP, where higher placement means higher SERP rank. The SERP rank of a web page is a function not only of its PageRank, but of a relatively large and continuously adjusted set of factors (over 200).^[41] **Search engine optimization** (SEO) is aimed at influencing the SERP rank for a website or a set of web pages.

Positioning of a webpage on Google SERPs for a keyword depends on relevance and reputation, also known as authority and popularity. PageRank is Google's indication of its assessment of the reputation of a webpage: It is non-keyword specific. Google uses a combination of webpage and website authority to determine the overall authority of a webpage competing for a keyword.^[42] The PageRank of the HomePage of a website is the best indication Google offers for website authority.^[43]

After the introduction of **Google Places** into the mainstream organic SERP, numerous other factors in addition to PageRank affect ranking a business in Local Business Results.^[44]

Google directory PageRank [edit]

The **Google Directory** PageRank was an 8-unit measurement. Unlike the Google Toolbar, which shows a numeric PageRank value upon mouseover of the green bar, the Google Directory only displayed the bar, never the numeric values. Google Directory was closed on July 20, 2011.^[45]

False or spoofed PageRank [edit]

In the past, the PageRank shown in the Toolbar was easily manipulated. Redirection from one page to another, either via a **HTTP 302** response or a "Refresh" meta tag, caused the source page to acquire the PageRank of the destination page. Hence, a new page with PR 0 and no incoming links could have acquired PR 10 by redirecting to the Google home page. This **spoofing** technique was a known vulnerability. Spoofing can generally be detected by performing a Google search for a source URL; if the URL of an entirely different site is displayed in the results, the latter URL may represent the destination of a redirection.

Manipulating PageRank [edit]

For **search engine optimization** purposes, some companies offer to sell high PageRank links to webmasters.^[46] As links from higher-PR pages are believed to be more valuable, they tend to be more expensive. It can be an effective and viable marketing strategy to buy link advertisements on content pages of quality and relevant sites to drive traffic and increase a webmaster's link popularity. However, Google has publicly warned webmasters that if they are or were discovered to be selling links for the purpose of conferring PageRank and reputation, their links will be devalued (ignored in the calculation of other pages' PageRanks). The practice of buying and selling^[47] is intensely debated across the Webmaster community. Google advises webmasters to use the **nofollow HTML attribute** value on sponsored links. According to **Matt Cutts**, Google is concerned about webmasters who try to **game the system**, and thereby reduce the quality and relevance of Google search results.^[48]

GELIEFERT WIE BESTELLT?

*„Obwohl die herkömmliche Logik besagt, dass es allgemein klüger ist, eine gute Meta-Beschreibung zu formulieren, **als die Engines eine bestimmte Webseite kratzen zu lassen**“*

Although conventional logic would hold that it's universally wiser to write a good meta description rather **than let Google scrape the page** and display their own

*„**Werkzeug-
kasten**“*

Tool-Box

Fehler #13:

Texte nicht nachoptimieren.



ONLINE SOLUTIONS GROUP®
Your Link to Success.



CONTENT REGELMÄßIG PRÜFEN

In vielen Unternehmen „schlummern“ diverse Materialien wie Broschüren oder Präsentationen, die nicht genutzt werden. Aber auch der vorhandene Website-Content wird oftmals nur unzulänglich genutzt. Es wird evtl. laufend neuer Content erstellt. Alte Inhalte werden nicht auf Erfolg geprüft und nachoptimiert.

Wie performt Ihr Content?

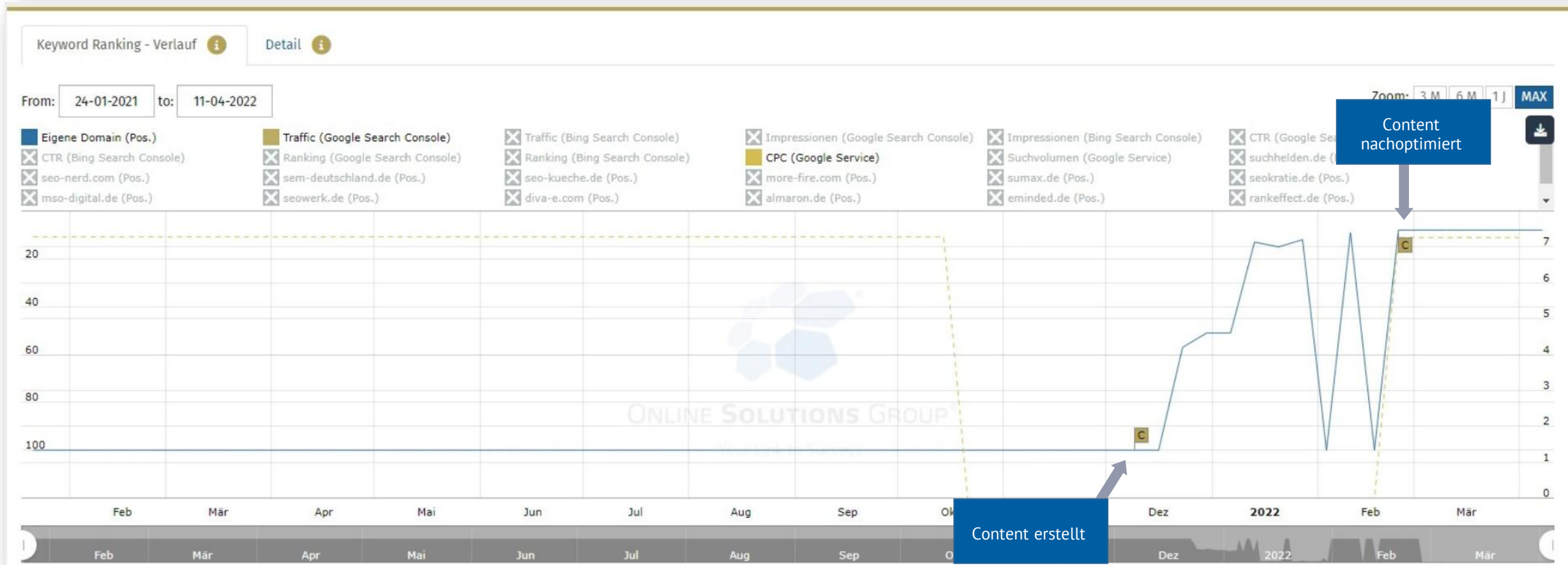
- Welche Texte ranken?
- Welche Keywords ranken?
- Welche Positionen?
- Rankt die richtige URL?
- Seit wann ist der Text online?

