

Uwe Stache: Suchmaschinenoptimierung für Kleinunternehmen

Werkzeuge – Methoden – Erfahrungen

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Netzwerk Elektronischer
Geschäftsverkehr

Es passt ...



... was zusammen gehört !



Wir bauen Portale ...

The collage features several web portals:

- MOBKOM.de**: A portal for mobility and communication, featuring a search bar and a navigation menu with categories like 'Anbieter', 'Lösungen', 'Themen', 'Die IT-Region', 'Veranstaltungen', and 'Service'. A welcome message reads: 'Willkommen auf MOBKOM.de... dem Anbieter-Portal für Mobilität und Kommunikation der IT-Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg.' It also promotes 'IT Profits' in Berlin from May 28-29, 2008.
- Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr (eCOMM)**: A network for electronic business transactions, with a map of Berlin-Brandenburg and a navigation menu including 'AKTUELLES', 'VERANSTALTUNGEN', 'ÜBER UNS', 'DOWNLOADS', and 'LINKS'. It promotes 'Log in! zur IT Profits 4.0, 28.-29. Mai 2008'.
- Bauhaus-Archiv museum für gestaltung**: A website for the Bauhaus Archive, featuring a photo of the building and text about its history and current projects. It mentions 'Das Bauhaus-Archiv/Museum für Gestaltung in Berlin erforscht und präsentiert Geschichte und Wirkungen des Bauhauses (1919-1933)'. It also lists features like 'absolute Neutralität', 'extreme Flexibilität', 'professioneller Betrieb', and 'höchste Energie-Effizienz'.
- IPmediaconsult**: A website for IPmediaconsult, featuring a 'GoogleCampaigntag' and 'Business-Blogs' section. It discusses 'WebLogs' and 'Intranet' solutions. A navigation menu includes 'Home | Contact'.

... und machen, dass Sie gesehen werden!

- Google-Campaigning
Adwords & Placements
für Ihre WebSite, Produkte oder Events
- WebSite-Optimierung
- Content-Optimierung
- WebTV und Media-Management
für jede WebSite zur Reichweitenerhöhung
- Optimierung für mobile Endgeräte



Agenda

- Was ist das Besondere an Kleinunternehmen?
- On-Site und Off-Site – Massnahmen
- Praxis-Beispiele



Was ist das besondere ... ?

- Meist Alleinunternehmer/in
- Also: tief in der Materie
- Kurze Wege für Entscheidungen
- Kleiner Etat und wenig Zeit

Vorspann

- Kein Werkzeug allein bringt den maximalen Erfolg
- Keine [?] Einzel-Sünde allein ist tödlich
- Das langfristige Ergebnis hat NICHTS mit einem beliebigen Einmal-Effekt zu tun
- SEO IST Teil eines komplexen Marketingmixes
- Ergo: Mal eben SEO machen, bringt NIX!

Warum sind Suchmaschinen wichtig?

- >75 % des umsatzrelevanten Sitetraffics wird über Suchmaschinen generiert
- In Abhängigkeit von Branche/Produkt/Zielgruppe zählt meist/ausschliesslich die 1. Seite der Trefferliste
 - z.B. „DER“ AOL-User nutzt zu 62 % nur die 1. Seite und
 - klickt zu 47 % nur auf den 1. Link

SEO – Mythen & Legenden



SEO – das unbekannte Geheimnis

OnSite-
Optimierung
Basics

Zielgruppen-
Bestimmung

Google-
Specifics

Google
likes/hates

Backlink-
Aufbau

OnSite-
Optimierung
Landingpages

OnSite-
Optimierung
MicroSites

OnPage-Optimierung: JA!

- Unter der Motorhaube
 - Valider Quellcode, CSS statt Tabellen
 - robots.txt
- Meta-Tags
 - Title: eines der wichtigsten OnPage-Kriterien
 - Description: Einfluss auf Klickrate
- Alternativ-Texte / Alt-Tag
 - Kombination aus Keywords und graphik-relevantem Text
- Der Content
 - Geschrieben für den Menschen
- Die Domain
 - Sinnvoll, beschreibend

Was zählt wirklich?

