

.checkliste

zur Suchmaschinenoptimierung



FS

Kaum eine Disziplin des Online Marketings ist so herausfordernd und unterliegt so häufigen Änderungen (Google Algorithmus Updates), wie die Suchmaschinenoptimierung. Wir haben für Sie diese Checkliste zusammengestellt, die Ihnen dabei helfen soll, die richtigen Fragen zu stellen.

Die Basis einer fundierten Suchmaschinenoptimierung bilden immer zunächst die Keywords. Hierbei setzen wir auf einen gesunden Mix aus Ihrer Erfahrung (Intuition) sowie entsprechenden Zahlen, Daten und Fakten. So ist es heute möglich, zu untersuchen, wie viele User je Monat nach einem bestimmten Suchbegriff (oder einer Suchbegriffskombination) suchen. Zudem werden inzwischen (Stand Januar 2016) über 50% der lokalen Suchbegriffe mit Ortsnamen kombiniert.

Frau Pfeifer ist die zentrale Ansprechpartnerin im Bereich der Suchmaschinenoptimierung. Alle Anliegen betreffend der SEO und SEA sind an Susanne Pfeifer aus dem Hause baseplus[®] DIGITAL MEDIA GmbH zu kommunizieren.

Nachfolgend die Kontaktdaten der Ansprechpartnerin:

Susanne Pfeifer (Online Marketing Manager) | baseplus[®] DIGITAL MEDIA GmbH
Speditionstraße 21 | 40221 Düsseldorf | Deutschland
Phone: +49 (0)211 781 796 - 0 | Durchwahl: +49 (0)211 781 796 - 28
Mail: spf@baseplus.de

Onsite-Optimierung

Content & Keywords

- Passen die Inhalte zum Thema / Titel der Website?
- Gibt es regelmäßig aktuelle Inhalte?
- Sind Zielgruppen und Keywords definiert?
- Enthält die Website einmalige, für die Zielgruppe interessante Inhalte?
(Unique-Content ist positiv für das Ranking. Verwenden Sie keine Text-Duplikate von anderen Websites)
- Gibt es keinen doppelten Content auf der eigenen Seite oder den Tochterseiten (Seiten, die identischen Inhalt haben)?
- Stehen alle wesentlichen Informationen schon auf der Startseite?
- Sind alle Keywords aus der Perspektive der Suchenden formuliert? (Auf drei bis fünf konzentrieren)
- Wurden Suchwortkombinationen berücksichtigt sog. Keyword-Phrasen? (Nutzer geben häufig längere Suchphrasen ein)
- Steht das / die Keyword(s) möglichst am Anfang der Webseite?
- Stehen Keywords in Überschriften? (H1=wichtig bis H6=weniger wichtig)
- Sind die Überschriften und Zwischenüberschriften bezeichnend für den jeweiligen Inhalt?
- Sind die Artikel klar strukturiert, thematisch fokussiert und längere Artikel in thematische Absätze mit entsprechenden Zwischenüberschriften gegliedert?
- Konnte das / die Keyword(s) fett hervorgehoben werden?
- Gibt es hervorgehobene Teaser (Vorspanne) in den Artikeln und enthalten diese Keywords?
- Stehen Keywords in Aufzählungen?
- Steht die Keyworddichte optimal bei 3-4%? (Tipp: tools.sistrix.de/kd/)
- Finden sich die Keywords in Menüpunkten und Rubriken wieder?
- Gibt es (beschreibende) Alternativtexte mit Keywords für Bilder und Videos?
- Ist die Seite für Social-Tagging und Social-Media-Empfehlungen optimiert?
- Gibt es eine aussagekräftige Meta-Description? (< 155 Zeichen)

Für Fortgeschrittene

- Ist die Firmenadresse zu sehen, wenn Googles lokale Suche eine Rolle spielt?
- Haben Sie die optimale Lösung für Ihre anderssprachige Website-Version gewählt? Tipp: goo.gl/xl83oC
- Verzichtet die Website auf suchmaschinenrelevanten Content in Flash? (Nicht lesbar für Suchmaschinen)
- Entspricht der Title-Tag der folgenden Syntax: „Keyword | Category | Website Title“ (max. 65 Zeichen)?

Navigation & Technik

- Enthält die Domain (URL) das/die Keyword(s)?
- Lädt Ihre Seite (die Startseite) schneller als 1,5 Sekunden? (Tipp: mehr als 60 Punkte bei <http://developer.google.com/pagespeed>)
- Wurde ein Tracking-Tool integriert, um später Zugriffsstatistiken auswerten zu können? (z.B.: Google-Analytics, E-Tracker)
- Liegt die durchschnittliche Verweildauer auf Ihrer Seite bei über 30 Sekunden?
- Wurde die Website bei Google Webmaster Tools registriert?
- Werden Frames vermieden?
- Sind die Verzeichnis- und Dateinamen dem Thema entsprechend benannt? (Beispiel: „guidelines_firma_xy.pdf“ statt „tmp244536.pdf“)
- Lassen sich Grafiklinks durch Textlinks austauschen?
- Gibt es eine Brotkrümelnavigation (Pfad)?
- Sind alle internen und externen Links intakt (keine Broken Links)?
- Sind alle Unterseiten über die internen Verlinkungen erreichbar?
- Ist die interne Linkstruktur so ausgerichtet, dass die meisten Links auf die wichtigsten Seiten führen?
- Ist Ihre Seite für die mobile Nutzung optimiert?
- Wurde eine XML-Sitemap angelegt und bei den Google Webmaster Tools bzw. Bing eingetragen?
- Enthalten die Links ein Title-Tag und die Linktexte das/die Keyword(s)? (Tipp: Title erscheint, wenn man per Maus darüber fährt)