**„WO IST DER BESTE PLATZ,
UM EINE LEICHE ZU
VERSTECKEN? SEITE 2 BEI
GOOGLE.“**

(SEO-Weiheit))

NACHOPTIMIERUNG

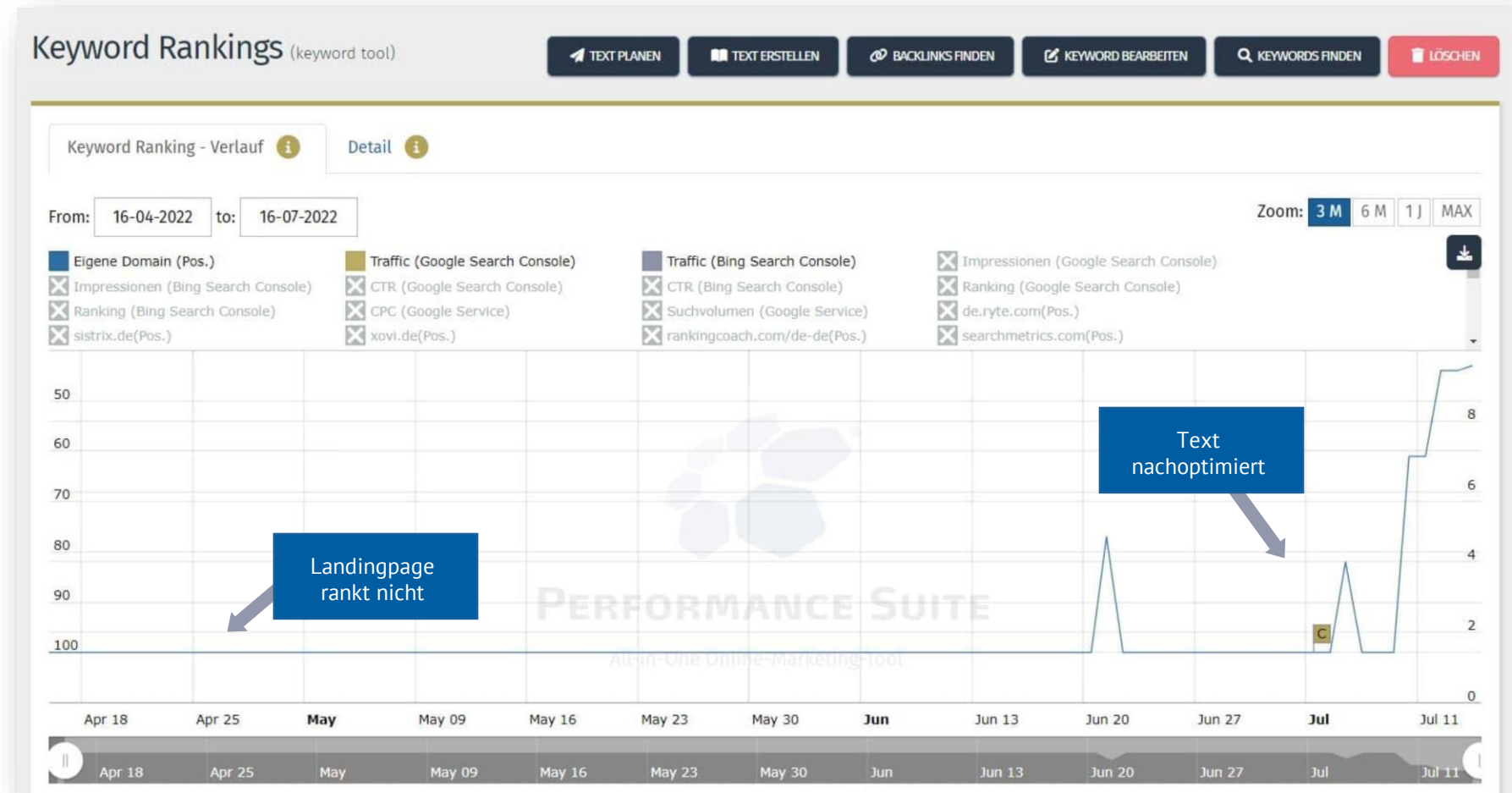
Ohne Daten geht es nicht! Zur Not muss man den Text nachoptimieren, bis das Ergebnis stimmt! Die Wettbewerbssituation kann sich auch z. B. nach Google Updates ändern oder es sind neue Wettbewerber auf dem Markt.



