



By Thomas Skirde

www.ebook-thomas.com

Rechtliche Hinweise

Dieses Werk ist durch das Urheberrecht geschützt. Zuwiderhandlungen werden straf- und zivilrechtlich verfolgt. Ohne schriftliche Genehmigung des Autors ist jegliche – auch auszugsweise – Vervielfältigung und Verbreitung nicht gestattet, sei es

- in gedruckter Form,
- durch fotomechanische Verfahren,
- auf Bild- und Tonträgern,
- auf Datenträgern aller Art.

Außer für den Eigengebrauch ist untersagt: das elektronische Speichern, insbesondere in Datenbanken, und das Verfügbarmachen für die Öffentlichkeit zum individuellen Abruf, zur Wiedergabe auf Bildschirmen und zum Ausdruck beim jeweiligen Nutzer. Dies schließt auch Pod-Cast, Videostream usw. ein.

Das Übersetzen in andere Sprachen ist ebenfalls vorbehalten.

Die Informationen in diesem Werk spiegeln die Sicht des Autors aufgrund eigener Erfahrungen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dar. Bitte beachten Sie, dass sich gerade im Internet die Bedingungen ändern können.

Sämtliche Angaben und Anschriften wurden sorgfältig und nach bestem Wissen und Gewissen ermittelt. Trotzdem kann von Autor und Verlag keine Haftung übernommen werden, da (Wirtschafts-) Daten in dieser schnelllebigen Zeit ständig Veränderungen ausgesetzt sind. Insbesondere muss darauf hingewiesen werden, dass sämtliche Anbieter für ihre Angebote selbst verantwortlich sind. Eine Haftung für fremde Angebote ist ausgeschlossen. Gegebenenfalls ist eine Beratung bei einem Anwalt, Wirtschafts- oder Steuerberater angeraten.

„SEOleicht gemacht“, 1. Auflage 2011

© Copyright:

Thomas Skirde

16 Moo 2 Nong Kratum
30000 Nakhon Ratchasima
Thailand

Übersetzung aus dem Amerikanischen, Lektorat, Textbearbeitung, Satz: Roland Benn

SPRACHREGELUNG:

Zur Vereinfachung beim Schreiben und Lesen wird immer die männliche Form verwendet: der Zauberer, der Zuschauer usw. Dieser Artikel dient als allgemeiner Gattungsbegriff und schließt weibliche Personen automatisch mit ein.

| |
|--|
| Sofern wir auf externe Webseiten fremder Dritter verlinken, machen wir uns deren Inhalte nicht zu eigen und haften somit auch nicht für die sich naturgemäß im Internet ständig ändernden Inhalte von Webseiten fremder Anbieter. Das gilt insbesondere auch für Links auf Softwareprogramme, deren Virenfreiheit wir trotz Überprüfung durch uns vor Aufnahme aufgrund von Updates etc. nicht garantieren können. |
|--|

Autor und Verlag sind nicht haftbar für Verluste, die durch den Gebrauch dieser Informationen entstehen sollten.

Die in diesem Werk erwähnten Anbieter und Quellen wurden zum Zeitpunkt der Niederschrift als zuverlässig eingestuft. Autor und Verleger sind für deren Aktivitäten nicht verantwortlich.

Dieses Handbuch versteht sich als Basisinformationsquelle. Daraus resultierende Einkommen und Gewinne sind allein von Motivation, Ehrgeiz und Fähigkeiten des jeweiligen Lesers abhängig.

Sämtliche Markennamen, Logos usw. sind Eigentum ihrer jeweiligen Besitzer, die diese Publikation nicht veranlasst oder unterstützt haben.

Über das Internet erhältliche Texte und Bilder, die in dieser Publikation verwendet werden, können geistiges Eigentum darstellen und dürfen nicht kopiert werden.

