



WAS WIRD OPTIMIERT?

Den Content für den Nutzer optimieren und nicht für Google (User-fokussiert).

- Für welche Art von Suchanfrage wird optimiert?
- informationsorientiert (Magazinartikel)
 - transaktionsorientiert (Produktdetailseite)

MAGAZINARTIKEL



- Fachlich, redaktionell & seriös
- Mehrwert, Relevanz & Nutzwert bieten
- Bilder, Videos oder interaktive Elemente einbinden
- 1.450 - 1.750 Wörter

Überschrift

- Keyword am Anfang
- 5-6 Wörter
- Zahlen verwenden (ungerade wirken besser)
- Fragen stellen oder Kommandos erteilen

Teaser

- 3-4 Zeilen
- Keine Einleitung zum Hauptteil
- Den Leser ansprechen

Hauptteil

- Kurze Sätze mit max. 20 Wörtern
- Keywords gleichmäßig verteilen
- Weniger als 4% Füllwörter
- Aufzählungen verwenden
- Zwischenüberschriften verwenden

PRODUKTDETAILELSEITE



- Werblich, kurz & unterhaltend
- Fragen beantworten
- Welches Problem wird gelöst?
- Welche Vorteile hat ein Kauf hier?
- 200-300 Wörter

Überschrift

- Produktname & Variante
- Alleinstellungsmerkmale (z.B. zusätzliche Garantie)

Zusammenfassung

- Kurze, übersichtliche Produktinformationen
- Keine Einleitung zum Hauptteil
- Den Leser ansprechen

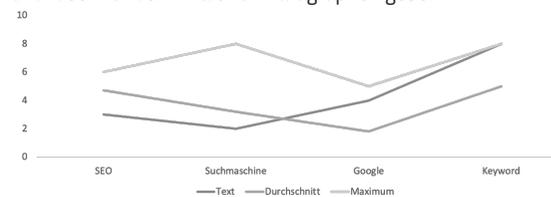
Produktbeschreibung

- Lesefreundliche Absätze
- Unique Content, keine Texte vom Hersteller
- Falls relevant: Storytelling
- Zertifikate oder Siegel einbinden

KEYWORDS

Zu verwendende Keywords und die Frequenz werden über eine **WDF*IDF Analyse** ermittelt. WDF steht hierbei für die Häufigkeit der Worte innerhalb eines Textes und kategorisiert diese nach der Gewichtung. IDF setzt die Wörter in das Verhältnis zu allen anderen verfügbaren Texten (andere Webseiten).

Bei der Erstellung von Texten können diese Werte als Referenz für die Verwendung von einzelnen Worten genommen werden und Ideen für den Inhalt von Paragraphen geben.



FEATURED SNIPPETS

Um bei Google über den organischen Suchergebnissen in den Featured Snippets zu erscheinen (und somit oberhalb von allen Suchergebnissen), müssen Antworten auf potenzielle Fragen zum Thema innerhalb des Textes in maximal 50 Wörtern beantwortet werden. In der Überschrift des Paragraphen sollte die exakte Suchanfrage verwendet werden. Beschreibende (Anleitung, Vorlage, ...) & einleitende Formulierungen (So geht, das funktioniert so, ...) lassen Google die Relevanz für den Leser besser erkennen.

PROFESSIONELLE TEXTER

Wer keine Zeit hat Content selber zu produzieren, kann einen professionellen Texter engagieren. Preise und Qualität variieren hierbei stark. **Wortpreise liegen meistens zwischen 4 und 15 Cent pro Wort.** Eine Google-Suche oder die Recherche in dedizierten Facebook-Gruppen führen zu potenziellen Textern.

Unbedingt themenrelevante Referenzen von 4-5 verschiedenen Textern anfordern und Fragen, ob die Texte unter Zuhilfenahme von SEO-Tools erstellt werden.

Im Briefing das Thema, die Zwischenüberschriften, die Länge des Textes sowie ggf. die Ergebnisse einer WDF*IDF Analyse erwähnen.

Die langfristige Zusammenarbeit mit einem Texter sorgt für einheitlicheren Content.

SEO-TOOLS



Die meisten SEO-Komplettsuiten bieten eine eingeschränkte Gratisversion oder zumindest einen kostenfreien Testzeitraum an.

SEO-Komplettsuiten (kostenpflichtig)

- XOVI (xovi.net)
- SISTRIX (sistrix.de)
- Ahrefs (ahrefs.com)
- SEMrush (semrush.com)
- MOZ Pro (moz.com)
- RYTE (ryte.com)

WDF*IDF Tools (kostenlos)

- WDFIDFTOOL (wdfidftool.com)

Textqualität-Tools (kostenlos)

- BlaBlaMeter (blablameter.de)
- Leicht Lesbar (leichtlesbar.ch)