OFT BRINGT „FEINSCHLIFF“ SCHON ERFOLGE

WAS WURDE GEMACHT?

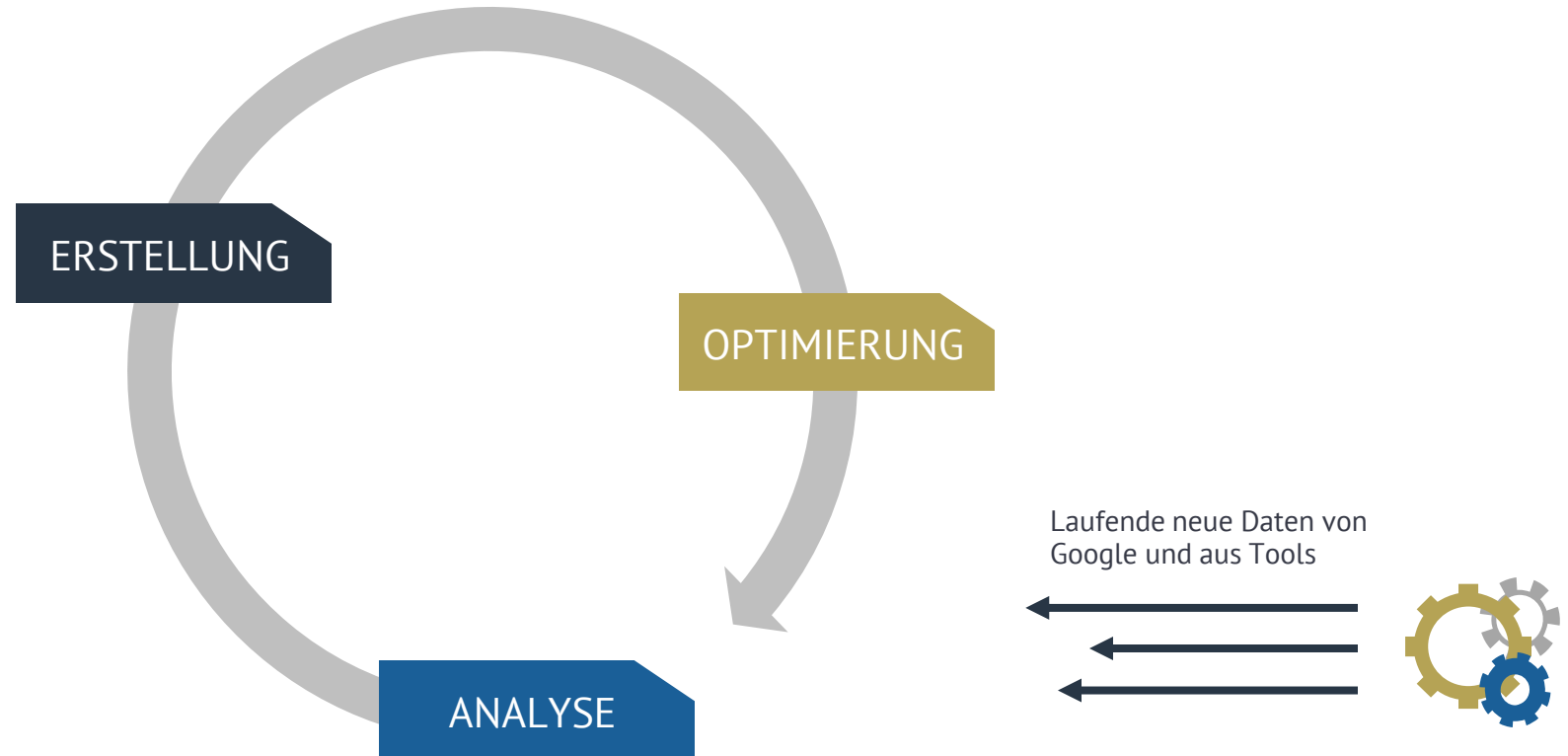
- Fokus-Keyword leicht abgeändert
- Ähnlich wichtige Begriffe wie “Google” untergebracht
- Passende Fragen und verwandte Suchanfragen zu den wichtigsten Keywords eingefügt



DER CONTENT-PROZESS IST ITERATIV

IN BEWEGUNG

- Täglich gibt es neue Daten: empfohlene Textlängen, Trends und Suchvolumina können sich ändern
- Roadmaps und Keywordanalysen, die vor Monaten erstellt wurden, sind zum Teil schon wieder veraltet. Immer mit aktuellen Daten arbeiten
- Wenn Erfolge nicht eintreten, laufend neu analysieren und nachoptimieren



Auswertungen

Bei Berücksichtigung aller
Tipps sind sofort Erfolge
sichtbar.



ONLINE SOLUTIONS GROUP®
Your Link to Success.