Ranking-Faktoren im Überblick

| Parameter | Wichtigkeit |
|----------------|-------------|
| Alt-Tag | 2 ** |
| Description | 3 * |
| Headlines | 2 |
| Keyword-Dichte | 4 |
| Keywords | 6 |
| Meta-Tags | 6 |
| Quellcode | 3 |
| Robots.txt | 1 |
| Seitentitel | 1 |
| URL | 2 |

1 = sehr wichtig; 6 = unwichtig

* wichtig für die Klickrate; ** wichtig für die Bildersuche

© INTERNET WORLD Business 3/09



OffPage-Optimierung: Teilweise

- Anzahl eingehender Links von selbst hochwertigen Sites
 - Themenrelevant
 - Hoher eigener Stellenwert
- Traffic der verlinkenden Site
 - Test: Alexa.com
- Linkplatzierung
 - Aus dem Text
 - Vermeiden: Footer-Links, identische Links auf jeder Seite
- Seitentyp
 - Ein Thema, wenige Links
 - Vermeiden: Linkfarmen, Partnerseiten etc.

Aller Anfang ist leicht

- So geht's los [Basics]:
 - Guter Content
 - Fehlerfreie Darstellung
 - Inbound Links
- So geht's weiter [OnTops]:
 - Dauerhaftes Analysieren des eigenen Erfolgs
 - Dauerhaftes Analysieren des Erfolgs des Wettbewerbs
 - Entsprechendes Anpassen der Vorgehensweise

Do-It-Yourself: Seiten-Optimierung

The screenshot shows a Mozilla Firefox browser window displaying the website 'BB-ONE.net: Web Site Analyzer: Alternative zu Google Analytics, Datenschützer finden's gut, Anwender auch...'. The page content includes a header with the BB-ONE.net logo and navigation menu, a main article titled 'Ausgereifte Alternative zu Google Analytics ist verfügbar', and a sidebar with a 'WebSiteAnalyzer' widget and a search bar. Red arrows point from text labels to specific elements on the page:

- title**: Points to the browser title bar.
- URL**: Points to the address bar.
- Überschrift**: Points to the main article title.
- Text, vorderer Teil**: Points to the first paragraph of the main article.
- Dateiname Graphik**: Points to the BB-ONE.net logo in the sidebar widget.
- Alt-Text**: Points to the alt text of the sidebar widget.
- Interne Verlinkung**: Points to a link in the sidebar widget.

Backlinks [Basics]

- Backlinks sind eingehende Links
- Ranking der linkenden Site ist Qualitätsfaktor
- Anzahl ist wesentlicher Rankingfaktor
- Backlink besteht aus
 - Ziel-URL: Ziel-Adresse
 - Ankertext/Linktext: Sichtbarer Teil des Links
- `Ankertext` oder
- `Alternative zu Google Analytics`

Backlinks - woher nehmen ...

- DoItYourSelf
Links in Portalen, Katalogen etc. selber anlegen
- Betteln
potentielle Linkgeber anschreiben
- Tauschen
am besten mit mehreren eigenen Sites
- Kaufen
...
- Linkbaits

Statistiken auswerten

- Wonach wurde gesucht?
- Wo kamen sie her?
- Welchen Weg sind sie gegangen?
- Wer kommt zu mir?



