

DIE 10 BESTEN SEO-TIPPS FÜR UNTERNEHMER



Google wird immer besser darin, die Experten einer Branche zu erkennen und bevorzugt zu platzieren. Die Herausforderung ist es also, mit der richtigen SEO-Strategie die eigene Expertenstellung und Autorität im Internet auszubauen. Und eine Webseite mit schlechter SEO-Optimierung und wenig relevanten Inhalten beeindruckt weder Google noch potenzielle Kunden. Denn Fakt ist, dass sich 98% der Google-Nutzer für ein Suchergebnis und damit für einen Dienstleister auf der ersten Google-Seite entscheiden. **Wo ranken eigentlich Sie mit Ihren wichtigsten Keywords?**

1 DIE RICHTIGE KEYWORD-STRATEGIE VERFOLGEN

Als Anbieter von Produkten und Dienstleistungen müssen Sie Ihre Webseite auf die richtigen Keywords optimieren. Das sind z.B. Suchanfragen wie "Vertriebsprofi", aber auch konkrete Fragestellungen, wie z.B. "Gute Wirtschaftskanzlei in Offenburg" oder "Woran erkenne ich einen guten Finanzberater". Wichtig ist, dass Sie eine individuell auf Ihre Dienstleistungen abgestimmte Keyword-Strategie erarbeiten. Denn es reicht bei weitem nicht aus, nur mit Ihrem Namen in Verbindung mit Ihrer Branchenbezeichnung bei Google gefunden zu werden. **Sehr viele Unternehmens-Webseiten sind auf die falschen oder gar keine Keywords optimiert.**



2 AUSSAGEKRÄFTIGE TITLE-TAGS VERWENDEN

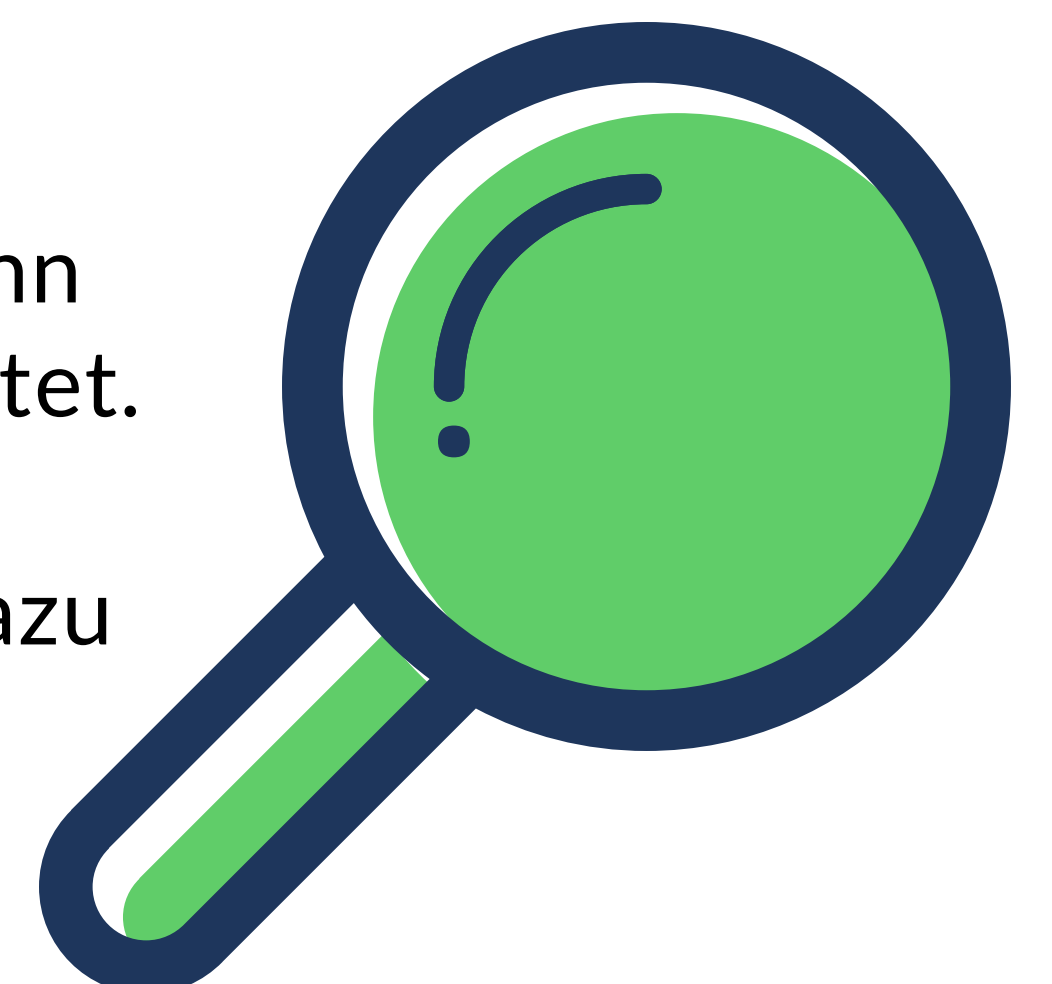
Sowohl für Nutzer als auch für Suchmaschinen ist der Title-Tag ein wichtiges Signal. Er bildet die Überschrift von Einträgen bei Google und wird dort blau gefärbt angezeigt. Jede Unterseite sollte einen individuellen Title-Tag besitzen.