INHALT

| | |
|------------------------------|----|
| Einleitung | 5 |
| Warum es wichtig ist | 7 |
| Wie man SEO verwendet | 8 |
| Keywords | 10 |
| Tags | 13 |
| HTML Titles | 14 |
| Site Descriptions | 15 |
| Blogs | 16 |
| Hilfe bekommen bei SEO | 17 |
| Wie Sie SEO-Erfolg auswerten | 19 |
| Schlussworte | 20 |

Empfehlung

Der GRATIS-Kredit
= das Darlehen, das sich selbst tilgt:
www.jeden-tag-reicher.com/gkeb/

Einführung

Suchmaschinen Optimierung (SEO von Search Engine Optimization) ist ein wesentlicher Aspekt der Vermarktung einer Website. Wenn eine Website nicht richtig optimiert worden ist, werden die Suchmaschinen sie nicht finden und wenn die Suchmaschinen sie nicht finden, dann finden sie auch nicht die potenziellen Kunden. Es ist also wichtig, dass die Webseite im Hinblick auf die Suchmaschinen, aber auch im Hinblick auf die Kunden zugeschnitten ist.



Es gibt eine Menge Informationen über Suchmaschinenoptimierung in verschiedenen Medien. Es gibt Webseiten, die sich darauf "spezialisiert" haben, kostenlose Informationen über SEO anzubieten. Es gibt Firmen, die die Verbesserung des Rankings innerhalb der Suchergebnisse versprechen. Es gibt Informationen im Internet, die Algorithmen zeigen, die seit dem Beginn der Suchmaschinen-Entwicklung verwendet wurden.

All diese Informationen können es für jemanden sehr verwirrend sein, die richtigen Methoden der Suchmaschinen-Optimierung seiner persönlichen oder geschäftlichen Webseite zu finden und anzuwenden. Hier muss man wissen, dass, genau wie sich Computer alle paar Monate verändern, dies auch bei den Details der Suchmaschinen-Optimierung der Fall ist. Die aktuellen Methoden, die Suchmaschinen verwenden, um eine Website zu finden, sind spekulativ, nicht exakt. Es gibt keine garantierte Methode, eine Webseite ganz oben platziert zu bekommen.

Es ist die Aufgabe des Webmasters, seine Seite ständig anzupassen, um den Änderungen Genüge zu tun, mit denen die Suchmaschinen nach Websites suchen. Das kann beispielsweise die Reorganisation der Site Map sein, das Hinzufügen von neuem Content oder das Ändern der Keywords, um zu berücksichtigen, was die User häufig suchen. Dies ist ein fortlaufender Prozess, der sich aber lohnt, weil mehr Menschen Ihre Webseite finden und schließlich dort kaufen.

Warum es wichtig ist

Suchmaschinen-Optimierung oder SEO ist sehr wichtig, weil ohne diese Optimierung die Webseite von denjenigen nicht gefunden wird, die im Internet surfen. Die meisten Leute gehen nicht auf die zweite Seite von Suchergebnissen, wenn Sie nach einem Suchbegriff oder Produkt suchen. Je höher eine Webseite in der Liste der relevanten Suchergebnisse ist, desto größer ist die Chance, dass sie angeklickt und von potenziellen Kunden gesehen wird.

Ein weiterer Grund, warum es wichtig ist, eine Website für Suchmaschinen zu optimieren, ist, um sie von anderen Seiten, die dasselbe Produkt verkaufen, hervorzuheben. Wenn die Website in einer Suchmaschinen-freundlichen Weise aufgebaut wird, kann sie auch für Kunden und Leute, die nach bestimmten Seiten suchen, mehr Sinn machen. Suchmaschinen selbst sind Maschinen und funktionieren unter Verwendung von Algorithmen; wenn man also das richtige System zur Suchmaschinen-Optimierung findet, erfüllt die Website auch alle Bedürfnisse der Kunden und bringt außerdem mehr Besucheraufkommen.

Durch die Verwendung von Techniken der Suchmaschinen-Optimierung auf der Website kann der Website-Besitzer alle Fehler auf der Website finden und korrigieren. Diese Fehler können der Grund sein, warum die Website nicht einwandfrei funktioniert und kann Kunden frustrieren, so dass sie nicht mehr auf die Seite zurückkommen. Der Prozess der Suchmaschinen-Optimierung kann also helfen, z.B. tote Links zu identifizieren und herauszufinden, wo neuer Content gebraucht wird.