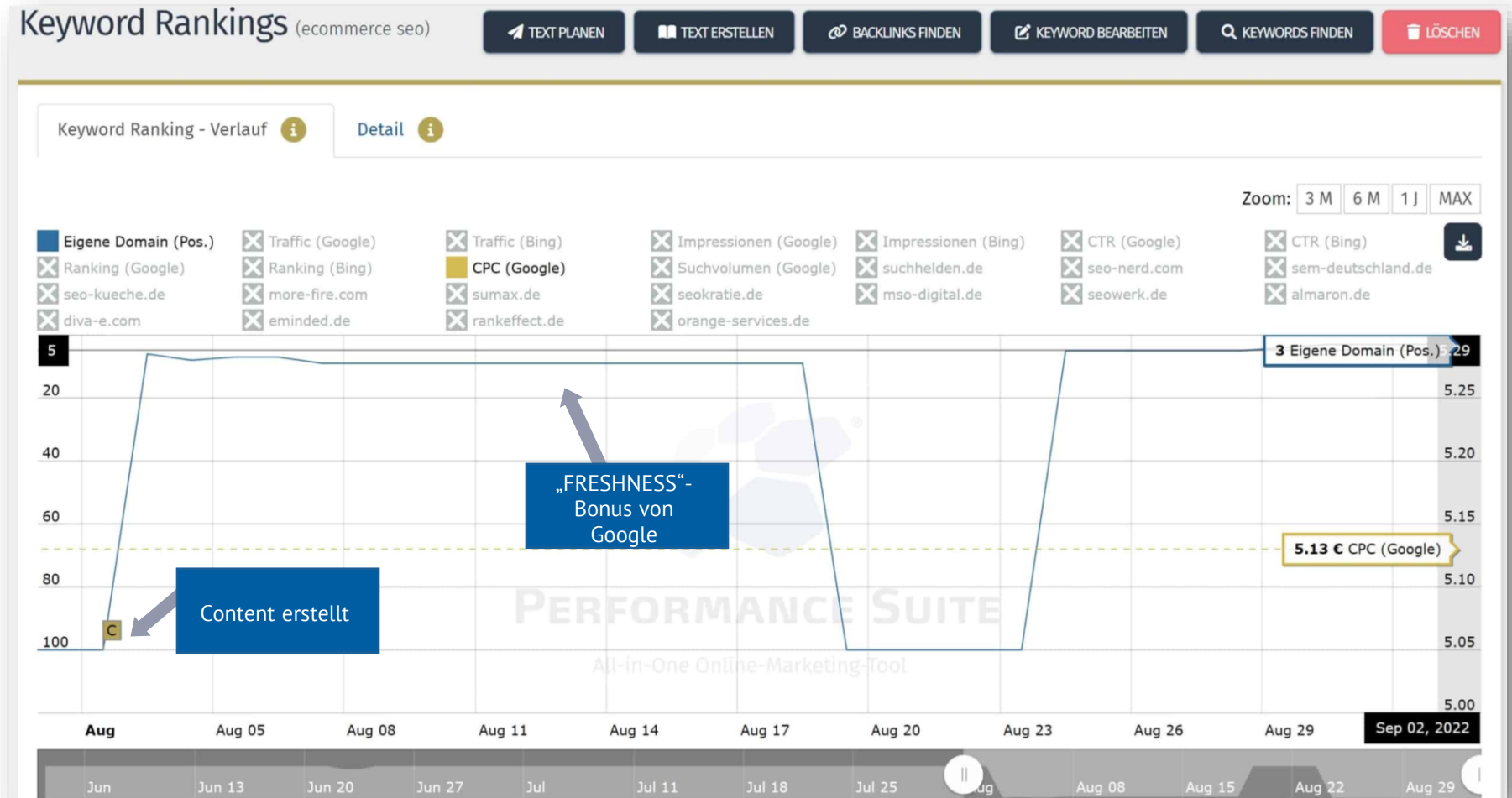
- 4 „frische“ Texte → 4x Top-5-Ranking
- Bei Einhaltung aller Kriterien:
100% Erfolgsquote

- 4 „frische“ Texte → 4x Top-5-Ranking
- Bei Einhaltung aller Kriterien:
100% Erfolgsquote

DAS BRINGT ES (I):

ECOMMERCE SEO

- Suchvolumen:
260/Monat
- Von Position 100 auf 6
innerhalb eines Tages!
- Nach 30 Tagen
Position 3 erreicht



DAS BRINGT ES (II):

