

Friedrich Oswald

**SO WERDE ICH
SEO-SPEZIALIST(IN)**



WINDSOR VERLAG

www.windsor-verlag.com

© 2015 Friedrich Oswald

Alle Rechte vorbehalten. All rights reserved.

www.mallorca-unternehmen.com

Verlag: Windsor Verlag
ISBN: 978-1-627842-27-3

Umschlaggestaltung: Julia Evseeva
Titelbild: Friedrich Oswald
Illustrationen: Friedrich Oswald
Layout: Julia Evseeva

Das Werk, einschließlich seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlages und des Autors unzulässig. Dies gilt insbesondere für die elektronische oder sonstige Vervielfältigung, Übersetzung, Verbreitung und öffentliche Zugänglichmachung.

INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT	7
MARKETING	
Marketingformen	11
BUCH 1: CMS-SYSTEME UND SEM	
Wie entwickelst Du Deine Website?	15
CMS Content Management Systeme	16
Open Source	18
Welches CMS ist für mich das Richtige?	20
Große, komplexe CMS	21
Leichtgewichtige CMS	25
OnePage	26
BUCH 2: ALLES ÜBER SEO	
Internet Marketing – keine Glaskugel!	31
Warum ist SEO wichtig?	33
Was ist unter SEM zu verstehen?	35
SEM als gezieltes Performance-Marketing-Instrument	35
Unterschied zwischen SEM und SEO	37
Anzeigenerweiterungen	40
Statistische Informationen zu SEM	46
Warum kaufen Besucher und was hat das mit SEO zu tun? ...	48
Woran musst Du sonst noch denken bei Deinem SEO-Projekt	50
Wichtige Regeln für Dein erfolgreiches SEO-Projekt	51
On-Page-Optimierung Deiner Website?	56
Start Deines SEO-Projekts	65
Keywords (Schlüsselworte)	66
Optimierung der keywords von Hand	68
Erstelle eine erste Liste von Schlüsselwörtern	70
Denke an Phrasen	70
Nutze das Internet, um mehr Ideen zu bekommen	71

Optimierung der keywords durch Tools	84
Wichtige Hinweise für Deine Website	92
Mach Deine Website Search Engine freundlich	92
URLs Search Engine freundlich gestalten	95
Wie gestaltest Du die Navigation in Deinen Seiten?	97
Entferne die Willkommen-Seite	102
Entdecke defekte Links	103
Entferne Duplicate Content	103
HTML- und CSS-Fehler	113
Erstelle eine Sitemap	115
Was ist eine Landingpage?	121
SEO On-Page-Optimierung	130
Finde die besten Mitbewerber per Hand	130
Finde die besten Mitbewerber über ein Tool	133
Tune up der Landing Page	138
Gib Deiner Seite einen guten Titel	139
Meta-Tags Beschreibung	140
Implementieren Rich Snippets	142
Schreibe einen Seiteninhalt	145
Fasse Deine Keywords ins Auge	146
Suchmaschinen können Bilder nicht lesen. Na und?	148
Wie Du Deine Seiten verlinkst	150
SEO Offpage Optimierung – Linkaufbau für Deinen Erfolg ..	151

BUCH 3: DER LINKAUFBAU

Natürlicher Linkaufbau	155
Technik	159
Dein Linkaufbau beginnt	162
Wichtige Begriffe zum Thema Linkaufbau	163
Was ist der Zweck von Links?	164
Seiten stimmen für einander	164
Wie bekommst Du Links?	165
Qualität der Links	167
Link-Farmen und FFA-Sites	168
Faktoren mit denen die Qualität der Links beeinflusst wird	169

Ihre Relevanz und die Deiner Partnerwebsite	169
Ankertexte	170
Gute Rahmenbedingungen für Links	173
Schlüsselwörter in Titel und Seitentext des Partners	173
Steigere Deine Links regelmäßig und in normaler Geschwindigkeit	174
Achte darauf, wo der Link platziert werden kann	175
Sitewide Links: sicher oder nicht?	175
Link von der Homepage	176
Link von einer inneren Seite	177
SEO nach Pinguin-Checkliste	178
Die Suche nach SEO Edelsteinen oder wie erhält man Premium-One-Way-Links?	185
Fünf wichtige Bestandteile einer Linkbuilding-Kampagne ..	186
Die besten Möglichkeiten, um gewichtige Links zu erhalten	187
Tipps für die richtigen Link-Köder	192
Der intelligenteste Weg heraus zu finden welchen Wert Links bringen	202
Die SEO-Überraschung	212
Rang Kontrollen sind immer noch ein muss	214
BUCH 4: TEST UND ANALYSE	
Erfolgsmessung	218
Analysiere Deinen Erfolg	220
Typologie der Analysetools	220
Tracking Analysen	222
Heat map Analysen	223
Heat map Typen	227
Mouse Movement heat map	228
Click map	228
Scroll map	230
Formularmap	231
Beispiele ausgewählter heat map's	233
ZUSAMMENFASSUNG	236
Zusammenfassung Internet Marketing	237