Wenn es einen ständigen Zustrom von neuem Content gibt, haben die Suchmaschinen etwas zum Durchsuchen und Registrieren, um den Anfragen der Suchenden gerecht zu werden. Dieser neue Content kann Leute, die auf die Webseite gekommen sind, auch veranlassen, diese aufmerksamer zu studieren, auch wenn sie keine Suchmaschine verwenden. Dies geschieht zum Beispiel, indem man die Webseite zu den Favoriten hinzufügt und auf sie mehr oder weniger regelmäßig wieder zurückkommt.

Wie man SEO verwendet

Die Anwendung von Techniken zur Suchmaschinen Optimierung ist kein einfacher Prozess. Hier gibt es dauernd Änderungen und viele Menschen finden es schwierig, damit Schritt zu halten. Zum Glück gibt es aber auch ein paar Dinge, die sich bei den Suchmaschinen-Algorithmen nicht ändern. Diese Dinge werden vielleicht etwas anders verwendet, als sie früher verwendet wurden, aber sie werden nach wie vor von den Suchmaschinen benutzt, um Websites im Internet zu finden, zu sortieren und einzuordnen.

Mit das Beste, das Sie für eine Suchmaschinen-Optimierung tun können, ist Keyword-Optimierung. Keywords sind Begriffe, die Leute gebrauchen, um Dinge im Internet zu suchen. Das Keyword ist ein Word, das in einem natürlichen Satz verwendet wird und das die Suchmaschine aufgreift und mit einem Code versieht. Je mehr Keywords verwendet werden, desto öfter registriert die Suchmaschine die Website. Wenn sie aber zu sehr mit Keywords vollgestopft ist, ist das wieder nachteilig.

Tags sind eine weitere häufige Methode, um einen Artikel oder eine Website für Suchmaschinen zu optimieren. Damit werden bestimmte Wörter hervorgehoben, wodurch es der Suchmaschine erleichtert wird, sie zu finden. Die Tags müssen nicht auf natürliche Weise im Wortlaut einer Webseite verwendet werden, sondern können an der Seite oder unter dem Text einer Website gelistet sein.

HTML Titles sind die Titel, auf die eine Suchmaschine sieht. Dies ist nicht unbedingt der Titel der Website selbst. Das Einrichten des Title kann ein wenig schwierig sein, aber wenn es getan ist, kann es den Traffic auf die Website deutlich erhöhen. Meistens besteht der Title aus einem Satz Keywords.

Site Descriptions und Blogs sind zusätzliche Texte, die helfen, eine Website zu identifizieren und Raum für Keywords zu geben. Das einfache Kennen dieser Dinge kann eine Website schon helfen zu optimieren, obwohl es natürlich effizienter ist zu wissen, wie diese Tools richtig angewendet werden. Es wird gleich eingehender erläutert, wenn jedes Tool und seine Anwendung beschrieben wird. Auch werden Beispiele gegeben, die das Lernen der Suchmaschinen Optimierung erleichtern.

Keywords

Keywords sind die Begriffe, die die Leute benutzen, wenn sie nach einer Website suchen. Sie tragen die Keywords in das Eingabefeld einer Suchmaschine ein und sobald sie auf den Button geklickt haben, arbeitet die Suchmaschine, um diese Keywords in Texten von verschiedenen Websites zu finden.

Keywords können auf unterschiedliche Weise verwendet werden. Zum Beispiel auf natürliche Weise im Kontext eines Webseitentextes. Das ist der bevorzugte Gebrauch von Keywords und der effektivste. Er stellt sicher, dass die Leute, die die Website sehen, auch finden, wonach sie suchen und nicht wieder schnell wegeklicken, was als Exit von der Website zählt und die SEO Ratings negativ beeinflusst.

Keywords können auch in konzentrierter Form verwendet werden, ohne Content. Dies gilt als unethischer Gebrauch von Keywords und schadet einer Seite mehr, als er ihr hilft, weil Suchmaschinen darauf programmiert sind, das zu entdecken und diese Art von Keyword-Einträgen ignorieren.