INHOUSE SEO

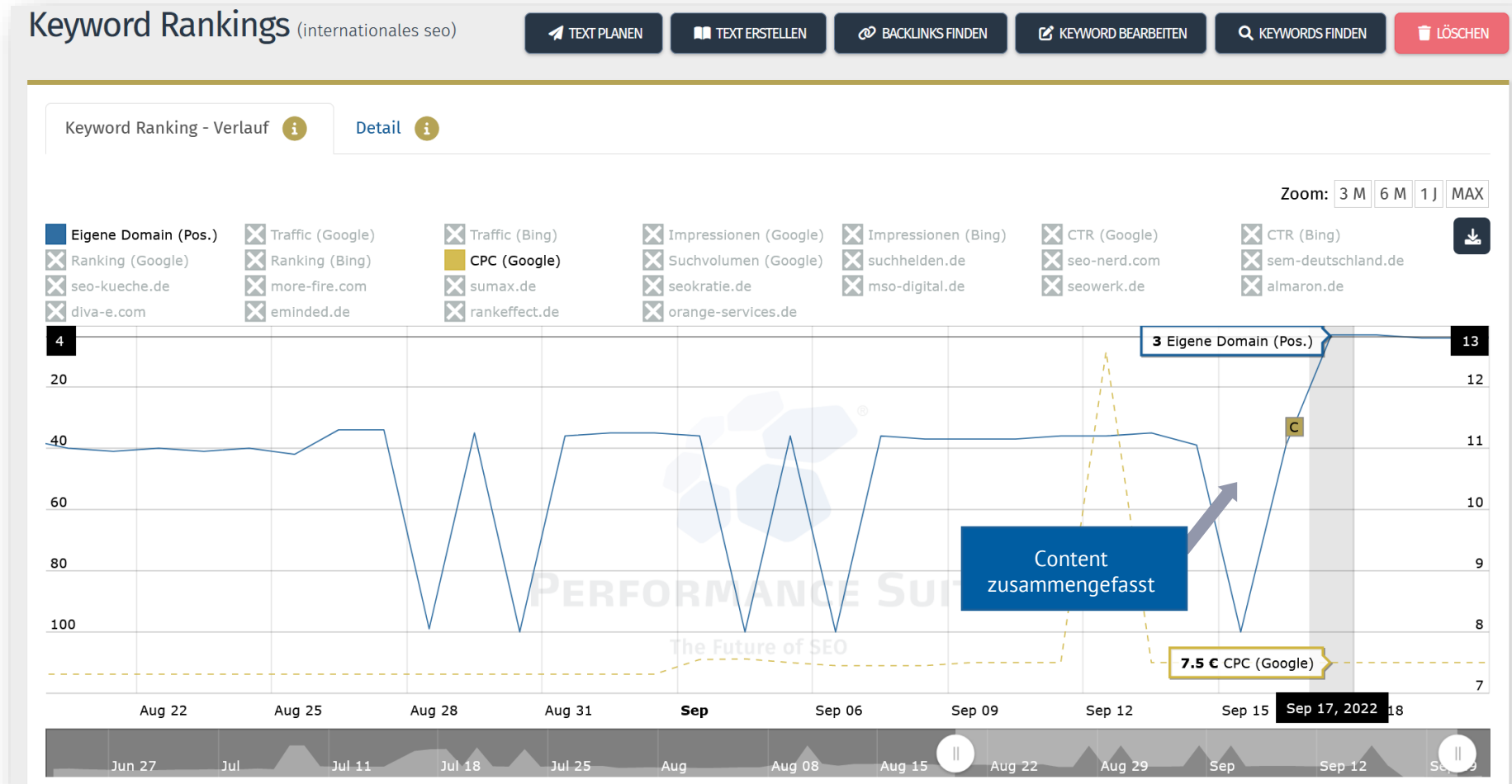
- Suchvolumen:
40/Monat
- Von Position 100 auf 5
innerhalb eines Tages!
- Nach 2 Monaten
Position 1 erreicht



DAS BRINGT ES (III):

INTERNATIONALES SEO

- Suchvolumen:
260/Monat
- Innerhalb von 24
Stunden von Position
40 auf 3!



DAS BRINGT ES (III):

INTERNATIONALES SEO

- Hier wurde auch die Content-Art geändert. Statt einer Landingpage rankt nun ein umfassender Ratgeber-Artikel