ANHANG

Links für CMS	239
Links für Webseitenanalyse	240
Links für Webseitenchecks	240
Links für Tracking	241
Links für „heat map“ – Tracking	241
Links für diverse Prüfungen	242
Links für sonstiges	243
STICHWORTVERZEICHNIS	245
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	247
AUTOR	251

VORWORT

Herzlichen Glückwunsch zum Erwerb dieses Buchs, das Dir hilft, Dich zum SEO-Spezialisten zu machen und Deine und andere Websites nach vorne und oben zu bringen.

Du bekommst sehr viel Wissen, detaillierte Anweisungen, Tipps und Tricks, aber Du musst Dich wirklich darauf einlassen und konsequent und kontinuierlich damit arbeiten. Dann eignest Du Dir die nötige Erfahrung und das Wissen an, das für einen guten SEO wichtig ist.

Ich habe sehr viel Informationen und Wissen in dieses Buch gepackt und hoffe, dass es mir gelungen ist das alles so aufzubereiten, dass es wirklich verständlich wird. Wenn Du Fragen oder Anmerkungen hast, scheue Dich nicht mich unter meiner Website <http://mallorca-unternehmen.com> zu kontaktieren. Ich freue mich darauf. In meinem Newsletter erhältst Du laufend interessante Informationen rund um das Thema Internet Marketing, SEO, Email-Marketing und andere Marketingthemen.

Wenn Du eine eigene Website betreibst, kommst Du an SEO nicht vorbei. In den weiteren Bänden dieser Reihe informiere ich Dich, ebenfalls sehr detailliert, über weitere Methoden des Internetmarketings, wie Emailmarketing oder Social Media Marketing, Affiliate Marketing und vieles andere mehr.

Anfangs musst Du Dich etwas mit Theorie beschäftigen, dann werde ich sehr konkret und beschreibe Dir sehr exakt und sehr

genau was Du tun musst, wie Du es machen musst und welche Tools Dir dabei behilflich sein können.

Das Buch, das Du hier in Händen hältst sind eigentlich 4 Bücher. Du kannst diese einfach nacheinander lesen oder Du nimmst Dir das Buch vor, von dem Du Dir in Deiner Situation am meisten versprichst. Wichtig sind sie alle.

Zu Beginn gehe ich auf Marketing und Marketingsysteme ein. Denn alle Aufgaben denen Du als SEO gegenüberstehst haben mit Marketing zu tun. Da jedes Marketingsystem seine Besonderheiten hat, sind auch Deine Aufgaben als SEO immer ein wenig anders gelagert. Gerade das macht die Tätigkeit als SEO so vielfältig und so interessant.

Das erste Buch: „CMS¹-Systeme und SEM²“ ist besonders wichtig für den Neu- und Quereinsteiger da es grundlegende Kenntnisse vermittelt. Diese Übersicht über CMS-Systeme habe ich deshalb aufgenommen, damit Du Dir einen Überblick verschaffen kannst, wenn Du eine neue Website planst. Jedes CMS-System hat seine eigene Struktur und muss in Bezug auf SEO oft auf die Gegebenheiten dieser Struktur betrachtet werden.

Das zweite Buch befasst sich mit der eigentlichen SEO³-Thematik und die ist unabdingbar für den Erfolg Deiner Website.

Das dritte Buch befasst sich mit der schwierigen Thematik des Linkaufbaues. Sich damit zu befassen, macht aber erst Sinn, wenn Du mindestens das zweite Buch gelesen und erarbeitet hast.

¹ CMS = Content Management System, heutzutage praktisch die Voraussetzung für das Betreiben von Websites

² SEM = Search Engine Machine, Synonym für die unterschiedlichen Suchmaschinen z.B. Google, Yahoo usw.