Keywords sollten im HTML und in Standardtitel der Website verwendet werden. Das Vorkommen der Keywords im Titel ist wichtig für die diejenigen, die die Website besuchen. Keywords im Titel helfen den Suchmaschinen auch, die Website ohne Schwierigkeiten zu finden. Stellen Sie sicher, dass die Keywords im Titel flüssig und natürlich sind. Der Titel sollte nicht nur aus Keywords bestehen.

Sie sollten wissen, dass Keywords nicht genau sein müssen, damit Suchmaschinen sie finden. Viele User schreiben bzw. buchstabieren nicht richtig, wonach sie suchen, aber die Suchmaschinen erkennen, was gemeint ist. Sie erkennen auch, wenn Wörter nahe beieinander liegen, aber nicht unbedingt nebeneinander.

Beispiele:

Der Suchende tippt “Zwangsvorsteigerung” ein. Die Suchmaschine sucht nun nach “Zwangsvorsteigerung”, aber auch nach “Zwangsversteigerung”. Dies ist eine Einzelwort-Suchanfrage, die zur Anzeige von sehr vielen verschiedenen Webseiten führt.

Der Suchende, der “Zwangsvorsteigerung Termin” eingibt, erhält Suchergebnisse zu “Zwangsvorsteigerung Termin”, “Zwangsversteigerung Termin”, “Zwangsvorsteigerung Termine” und “Zwangsversteigerung Termine”. Er kann auch Informationen zu “Zwangsvorsteigerung Immobilien”, “Zwangsversteigerung Immobilien”, “Zwangsversteigerung günstige Immobilien” usw. erhalten, weil diese Phrasen seine Suchbegriffe enthalten, auch wenn Wörter dazwischen oder zusätzlich enthalten sind.

Bei Keywords spielt die Groß- und Kleinschreibung keine Rolle. Die Suchmaschinen erkennen nicht den Unterschied zwischen großen und kleinen Anfangsbuchstaben. Ebenso wenig, ob Wörter kursiv oder fett gedruckt sind.

Es gibt auch zwei Arten von Keywords – Long Tail und Short Tail Keywords. Letztere enthalten nur ein paar Wörter. Dagegen sind Long Tail Keywords Phrasen, die viele Wörter oder eine volle Frage beinhalten. Beide führen zu unterschiedlichen Suchergebnissen in den Suchmaschinen, und Webseiten sollten auf beide Arten von solchen Keyword-Anfragen vorbereitet sein.

Short Tail:

Drachen basteln – Entzündung im Ohr – englische Antiquitäten

Long Tail:

Wie bastelt man einen Drachen? Geschichten über Drachen steigen lassen – was verursacht Ohrentzündungen? Behandlungen für Mittelohrentzündung – Händler für echte englische Antiquitäten usw.

Die Long Tail Keyword Phrasen tendieren dazu, den User zu einer ganz bestimmten Sorte von Webseiten zu führen, die die betreffende Frage oder Aussage beantworten. Diese Webseiten bekommen nicht so viel Traffic wie Webseiten, zu denen kurze Keyword Phrasen hinweisen, aber sie enthalten für den User qualitativ besseren Content.

Tags

Tags sind Wörter, die die Suchmaschinen finden und mit ähnlichen Keywords in Verbindung bringen. Tags sind oft nicht in den Text der Website eingearbeitet, sondern ihr durch ein Computerprogramm angefügt. Sie müssen nicht notwendigerweise Wörter einschließen, die im Artikel oder Text verwendet werden, aber es können Wörter sein, die den Text beschreiben. Diese Tags können auch Backlinks zu anderen Seiten enthalten und können somit mehr Traffic hereinbringen.

Tags können in eine Website von Hand eingegeben werden. Sie können aber auch durch verschiedene Programme, die von Hosting Firmen angeboten werden, automatisch verarbeitet werden. Eines der bekanntesten Tagging Programme ist "Tag the Web" und wird von WordPress.com angeboten. Es hebt Wörter hervor, die häufig bei Suchmaschinenanfragen benutzt werden.