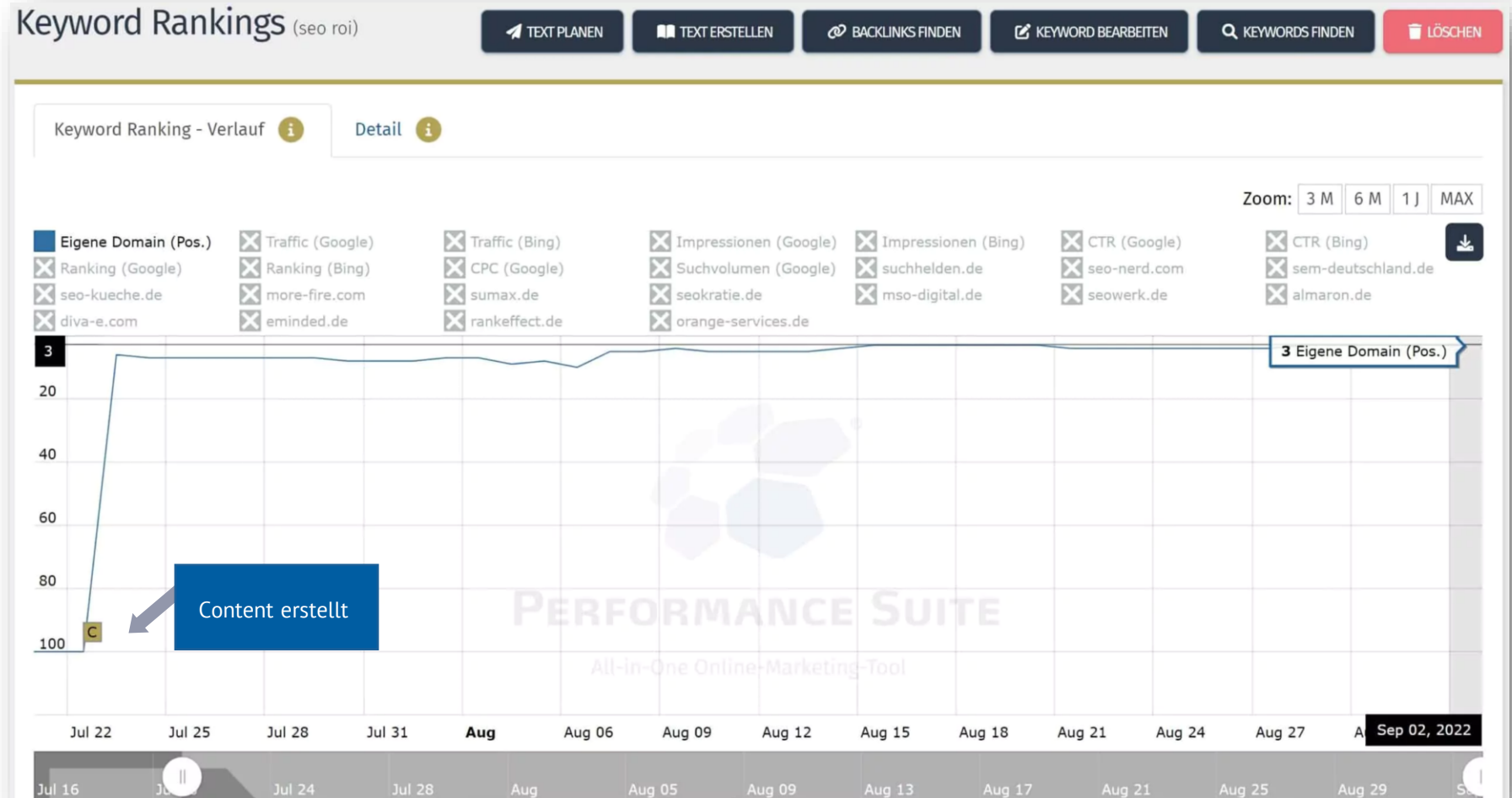
Datum	Pos.	Δ	Url	Text übernehmen	GSC Position	GSC Impressionen	GSC Klicks	GSC CTR	Google Service Competition	Google Service CPC	Google Service SV
21.09.2022	4	0	https://www.onlinesolutionsgroup.de/blog/internationales-seo/	TEXT ÜBERNEHMEN	12.59	32	1	3.13%	0.07	7,50 €	260
20.09.2022	4	0	https://www.onlinesolutionsgroup.de/blog/internationales-seo/	TEXT ÜBERNEHMEN	5.96	28	1	3.57%	0.07	7,50 €	260
19.09.2022	4	-1	https://www.onlinesolutionsgroup.de/blog/internationales-seo/	TEXT ÜBERNEHMEN	4.39	33	3	9.09%	0.07	7,50 €	260
18.09.2022	3	0	https://www.onlinesolutionsgroup.de/blog/internationales-seo/	TEXT ÜBERNEHMEN	8.25	28	0	0%	0.07	7,50 €	260
17.09.2022	3	36	https://www.onlinesolutionsgroup.de/blog/internationales-seo/	TEXT ÜBERNEHMEN	3.48	31	3	9.68%	0.07	7,50 €	260
16.09.2022	39	61	https://www.onlinesolutionsgroup.de/internationales-seo/	TEXT ÜBERNEHMEN	22.82	22	2	9.09%	0.07	7,50 €	260
15.09.2022	100	-61			45.7	23	0	0%	0.07	7,50 €	260
14.09.2022	39	-4	https://www.onlinesolutionsgroup.de/internationales-seo/		39.78	40	0	0%	0.07	7,50 €	260
13.09.2022	35	1	https://www.onlinesolutionsgroup.de/internationales-seo/	TEXT ÜBERNEHMEN	39.88	26	0	0%	0.07	7,50 €	260
12.09.2022	36	0	https://www.onlinesolutionsgroup.de/internationales-seo/	TEXT ÜBERNEHMEN	39.82	22	0	0%	0.04	12,58 €	260
11.09.2022	36	1	https://www.onlinesolutionsgroup.de/internationales-seo/	TEXT ÜBERNEHMEN	36.55	20	0	0%	0.07	7,50 €	260
10.09.2022	37	0	https://www.onlinesolutionsgroup.de/internationales-seo/	TEXT ÜBERNEHMEN	41.39	18	0	0%	0.07	7,50 €	260
09.09.2022	37	0	https://www.onlinesolutionsgroup.de/internationales-seo/	TEXT ÜBERNEHMEN	37.82	17	0	0%	0.07	7,50 €	260
08.09.2022	37	-1	https://www.onlinesolutionsgroup.de/internationales-seo/	TEXT ÜBERNEHMEN	47.52	21	0	0%	0.07	7,45 €	260
07.09.2022	36	64	https://www.onlinesolutionsgroup.de/internationales-seo/	TEXT ÜBERNEHMEN	41.69	26	0	0%	0.07	7,45 €	260
06.09.2022	100	-64		-	38.39	28	0	0%	0.07	7,45 €	260
05.09.2022	36	64	https://www.onlinesolutionsgroup.de/internationales-seo/	TEXT ÜBERNEHMEN	43.3	20	0	0%	0.07	7,50 €	260
04.09.2022	100	-64		-	36.71	17	0	0%	0.07	7,56 €	260
03.09.2022	36	-1	https://www.onlinesolutionsgroup.de/internationales-seo/	TEXT ÜBERNEHMEN	41.73	15	0	0%	0.07	7,55 €	260

Neue URL/
Content-Art

DAS BRINGT ES (IV):

SEO ROI

- Wenige Stunden nach Livegang schon Position 6
- Nach einer Woche Position 3 bei Google





Bei keinem der Beispiele wurde eine WDF/IDF-Analyse genutzt. Das ist antiquiert.
→ Begriffe nutzen, welche zum Thema passen und auch von der Zielgruppe genutzt werden.