Verwenden Sie auch Ihre wichtigsten Keywords in den Title-Tags, denn der Google Algorithmus bewertet den Wert der Keywords im Title-Tag sehr hoch.

Und ein guter Title-Tag sollte auch potenzielle Kunden auf Ihre Webseite lenken. **Bei 62% der Webseiten wird der Title-Tag falsch dargestellt.**

3 OPTIMIEREN SIE DIE META-DESCRIPTIONS

Eine Meta Description wird immer dann in den Suchergebnissen angezeigt, wenn ein Nutzer eine Suchanfrage startet und die Ergebnislisten von Google betrachtet. Sie sollte wie eine kurze Inhaltswiedergabe aufgebaut sein, Ihre wichtigsten Keywords enthalten und den potenziellen Kunden über einen Call-to-Action dazu auffordern, auf das Suchergebnis zu klicken. **Über 55% der Webseiten haben Probleme mit der richtigen Darstellung der Meta-Descriptions.**



4 VERMEIDEN SIE DUPLICATE CONTENT

Duplicate Content bezeichnet die Darstellung von identischen Inhalten auf einer oder mehreren Webseiten. Man unterscheidet zwischen internem und externem Duplicate Content. Aus Sicht von Google kommt Duplicate Content einem Betrugsversuch gleich und es kann daher zu einer Abstrafung oder Deindexierung der Webseite kommen.

Duplicate Content tritt häufig ungewollt auf und bleibt vom Webmaster meist unerkannt. **Rund 50% der Webseiten haben ein Duplicate Content Problem.**



5 ACHTEN SIE AUF FEHLENDE ALT-TAGS

Bilder sind ein wichtiger Teil der SEO-Strategie und ALT-Tags werden dazu benutzt, eine Beschreibung des Bildes anzuzeigen, falls dieses nicht geladen werden konnte. Für Google liefern ALT-Tags wichtige Hinweise zum Bildinhalt, sowie zum Gesamtkontext Ihrer Webseite. Sie sollten daher auch Ihre wichtigsten Keywords in die ALT-Texte einbinden. **45% aller Webseiten haben keine oder falsch eingebundene ALT-Tags.**



6 ÜBERPRÜFEN SIE IHRE H1-ÜBERSCHRIFTEN

Die Heading-Tags sind Überschriften-Formatierungen, die dabei helfen, den Inhalt einer Webseite in sinnvolle Abschnitte zu strukturieren. Bei der SEO-Optimierung spielen vor allem das H1 und H2-Tag eine wesentliche Rolle, da diese von Google eine größere Bedeutung zugeteilt bekommen. Jedes Dokument sollte nur ein H1-Tag besitzen, das auch das Hauptkeyword des Dokuments beinhalten sollte. **55% der Webseiten haben Probleme mit den H1-Überschriften.**

7 DENKEN SIE AN DIE TEXT-TO-CODE RATIO

Die Text-to-Code Ratio beschreibt das Verhältnis zwischen Textinhalten und dem dahinter liegenden Quellcode einer Webseite. Jede Webseite besteht einerseits aus Quellcode, der die Inhalte einer Webseite im Hintergrund strukturiert, und andererseits aus Text, der für den Benutzer lesbar ist. Die Text-to-Code Ratio sollte bei mindestens 25% liegen. **28% der Webseiten haben eine zu niedrige Text-to-Code Ratio.**



8 OPTIMIEREN SIE DIE LADEZEIT IHRER WEBSEITE

Die Ladegeschwindigkeit einer Webseite ist seit einigen Jahren einer von rund 200 offiziellen Google-Rankingfaktoren. Je schneller eine Webseite lädt, desto besser ist die Nutzererfahrung und desto höher ist auch die Crawling-Frequenz des Google-Bot. Denn für Google ist eine schnelle Webseite ein Signal für einen gut funktionierenden Server. Die durchschnittliche Ladezeit einer Webseite sollte 1,5 Sekunden nicht übersteigen. **Viele Webseiten haben Probleme mit der Ladezeit.**



9 SCHREIBEN SIE LANGE UND LESENSWERTE TEXTE

Google achtet und honoriert einzigartige, hoch qualitative und lesenswerte Texte. Es gibt zwar keine Mindestlänge für Texte, allerdings reicht es mittlerweile nicht mehr aus, einen Text nur noch auf ein Keyword hin zu optimieren. Google erwartet, dass man Inhalte semantisch und holistisch aufbereitet - und das ist erst ab einer bestimmten Textlänge überhaupt möglich. Im Durchschnitt haben Google TOP-10 Platzierungen ca. 1.500 Wörter Text.



10 BEAUFTRAGEN SIE EINE SEO-AGENTUR

Wenn Sie merken, dass Sie bei der eigenständigen Optimierung Ihrer Webseite an Grenzen stoßen, dann sollten Sie die Hilfe einer professionellen SEO-Agentur in Anspruch nehmen. Das kostet zwar Geld, aber so bekommen Sie Ihre Webseite schneller optimiert, gewinnen mehr Kunden und können sich voll auf Ihr Tagesgeschäft konzentrieren. Wir unterstützen Sie gerne beim Erreichen Ihrer Ziele. Kontaktieren Sie uns: seo-regio.info

Kostenloser Ranking-Check unter: <https://seo-regio.info/ranking-check/>