Für Fortgeschrittene

- Wurden unwichtige Links ggf. mit rel="nofollow" gekennzeichnet?
- Sind alle Links für Suchmaschinen erkennbar? (Tipp: Spidersimulation)
- Wurden die PDF-Dokumente entsprechend optimiert? (Tipp: Acrobat Professional > Datei > Eigenschaften > Titel eintragen)
- Werden Weiterleitungen über Redirect 301 gesteuert? (vor allem wichtig beim Umzug / Relaunch einer Website)
- Wurden GEO -Tags gesetzt, wenn die lokale Suche eine Rolle spielt?
- Für Blogs: Wurde das Protokoll „PubSubHubbub“ eingerichtet?
(RSS-Feed wird dann aktiv an Google übermittelt, dies kann in den Google Webmastertools eingestellt werden)
- Ist eine robots.txt-Datei angelegt, um die Suchmaschine zu leiten?
- Ist der Quellcode fehlerfrei (alle Tags geschlossen, keine Endlosschleifen in Skripten)?
- Beschränkt sich die URL auf eine max. Tiefe von vier Ebenen? (Beispiel: <http://www.mysite.com/ebene2/ebene3/ebene4.html>)
- Verzichtet die Website auf dynamische Adresszeilen (URL) mit vielen Sonderzeichen und Parametern?
(Tipp: mod-rewrite verwenden)
- Wurde eine benutzerdefinierte 404-Fehlerseite angelegt? (Tipp: <http://goo.gl/mz50z>)
- Werden Session-IDs vermieden?

Offsite-Optimierung

Allgemein

- Ist die Domain über ein halbes Jahr im Netz? (Wenn nicht, taucht die Website noch nicht unbedingt in den Suchergebnissen auf.)
- Sind alle Seiten im Google-Index zu finden?
(Tipp: bei Google „site:www.meine-domain.de“ eingeben, dort die Anzahl der gefundenen Domains vergleichen)
- Stimmt der beschreibende Text in der Ergebnisanzeige der Suchmaschinen, damit auch häufig genug darauf geklickt wird?
- Liegt der PageRank bei Google auf Dauer mindestens über dem Wert 3? (Tipp: www.seitwert.de)
- Gibt es Content-Duplikate Ihrer Website, die von fremden Websites gemacht wurden und in Suchmaschinen höher ranken als Ihre eigenen?

Vernetzung & Backlinks

- Existieren bereits genügend Backlinks? (Tipp: <http://seo-united.de/backlink-checker>)
- Wurde aktiv nach Möglichkeiten gesucht, die Domain im Web zu hinterlassen, um Links einzusammeln?
- Wurde die Website in Linklisten eingetragen? (Wenn ja, ist es wichtig im Quelltext zu überprüfen, ob Links dort das Attribut „nofollow“ beinhalten. Dann nutzt der Backlink wenig.)
- Existiert eine „gesunde“ Backlinkstruktur und führen genügend Links von unterschiedlichen Adressen aus auf Ihre Website?
- Variiert der Text auf den Backlinks auf natürliche Weise, so dass nicht der Hauptteil der Links exakt den gleichen Text enthält?
- Gibt es einen Wikipedia-Eintrag zu Ihrem Unternehmen/Produkt (falls dafür geeignet) mit entsprechendem Backlink?
- Veröffentlichen Sie regelmäßig Content auf soziale Netzwerken, in dem Sie auf Ihre Website verweisen?
- Passt der Text und das Umfeld der Backlinks thematisch zu Ihrer Website?
- Gibt es ausreichend sinnvolle interne und hochwertige externe Links mit hohem PageRank?
(Aber auf keinen Fall mehr als 100. Besser wenige qualitativ hochwertige!)
- Wurde ein Eintrag im Open Directory Project (DMOZ) in einer passenden Kategorie beantragt?
- Wurde nach vier Wochen kontrolliert, ob der DMOZ-Eintrag schon freigeschaltet wurde und der Antrag ggf. wiederholt?
- Wurde das Unternehmen bereits bei „Google MyBusiness“ mit der Firmenadresse angemeldet?
(Google nutzt diese Angabe für die lokale Suche)
- Wurde Ihr Online-Shop im „Google Merchant Center“ angemeldet und mit Produkt-Feeds versorgt?

Senden Sie uns einfach diese Checkliste vor unserem nächsten Gespräch an: info@baseplus.de

Ihre Kontaktdaten

Firma _____

Branche _____

Kontaktperson _____

Straße, Hausnummer _____

PLZ, Ort _____

Telefon _____ Fax _____

E-Mail _____

Internetadresse _____

Bei Fragen schreiben Sie uns einfach eine E-Mail info@baseplus.de oder rufen Sie uns an **+49 (0) 211 781 796 - 0**

baseplus[®] DIGITAL MEDIA GmbH
Speditionstraße 21 | 40221 Düsseldorf | Deutschland
Phone: +49 (0)211 781 796 - 0
Mail: info@baseplus.de
Web: www.baseplus.de