Tools dürfen Textern nicht die Freiheit nehmen, da dies beim Arbeiten demotiviert. Eine automatische Erfolgskontrolle dagegen motiviert jeden.

WICHTIGSTE TIPPS



DATA-DRIVEN SEIN

Nicht auf das hören, was irgendwer irgendwo behauptet, sondern alles immer hinterfragen und anhand Daten Entscheidungen treffen. Aussagen mit Daten stützen.



MENSCHEN MACHEN GUTE TEXTE

Tools müssen Daten liefern, haben aber ihre Grenzen. Kreativität und Content brauchen gute Mitarbeiter. Stumpfe WDF/IDF-Analysen mit Vorschlägen, Keywords wie Banane oder Kiwi öfter oder seltener zu nutzen, machen keinen Sinn. Das ist das, was Tools & KI bis heute **nicht** gut können und wo Menschen eindeutig besser sind.



STRUKTUREN EINFÜHREN

Strukturen einführen, die es jedem Mitarbeiter einfach ermöglichen, gute Texte, Keyword-Recherchen usw. zu erstellen. Ohne Strukturen keine Erfolge.



ROI PRÜFEN

Im Marketing achten alle Firmen penibel auf den ROI. Bei den erstellten Inhalten ist das aber nicht der Fall. Kaum eine Firma prüft systematisch, ob die erstellten Texte ranken. Hier wird Geld zum Fenster rausgeworfen.

PERFORMANCE SUITE (PS) CONTENT TOOL



PERFORMANCE SUITE

The Future of SEO

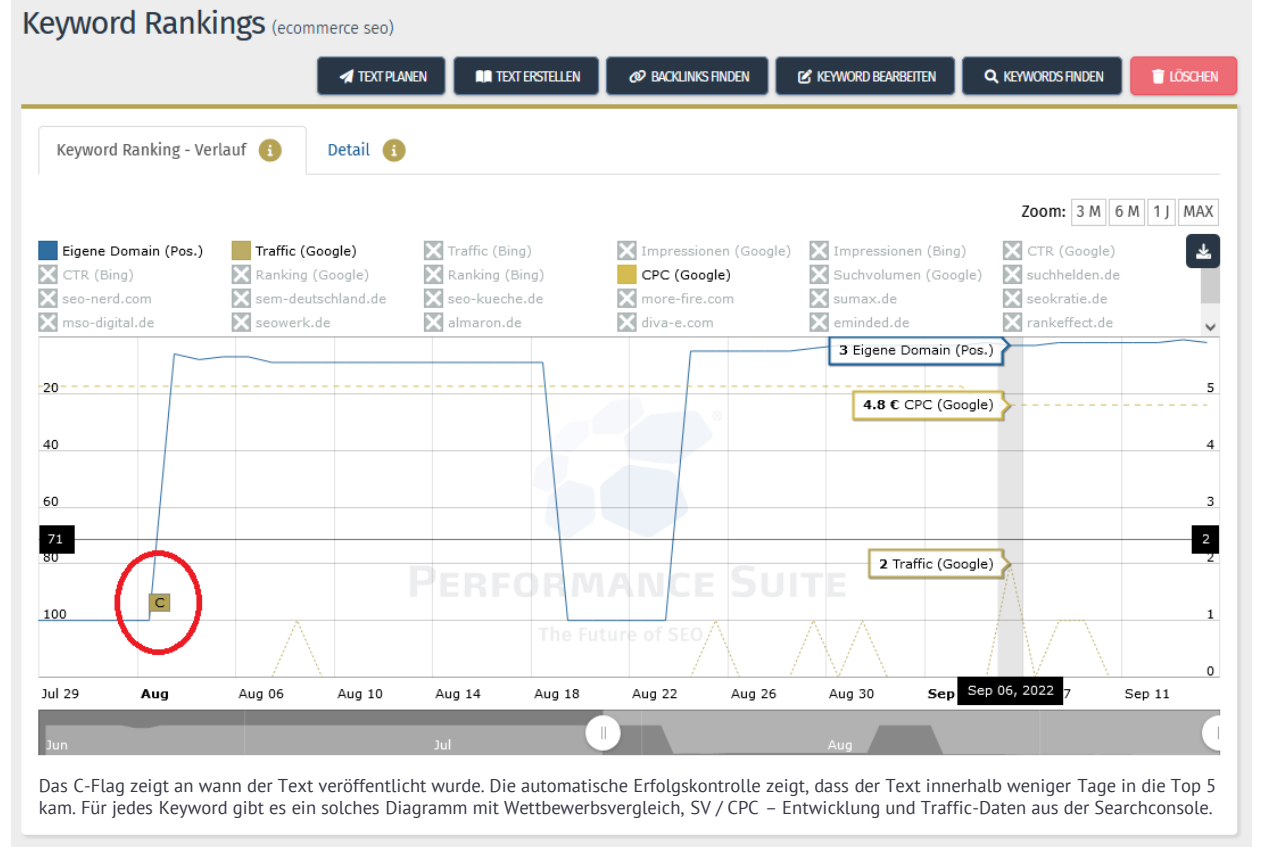
SPECIAL FEATURES (AUSZUG)