Egal wie Tags auf eine Website platziert werden, sie sind einer der wichtigsten Aspekte der Suchmaschinen-Optimierung geworden. Ihre Bedeutung liegt zwar noch hinter der von Keywords, aber sie werden immer wichtiger. Die meisten Blogs und Sites haben eine Vielzahl von Tags, auch wenn sie vielleicht nur ein paar Keywords haben, die häufig verwendet werden.

HTML Titles

HTML Titles sind Titel, auf die die Suchmaschine achtet, um festzustellen, ob die Webseite relevante Informationen für den Suchenden hat. Man muss sich immer klar machen, dass die Suchmaschine nicht menschlich ist und keine Emotionen hat; deshalb interessiert es sie nicht, wie toll ein Seitentitel blinkt usw. Sie interessiert einzig und allein, ob der HTML Title die Keywords enthält, nach der sie sucht.

HTML Titles sind äußerst wichtig für die Suchmaschine und haben ein Limit bezüglich der Zeichen, die als gültig und wichtig betrachtet werden. Die meisten Suchmaschinen beachten nur die ersten 120 Zeichen des Title. Sie tendieren auch dazu, Satzzeichen wie Kommas, Punkte usw. zu ignorieren. Lassen Sie sie also weg, denn sie kosten nur Zeichen, die Sie für besser Keywords verwenden.

HTML Titles sind normalerweise nicht sichtbar für jemand, der eine Webseite besucht. Der Besucher sieht vielmehr den Seitentitel und die Seitenbeschreibung und bildet sich daraus ein Urteil. In seltenen Fällen, je nach Suchmaschine, kann der HTML Title gesehen werden, weshalb es ratsam ist, die Keywords in einer Satz- oder Titel-Struktur zu verwenden.

Site Descriptions

Site Descriptions, also Seitenbeschreibungen, sind ein sehr wichtiger Punkt der Suchmaschinen-Optimierung. Sie sollten jedes Keyword mindestens einmal unter natürlicher Verwendung enthalten. Anhand der Site Description stellt die Suchmaschine mathematisch fest, worüber die Seite handelt. Die Beschreibung wird auch von Suchenden genutzt, um zu entscheiden, ob sie die Seite besuchen.

Die Site Description muss deshalb sehr interessant und relevant sein. Es wird empfohlen, die Beschreibung für die Webseite möglichst verlockend zu schreiben. Die Keywords sollten in der Beschreibung sein, wie auch in jedem Tagging Programm. Auf diese Weise hat die Suchmaschine mehr, anhand dessen sie die Webseite identifizieren und im Ranking einstufen kann.

Blogs

Blogs sind schnell zum häufigsten Typ von Internet Content geworden. Das liegt daran, dass der Einsatz von formalen Schreibmustern nicht erforderlich ist. Blogging erlaubt einer Person, Emotionen auszudrücken und sich der Alltagssprache zu bedienen, ohne der harschen Kritik ausgesetzt zu sein, wie das bei herkömmlichen Artikeln der Fall ist.

Blogs werden dazu benutzt, einer Website zusätzlich Content und Informationen zu geben. Blogs werden geschrieben, als ob der Schreiber für die Seite arbeitet oder sie gegründet hat, jedoch sind die meisten Blogs von Profis, die sich auf SEO Content spezialisiert haben, geschrieben. Das stellt sicher, dass die Keywords im richtigen Prozentverhältnis verwendet werden und dennoch ein flüssiger Unterhaltungston erreicht wird.

Blogs werden oft gruppiert oder kombiniert und ältere Blogs werden auf der Webseite archiviert. Dadurch steigt die SEO-Fähigkeit der Webseite. Webseitenbesucher finden Blogs sehr nützlich, da sie Informationen über die Ziele der Webseite und die darin angebotenen Produkte vermitteln. Sie sind ein entscheidendes Mittel der Kommunikation zwischen Produzent, Verkäufer und Kunde.

