

Killertexte für Suchmaschinen

Eine Präsentation von

Imre Sinka

.Pulse Webagentur AG

Roger Balmer

WebSite Clinic GmbH

Erfolgskriterien Suchmaschinen-Marketing

- Linkpopularität
- Attraktive Suchbegriffe
- Crawlbarkeit der Website
- Relevante Textinhalte

Ziel des Seminars Killertexte

- Wie betrachten Suchmaschinen die Texte auf einer Website?
- Was ist beim Aufbau der Texte zu beachten?
- Wie schreibt man Texte, die von den Suchmaschinen geliebt werden?
- Wie kann die Qualität der Texte beurteilt werden?

Texte entscheiden über den Erfolg in den Suchmaschinen

- Die Zeiten der Meta-Tags sind vorbei!!!
- Willkommen in der Welt der Killertexte

Texte entscheiden über den Erfolg in den Suchmaschinen

- Suchmaschinen indexieren nur HTML-Texte!
 - Websites ohne oder mit wenig textlichen Inhalten erreichen keine Top-Positionen
- Suchmaschinen können nur Text lesen!
 - Keine Grafiken
 - Keine Bilder
 - Kein Flash
 - Aber PDF-Files

Viele Websites haben zwar Inhalte, doch findet diese keiner

- Viele Websites verfügen über textliche Inhalte, jedoch sind diese für die Suchmaschinen oftmals nicht erreichbar.
- Warum?
 - Texte sind in Grafiken „versteckt“
 - Texte sind nicht verlinkt
 - Dynamischer Aufbau der Website
 - Einsatz von Plug-Ins

Texte gehören in

- Folgende Informationen gehören zu einem suchmaschinenfreundlichen Webauftritt:
 - Pro Themenschwerpunkt eine Seite
 - HTML – Sitemap und keine Grafiken
 - FAQ-Seiten
 - Presseberichte
 - Produkte Informationen
 - Firmen Informationen

Was tun?

- Neue Website bauen?
 - Idealfall, aber die Ausnahme
- Optimieren der bestehenden Site
 - Die Regel

Text- und Inhalts-Optimierung

- Definition der relevanten Suchbegriffe
- Kontrolle:
 - Sind Suchbegriffe- und Suchbegriffs-Kombinationen im Text zu finden
 - Headlines
 - Text
 - Verweistexte für Links

Text- und Inhalts-Optimierung

- Überarbeiten der Texte
 - Integration von Suchbegriffen, Suchbegriffs-Kombinationen und Synonymen
- Dabei hilft eine Naming-Convention
 - Suchbegriffs-Kombinationen
 - Titel
 - Dateinamen
 - Verzeichnisse

Text- und Inhalts-Optimierung

- Bestehende Texte ausbauen, ergänzen
 - Futter für Suchmaschinen-Crawler
 - Basis für qualitative Verankerung der Website in Suchmaschinen
 - Qualitative Verankerung
 - Qualifizierter Traffic: Führt Besucher zu relevanten Informationen
 - Potentiellen Neukunden

Text- und Inhalts-Optimierung

- Achten Sie auf folgende Punkte
 - Wahl der Suchbegriffs-Kombinationen
 - Textmenge
 - Schreibweise und Darstellung von Texten
 - Wahl der Dateinamen (wenn möglich)
 - Wahl der Parameter bei Dynamischen Seiten

Die Wahl der Suchbegriffs-Kombinationen

- Konzentration auf spezifische Suchbegriffe und Suchbegriffs-Kombinationen
- Beispiel für eine Bank
 - Generische Suchbegriffe
 - Berater / Beratung
 - Spezifische Suchbegriffe
 - Bankberater / Finanzberatung

Die Wahl der Suchbegriffs-Kombinationen

- Pro Haupt-Suchbegriff eine Page
- Im Text spezifische Suchbegriffe und Suchbegriffs-Kombinationen zum Angebots-Beschreib verwenden

Suchbegriffs-Dichte

- 1 Haupt-Suchbegriff und 3 Suchbegriffs-Kombinationen inkl. Synonyme pro Seite
- Haupt-Suchbegriff, Suchbegriffs-Kombinationen und Synonyme nicht mehr als 3-5 % der Textmenge -> Suchbegriffs-Dichte!

Platzierung der Suchbegriffe und Suchbegriffs-Kombinationen

- Title
- Metatags
 - Description
 - Keywords
- HTML-Headlines
- HTML-Text
- Alt Text von Bildern
- Verweistexte von Links
- Dateinamen oder Parameter

Die Textmenge

- Zu kurze Texte sind für Suchmaschinen nicht attraktiv!
- Text-Umfang mindestens 200 Worte
- Ideal: 400 bis 600 Worte, unterteilt in Headlines und Paragraphen

Textaufbau

- Überschriften `<h1> </h1><h2> </h2>`
- Paragraphen im Body
- Aufzählungen im Body
- Kurze, aussagekräftige Sätze

Umfangreicher Text = unlesbar

- Hohe Lesbarkeit wird durch die optische Text-Gestaltung erreicht:
 - Überschriften lenken die Aufmerksamkeit des Lesers
 - Absätze zeigen was zusammengehört
 - Kurze, aussagekräftige Sätze erhöhen die Lesbarkeit
 - Hervorheben von wichtigen Aussagen

Kontrolle der Texte

- Texte laut vorlesen
 - Kontrolle der Aussagen
 - Check der Verständlichkeit
- Texte von Dritten beurteilen lassen

Dateinamen

- Suchmaschinen lieben aussagekräftige Domain-, Datei- und Verzeichnisnamen
- Killertexte nicht einfach in einer „index.html“ Datei unterbringen
- Hauptsuchbegriff in den Dateinamen unterbringen, z.B. „bankberater.html“

Platzierung der Killertexte

- Auffindbarkeit für Suchmaschinen-Crawler sicherstellen durch:
 - Verlinkung
 - Integration in den bestehenden Auftritt

Vielen Dank für Ihr Interesse

- Gerne zeigen wir Ihnen noch ein Paar Beispiele
- Gerne beantworten wir Ihre Fragen
- Gerne nehmen wir Ihre Visitenkarten entgegen