- Übersicht aller erstellten Texte (Textübersicht)
- **Erstellen und Optimieren beliebig vieler Texte**
- Automatische Erfolgskontrolle: automatische Auswertung der Rankings aller Texte (siehe Grafik rechts)
- Umfassende Keyword-Tools & Google APIs (z. B. GSC)
- SEO & Content in einem Tool
- Grammatik- und Rechtschreibprüfung + eigenes Wörterbuch
- Ermittlung der optimalen Textlänge und Keyword-Dichte
- Tests zeigen: Texte, die mit der PS erstellt werden, ranken ca. 5 mal schneller und ca. 60 % besser
- Frühwarnsystem, wenn Texte „schlechter“ werden
- Abbildung aller relevanten Workflows, z. B. Korrektorat oder Briefing
- Echte User-Fragen, Top-News, Podcasts und vieles mehr
- Auch international einsetzbar (Oberfläche in 20 Sprachen, 240 Google-Länder crawlbar und mehr)
- Weitere Infos unter: <https://www.performance-suite.io/content-tool/>
- Free Account: https://osg-ps.de/free_registration/wizard

„Ich habe schon etliche Content-Editoren getestet. Dieser hier ist definitiv der beste! ...Texte, die deutlich besser ranken werden, als Du es bisher gewohnt bist.“

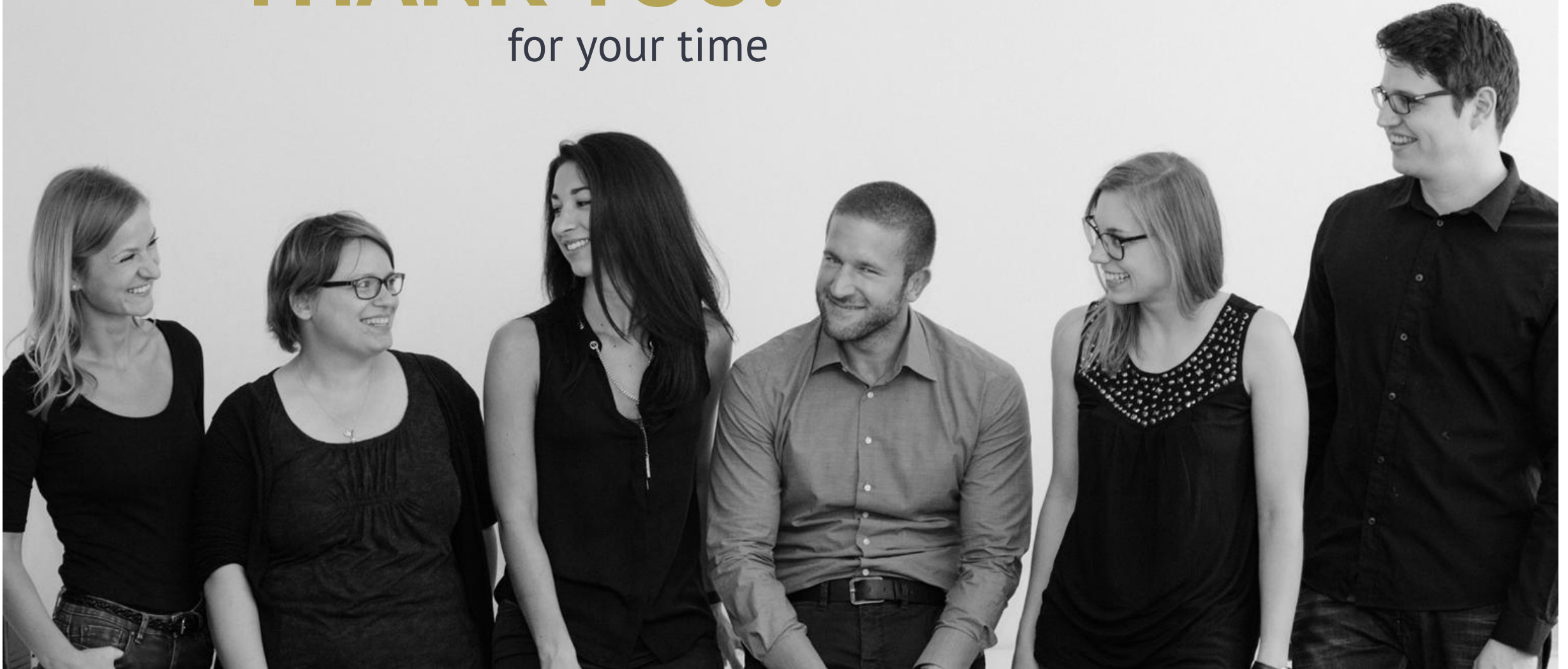
Andreas Hecht, seoagentur-hamburg.com

<https://www.performance-suite.io/referenzen/>



THANK YOU!

for your time



FRAGEN & ANTWORTEN