³ SEO = Search Engine Optimizing, Optimierung Deiner Website für den Zugriff der Suchmaschinen

Das vierte Buch schließlich führt Dich ein die Welt des Testens und der Analyse. Diese Themen sind sehr, sehr wichtig und führen Dich auf den Pfad des Erfolgs.

Wie auch immer Du vorgehst, ich wünsche Dir viel Erfolg und viel Spaß.

Porreres (IB⁴), September 2014

⁴ IB bedeutet Isla Baleares. Da es einen Ort Porreres auch auf dem Festland gibt, dient das IB der eindeutigen Zuordnung.

MARKETINGFORMEN

Für das Internet gibt es eine Reihe von Marketingformen die z.T. erst seit wenigen Jahren existieren und wenig bekannt sind. Damit Du eine erste Übersicht über die zurzeit bestehenden Marketingformen erhältst, betrachte die nachstehende Tabelle.

Ein Basiswissen über bestehende Marketingformen ist notwendig um die spezifischen SEO-Tätigkeiten gegebenenfalls auf bevorzugte Marketingformen auszurichten.

Auf die einzelnen Marketingformen gehe ich anschließend und in den weiteren Bänden im Detail ein.

- Internet Marketing
- eMail Marketing
- Social Marketing
- Virales Marketing
- Video Marketing
- Affiliate Marketing / Multiaffiliate
- eBook Marketing
- Blog / Multiblog
- Podcast
- Google adWords
- Google adSense

Mix der Marketingformen

Jede dieser Marketingformen hat seine Berechtigung, jede kann isoliert für sich genutzt werden. Sinnvoll ist jedoch meist ein Mix aus mehreren, sich ergänzenden Marketingformen um das gewünschte Ziel zu erreichen: Dass viele Besucher auf die Website klicken, die möglichst zu Kunden werden.

Vertrauen aufbauen

Dabei musst Du Dir immer vor Augen halten, dass nach seriösen Untersuchungen ein Besucher frühestens während des „siebten Besuchs“ auch Dein Kunde wird. Die primären Ziele müssen daher sein:

- die E-Mail-Adresse zu erhalten um den Besucher weiterhin kontaktieren und mit Informationen versorgen zu können und damit
- sukzessive Vertrauen aufzubauen

Vertrauen aufbauen kannst Du nur, wenn Du die E-Mail-Adresse hast um die Interessenten mit qualitativ hochwertigen Informationen zu beliefern und Dich damit wirkungsvoll als Experte für sein, vermutliches, Interessengebiet profilierst. Um festzustellen welche(s) Interessengebiet(e) Deine Besucher haben, eignen sich spezielle Landungspages am besten. Anhand dieser Landingpages kannst Du Deine Besucher in verschiedene Email-Listen eintragen. Aber ACHTUNG! Damit wird es fast unvermeidbar, dass Du redundante Eintragungen hast. Es gibt derzeit einen einzigen, mir bekannten, Emailprovider bei dem Du einer Emailadresse Tags zuweisen kannst und später bei Aussendungen eine beliebige Kombination der Tags als Kennung für diese Zielgruppe verwenden kannst.

Das Problem bei den Email-Listen ist immer, dass Adressaten oft mehrfach mit unterschiedlichen Emails bombardiert werden und damit Ärger vorprogrammiert ist. Oder ein Adressat trägt sich aus einer Email-Liste aus und wird trotzdem noch angeschrieben weil er sich auch in anderen Listen befindet. Das zerstört Vertrauen und dieser Besucher ist fast nie mehr ansprechbar!

Vertrauen aufbauen kannst Du nur durch werthaltige Informationen. Diese sollten nach Möglichkeit informativ, locker und ansprechend dargeboten werden. Es gibt mittlerweile viele Möglichkeiten Informationen grafisch wirklich gut darzustellen, auch wenn Du selbst kein gelernter Grafiker bist. Ein wirklich gutes Tool ist „canvas“⁵. Du musst Dich zwar in die vielfältigen Möglichkeiten erst einarbeiten, aber der Nutzen ist sehr hoch. Infografiken sind mittlerweile sehr beliebt und Du solltest nicht darauf verzichten.