Hilfe bekommen bei SEO

Der Prozess der Suchmaschinen Optimierung ist recht kompliziert. Da sich die Bedingungen ständig ändern, ist es ratsam, dass sich Webmaster ein wenig Hilfe bei der Optimierung ihrer Webseiten holen, so dass sie in der Lage sind, so viel Traffic wie möglich zu erzielen. Es gibt viele Firmen und Einzelpersonen, die den SEO-Prozess verstehen, und die bereit sind, jemanden mit seiner Website gegen Gebühr zu unterstützen.

SEO Companies

Firmen für Suchmaschinen-Optimierung sind die kosteneffektivsten Mittel, eine Website zu optimieren, weil sie darauf spezialisiert sind und weil sie mit einem engagierten Team schneller mehr Webseiten machen können. Der Nachteil dieser Methode ist, dass es ihr oft am persönlichen Touch fehlt, den andere SEO-Methoden haben. Oft kann eine SEO-Firma viele Hits pro Monat für die Website garantieren.

Website Building Groups

Website Building Gruppen bieten an, Webseiten professionell für Suchmaschinen zu optimieren. Das wird oft kostenfrei gemacht, wenn die Firma die Webseite für den Kunden erstellt. Sie erstellt die Grund-Suchmaschinen-Optimierung, aber es obliegt dann dem Kunden, einzelne Komponenten wie Blog oder Webseiten-Informationen zu pflegen. Die Maßnahmen der Webseiten-Einrichter führen in den ersten Monaten zu mehr oder weniger vielen Besuchern für die Webseite, was danach passiert, ist eine andere Frage. Weebly.com ist solch ein Webhoster und Webseiten-Designer, der diese Dienstleistung anbietet.

Independent Contractors

Freie Dienstleister und SEO-Content-Unternehmen wie die Vertragspartner auf Elance.com und Guru.com stellen Inhalte für die Webseiten zur Verfügung, die von den Suchmaschinen aufgenommen werden sollen. Diese Inhalte umfassen auch Blogs, neue Artikel, PR-Arbeit, und sie können auch Blogs auf ihren anderen Websites hosten, die Links zu der Webseite bieten. Diese Unternehmen oft geben keine Garantien für die Hits, aber sie bieten für die Leser mehr Informationen.

Wie Sie SEO Erfolg auswerten

Die Erfolgskontrolle von SEO-Maßnahmen kann auf verschiedene Art und Weise durchgeführt werden. Jede Webseite sollte im internen Bereich eine Aufzeichnung haben, aus der abzulesen ist, wie viele Besucher sie hatte und welches die verwendeten Keywords waren. Manche Gratis-Dienstleister reservieren diese Informationen für kostenpflichtige Websites, aber die meisten Services geben Einblick in diese Informationen. Die verschiedenen Blogs und Artikel können auch getrackt werden, um zu sehen, wer den meisten Traffic bringt. Dadurch erkennen Sie, wo Veränderungen vorgenommen werden müssen, nach welchen Keywords am meisten gesucht wird und wie Sie die Webseite verbessern können.

Schlussworte

Websites sind sehr schwierig und kompliziert. Suchmaschinen-Optimierung ist noch komplizierter, aber wenn sie in kleine Schritte zerlegt wird, ist sie machbar. Selbst wenn der Webseiten-Ersteller nicht in der Lage ist, Suchmaschinen-Optimierung durchzuführen, gibt es immer noch viele Mittel und Wege, sicherzustellen, dass die Seite von den Suchmaschinen gefunden wird.

Zu diesen verschiedenen Möglichkeiten gehören am häufigsten auch die Unterstützung durch Suchmaschinen-Spezialisten. Diese Leute haben eine Ausbildung in Suchmaschinen-Optimierung und sind in der Lage, die Änderungen, denen Suchmaschinen seit ihrer Gründung unterliegen, zu verfolgen. Diese Spezialisten sind oftmals kostenfreundlich und garantieren, mit Ausnahme der unabhängigen Dienstleister, meist zusätzliche Besucher. Unabhängige Dienstleister garantieren eine bestimmte Keyword-Dichte und stellen den Content bereit, den der Webmaster auf der Seite gelistet haben möchte.

Die Phönizier
haben das Geld erfunden...
Aber warum so wenig?
www.nl.jeden-tag-reicher.com