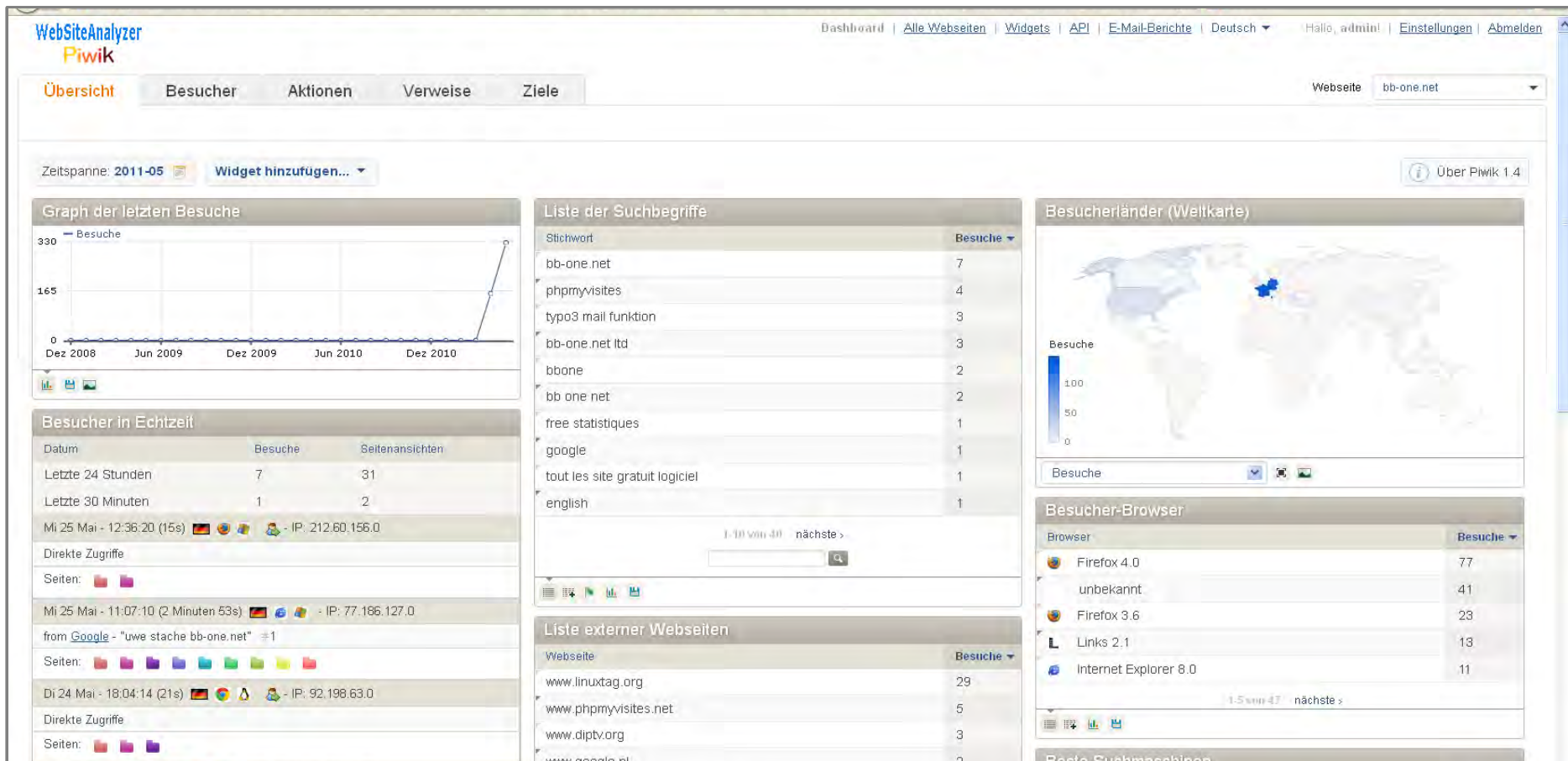
Alternative zu Google Analytics

- Problematik: in Deutschland nicht zulässig
 - Daten liegen auf Servern ausserhalb der EU
 - Nutzung durch Dritte nicht ausgeschlossen
 - IP-Nummern nicht anonymisiert
 - Datenlöschung nicht gegeben

<http://www.bb-one.net/info-center/im-fokus/webseitenanalyse-datenschutzkonform/>

- Alternative: PIWIK
 - Alle genannten Anforderungen werden erfüllt
 - Funktionen wie GA

WebSiteAnalyzer



Best Practice: Mini-Projekt

- www.yogabaum.de [2008]
- Start
 - WebSite wurde nach Vorgaben hergestellt:
 - Farbe(n), Schrift/Logo, einfache Gestaltung
 - Meta-Infos, W3-valide
- Pause
 - 6 Monate Ranking-Aufbau, keine Veränderungen,
 - Kunde wurde in Pflege eingewiesen
- Weiter geht's allein
 - Kunde bearbeitet die Site selbständig
 - ca. 1,5 h / Monat
 - Suche yoga berlin tempelhof



- Micro-Sites, Themen-Sites etc. mit WordPress
- Meta-Daten-Pflege mit Typo3
- Echtzeit-Website-Analyse mit Piwik

Es tut gut,
Wissen zu teilen.