Suchverhalten der Nutzer

Bevor ich ins Detail gehe, beachte bitte folgende vier interessanten Fakten über Web-Suche:

- Wenn Internet-Nutzer nach Informationen suchen, nach Dienstleistungen oder um Produkte zu kaufen, verlassen sich mehr als 8 von 10 Nutzern auf Suchmaschinen und surfen nicht einfach.
- 85 % der Nutzer klicken nicht auf bezahlte Links
- 63% der Links, die aufgrund organischer Suche an der Spitze der Suchmaschinen angezeigt werden, bekommen Klicks.
- Wer an der Spitze (aufgrund SEO, nicht aufgrund bezahlter Links) gefunden wird, hat eine 30% höhere Conversionrate (= bringt 30% mehr Geld).

Damit das, was Du dem Besucher bieten willst, auch angemessen und gut präsentiert wird, ist es notwendig sich mit dem geeigneten Werkzeug zu versehen. Also mit dem am besten geeigneten CMS-System. Das ist die Basis für die meisten Marketingformen, bzw. sollte über verschiedene Marketingformen immer wieder darauf hinführen.

⁵ Canvas = Designtool, www.canvas.vom



BUCH 1: CMS – Systeme und SEM

WIE ENTWICKELST DU DEINE WEBSITE?

Wenn Du bereits eigene Websites entwickelst oder weißt wie Du das machst, dann kannst Du dieses Kapitel überspringen. Für Neueinsteiger, Quereinsteiger oder Anfänger, ist dieses Kapitel sehr wichtig weil es Grundwissen über die möglichen Tools bietet mit denen Websites aufgebaut werden.

Es gibt viele Möglichkeiten eine eigene Website zu entwickeln. Grob gesagt, von Hardcore über Tools und Templates bis zum Baukastensystem gibt es alle Variationen. Nach meiner Erfahrung sind insbesondere die Baukasten-Entwickler über die Methoden und die enorme Wichtigkeit von SEO nicht informiert und schenken dem keine bis wenig Beachtung. Das führt dazu, dass diese „Baukasten“-Websites von den Suchmaschinen nicht beachtet werden und ein Mauerblümchendasein fristen.



CMS CONTENT MANAGEMENT SYSTEME

An einem Content Management System kommt kaum jemand vorbei der eine Website betreiben will, deren Inhalte wechseln, bei denen vielleicht gar mehrere Personen beteiligt sind oder der seine Nutzer auf verschiedenen Wegen erreichen will.

Ein Content Management System dient dazu, Inhalte zu verwalten. Es bestimmt, wie man sie eingibt und welche Möglichkeiten der Darstellung und Weiterverarbeitung man hat. In der Regel wird ein CMS für den Content von Websites genutzt. Letztlich ist ein CMS eine Software, also ein Programm. Nur läuft dieses normalerweise nicht auf Deinem PC, sondern auf einem Webserver. Der Webserver sorgt dafür, dass die Websites im Browser aufgerufen werden können.

Das, was Du als Besucher der Website in Deinem Browser siehst, wird **Frontend** genannt. Der Bereich, in dem Redakteure, Administratoren und andere berechtigte Personen die Inhalte und Funktionen sowie teilweise auch das Aussehen der Website bestimmen, nennt sich **Backend**. Manche Systeme unterstützen **Frontend-Editing**. Das bedeutet, bist Du als Besucher mit den entsprechenden Rechten ausgestattet, kannst Du die Inhalte der Seiten im Frontend bearbeiten. Das ist für so manchen leichter verständlich und vor allem für weniger erfahrene Anwender sehr nützlich.

Wenn es um das Aussehen der Website geht, also das Layout oder das Design, ist meist von **Templates** oder **Themes** die Rede. Die Idealvorstellung ist hier, dass die Inhalte und die Gestaltung zwei voneinander getrennte Dinge sind. Nur dann hast Du die Möglichkeit, das Design bei Bedarf komplett zu ändern, ohne die Inhalte selbst antasten zu müssen.

Wichtig sind auch die Erweiterungen, die je nach System **Modul, Plugin, Extension oder Add-On** genannt werden. Mit ihnen kannst Du Deinem CMS neue Fähigkeiten beibringen, ohne selbst programmieren zu müssen. Manchen Profi gruselt es allerdings gelegentlich davor: Solche Erweiterungen können ein schnelles, sicheres und stabiles System ins Wanken bringen. Du solltest Dich nicht unbedingt davon verleiten lassen, dass es eine oder vielleicht sogar mehrere passende Erweiterungen für Dein Wunschsystem gibt. Am besten führst Du Deine Website an zwei Orten. Einmal auf dem Webserver und ein zweites Mal local auf Deinem PC. Dann kannst Du local testen ob alles OK ist und dann die Änderungen auf Deinen Webserver per (FTP⁶) laden. Das hat den Vorteil, dass Du bei Hackerangriffen auf Deine Website auf Deinem Webserver, zumindest die gesamte Software und Deine Daten, evtl. sogar eine Datenbank, wieder problemlos auf dem Webserver installieren kannst.

