

Die SEO-Checkliste

Einfach umsetzbare Profi-Tipps für Anfänger und Fortgeschrittene, die ihr Wissen auffrischen wollen.

Google ist wie eine riesige Bibliothek, in der jeder User nach einem Keyword sucht. Doch Google durchsucht nicht das gesamte Internet, sondern nur den Index der Suchmaschine. Wenn der Google-Roboter eine Seite gefunden hat, wird sie eingelesen und die URL digital abgelegt – ähnlich wie ein Buch im Regal. Um in den Google-Rankings gefunden zu werden, müssen die Spielregeln von Google befolgt werden, die aus etwa 200 Rankingfaktoren bestehen. Wenn Sie die wichtigsten Schritte befolgen, können Sie Ihre Ranking-Position verbessern.

1. Content & Keywords

Inhalte sind die Grundlage von Suchanfragen. Daher ist der Content ein wesentlicher Bestandteil Ihrer SEO-Strategie. Nutzer suchen nach Inhalten, indem sie Keywords bei Google eingeben und so den Weg zu Ihrer Seite finden. Hier sehen Sie, wie Sie mit Content und Keywords umgehen sollten:

Content

- Inhalte basieren auf einer Keyword-Analyse.
- Inhalte sind einzigartig (Unique Content).
- Sie bieten Usern ganzheitliche, gut recherchierten und übersichtliche Inhalte
- Inhalte sind visuell gut lesbar und gut strukturiert (durch Absätze, Aufzählungen, Bilder / Grafiken, Zwischenüberschriften).
- Jede Seite / Artikel hat eine inhaltliche Kernaussage.

URL

- Das Fokus-Keyword in der URL platziert?
- Sie arbeiten mit sogenannten sprechenden URLs?
Beispiel: www.meine-webseite.de/die-schönsten-wanderwege/
und nicht www.meine-webseite.de/210918-ajkfhycx

Headline

- Die Überschrift klingt so, dass man darauf klicken will?
- Die Überschrift ist kurz und aussagekräftig?

Meta-Beschreibung

- Jede wichtige Unterseite hat eine Meta-Beschreibung?
- Die Meta-Beschreibung bei jeder Seite und jedem Beitrag der Webseite einzigartig?
- Die Beschreibung löst einen Klickreiz beim User aus?

Bilder

- Bildnamen besitzen verschiedene Keywords, die für den Artikel relevant sind.
- Auf Füllwörter, Umlaute, Sonderzeichen wurde verzichtet.
- Begriffe sind durch Bindestriche getrennt.

Die SEO-Checkliste

Einfach umsetzbare Profi-Tipps für Anfänger und Fortgeschrittene, die ihr Wissen auffrischen wollen.

2. Technik

Suchanfragen entstehen durch Inhalte. Daher ist der Content ein Schlüsselaspekt Ihrer SEO-Strategie. Nutzer suchen nach Inhalten, indem sie bei Google Keywords eingeben und so eine Verbindung zu Ihrer Seite herstellen. Hier ist, wie Sie am besten mit Content und Keywords umgehen sollten:

- Die Website-URL ist mit der Google Search Console verknüpft.
- Die Seite verfügt über eine sichere Verbindung (https).
- Die Seite ist für Mobilgeräte optimiert.
- Ladezeiten der wichtigsten Seiten weniger als 3 Sekunden.
- Jede URL hat genau eine H1-Überschrift.

3. Links

Links sind die Internet-Infrastruktur und funktionieren für Google ähnlich wie Straßen. Deshalb ist es wichtig, dass Ihre Seite sowohl interne als auch externe Links hat, um Google bei der Navigation zu Domains und URLs zu unterstützen. Übrigens werden interne Links oft unterschätzt, obwohl sie den größten Teil aller Links im Netz ausmachen.

- Die Seite über eine sinnvolle intern Link-Struktur?
- Wichtige Keywords werden nur für Anker-Texte, die intern verlinken genutzt.
- Der Inhalt bietet Mehrwert, damit er von anderen Seiten verlinkt werden könnte?
- Seriöse externe Quellen verweisen auf die Seiten?
- Die Seite verfügt über eine gut geplanten Menü- & Link-Plan?

Noch mehr Informationen und weitere Checklisten rund um das Thema Webdesign, Printmedien und Grafikdesign finden Sie unter www.pluspunkt.design.

Wenn Sie Fragen haben, freuen wir uns auf ein spannendes Gespräch per Telefon, Video-Call oder auch gern persönlich.