Es gibt natürlich Backupsysteme, die Dir diese Arbeit abnehmen und die gesamte Website inklusive Datenbank auf einem Cloudserver⁷ sichern, aber diese Software kostet in der Regel etwas.

⁶ FTP = File Transfer Protocol, Datenübertragungsprotokoll

⁷ Cloudserver = Ein Server der irgendwo auf der Welt stehen kann und der (in der Regel) sehr gegen Angriffe geschützt ist.

OPEN SOURCE

Ein Begriff der Dir vielleicht nicht ganz so geläufig ist, ist: „Open Source“. Viele Programme, die Du alltäglich nutzt, sind „proprietär“. Das bedeutet: Diese Software gehört der Firma, die sie entwickelt hat und nur diese Firma weiß, wie sie unter der Haube funktioniert.

Auf jeden Fall hat dieses Unternehmen das letzte Wort, wenn es um die eigenen Softwareprodukte geht. Das bedeutet zugleich, dass Du Dich als Nutzer in eine Abhängigkeit begibst. Diese Firma bestimmt, welche Funktionen die Software haben soll. Hast Du Daten in einem solchen proprietären Format gespeichert, kannst Du nie sicher sein, ob Du sie bei Bedarf in ein anderes Format überführen kannst. Unternehmen gehen pleite oder geben gerade dieses Geschäftsfeld auf – schon besteht die Gefahr, dass Du als Kunde im Regen stehen bleibst.

Bei einer „Open Source Software“ kann jeder Interessierte nachsehen, wie sie funktioniert. Wie die Daten gespeichert werden und wie die Features programmiert wurden, ist offen einsehbar. Deshalb hast Du als Nutzer unter anderem die Möglichkeit, Veränderungen, Verbesserungen und Erweiterungen vorzunehmen oder durch einen Profi vornehmen zu lassen. Du kannst eine solche Software als Grundlage für ein eigenes Projekt nutzen, also beispielsweise ein vorhandenes Content Management System nehmen und ein neues daraus ableiten. Unter welchen Bedingungen das möglich ist, regelt die entsprechende Lizenz, unter der die Software steht. Generell gehört eine Open Source

Software aber nicht einem einzelnen Unternehmen. Es kümmert sich eine Community um Open-Source-Projekte – also eine Gemeinschaft von Freiwilligen und Interessierten. Sie beteiligen sich daran oftmals aus freien Stücken, zum Beispiel weil sie die Software selbst einsetzen oder die Grundidee gut finden. Es gibt aber hier auch Unternehmen, die sich an der Weiterentwicklung beteiligen und bezahlte Mitarbeiter dafür abstellen.

Denn ein interessanter Aspekt an Open Source ist: Obwohl die Software selbst verschenkt wird, lässt sich damit Geld verdienen. Schließlich hat längst nicht jeder die Zeit und die Möglichkeit, beispielsweise ein Content Management System selbst zu installieren und zu warten. Hier greift man dann auf einen Dienstleister zurück. Und dieser korrigiert im Zuge dessen ebenso wie die anderen Mitglieder der Gemeinschaft Fehler, behebt Sicherheitslücken oder bringt Ideen für neue Funktionen oder sonstige Verbesserungen ein.

Deshalb ist das Argument, dass Open Source „kostenlos“ sei, auch nicht wirklich korrekt: Man investiert schließlich entweder seine eigene Zeit und Arbeitskraft oder beauftragt jemanden damit. Aber die Einstiegshürde ist natürlich deutlich geringer. Zudem gibt es beispielsweise keine zentral festgelegten Grundgebühren. Du selbst entscheidest, wie viel und wofür Du investierst.

Am Ende sind die genannten Vorteile viel wichtiger: Du machst Dich unabhängig von den Entscheidungen eines einzelnen Unternehmens. Möchte man das Content Management System wechseln, ist das möglich. Ist man mit seinem Dienstleister nicht mehr zufrieden, ebenfalls.