

Checkliste für SEO-Maßnahmen:

Blog / Landingpage

Finden Sie ein Keyword. Nutzen Sie [Ubersuggest](#). Das Keyword sollte ein gutes Verhältnis zwischen Suchvolumen und SEO Schwierigkeit aufweisen.

Keyword:

Volumen:

Schwierigkeit:

Konkurrenten

Schauen Sie sich Ihre 5 Hauptkonkurrenten an. Wie stark ist Ihre Konkurrenz und denken Sie, dass Sie können besseren Content erstellen? Falls nein ändern Sie Ihr Hauptkeyword.

Konkurrent 1:

Konkurrent 2:

Konkurrent 3:

Konkurrent 4:

Konkurrent 5:

Content-Kategorie

Welche Art Content treffen Sie bei den ersten 5 Konkurrenten am häufigsten vor? Diese Art Content müssen auch Sie höchstwahrscheinlich erstellen.

Blog-Artikel

Langer Blog-Artikel

Fallbeispiel

White Paper

E-Book

Infografik

Video

Auflistung

Checkliste

Produktübersicht

Sonstiges

Semantische Wörter

Finden Sie mit [Keywordtool.io](https://keywordtool.io) die besten semantischen Wörter. Diese sind Wörter, die Google in Zusammenhang mit Ihrem Hauptkeyword verbindet.

LSI1:

LSI2:

LSI3:

LSI4:

LSI5:

LSI6:

LSI7:

LSI8:

LSI9:

Struktur / Hauptsignale

Bestimmen Sie die wichtigsten Elemente und planen Sie bereits Ihre Inhaltsangabe.

Title-Tag:

Description Tag:

URL:

H1:

Inhaltsverzeichnis:

Bilder

Erstellen Sie bereits jetzt schon ihre Bilder oder Nutzen Sie kostenlos frei verwendbare Bilder von [Pixabay](#). Infografiken können Sie mit [Canva](#) erstellen. Bilder sollten bestenfalls Mehrwert für den Leser bieten.

Content erstellen

Erstellen Sie jetzt den Content. Versuchen Sie alle nachfolgenden Punkte zu folgen,

Kurze Paragraphen

Semantische Keywords verwenden

Mindestens 300 Wörter

Keywords in Überschriften verwenden

Fragen stellen / Zielkundenorientiert schreiben

Bilder einbetten

Inhaltsverzeichnis falls sinnvoll verwenden

Call-To-Action am Ende

Website und Content testen

Nachdem Sie Ihren Content hochgeladen haben, sollten Sie diesen testen. Verwenden Sie nachfolgende Tools und folgen Sie den Tipps auf den jeweiligen Seiten. Beim Performance-Test nutzen Sie die Auswertungen von GTmetrix und nicht vom SEO-Analyzer.

[SEO Analyzer](#)

[GTmetrix](#)

[Mobile Friendly Test](#)

Social Media

Teilen Sie Ihre Inhalte auf den von Ihnen ausgewählten sozialen Netzwerken. Folgen Sie dabei Ihrem Posting-Plan. Kontinuität beim Posten ist sehr wichtig. Insofern Sie genug Follower haben, achten Sie darauf, welche Blogposts zu mehr Interaktionen führen. Diese sollten Sie stärker bewerben.

Backlinks

Die Rolle von Backlinks nimmt verstärkt an Relevanz ab, da Google anhand aussagekräftigere Daten, wie Verweildauer und Absprungrate bestimmt, wie relevant der Content ist. Das bedeutet nicht, dass es nicht weiterhin Relevanz hat. Besonders der Anchor Text, der auf Ihre Website verweist gibt Google ein Signal, für welche Keywords Ihr Inhalt relevant ist. Versuchen Sie daher backlinks für Ihre Blogs mit den richtigen Anchor Text zu generieren. In [diesem Blog](#) erhaltet Ihr 11 Strategien, wie Ihr diese erhalten könnt.

Conversion

Ihre Website wurde optimiert, online gestellt, in sozialen Medien gepusht und die Backlinks nehmen zu. Jetzt sollten Sie dafür sorgen, dass die Conversion steigt. Also die Anzahl der Website-Besucher, die auf Ihrer Website genau das tun, was Sie möchten. Mit [Google Optimize](#) können Sie 2 oder mehr Versionen Ihrer eigenen Website erstellen. Daraufhin können Sie tracken, welche der Versionen am besten das vorgegebene Ziel erreicht.

Mit Google Analytics können Sie genau sehen, wie lange Ihre Besucher auf den entsprechenden Blogs bleiben. Bei zu geringer Verweildauer oder zu hohen Absprungraten sollten Sie sich diese Blogs erneut anschauen und Änderungen vornehmen.

Mögliche Änderungen die Sie auf Ihrer Website vornehmen können sind nachfolgend dargestellt. Sie sollten immer eine Änderung nach der anderen vornehmen und schrittweise die Conversion steigern.

Call-To-Action Buttons (Text, Farbe, Position, Anzahl, Icon etc.)

Content (Über uns, Farbton, Schriftart, Jumplinks, Inhaltsverzeichnis)

Text (Überschriften, Paragraphen, Aufzählungen, Bewertungen)

Visuelle Medien (Personen, Illustrationen, Video, Autoplay, Voice)

Verkaufsprozess (Ablenkungen, Angebote, Modals)

Navigation (Menu, Title)

Formulare (Länge, Felder, Angebote)

Theoretisch können Sie alles AB-Testen. So nähern Sie sich schrittweise zur maximierten Conversion.

Tools

Diese kostenlosen Tools benötigen Sie, damit Sie vorher erwähnte Schritte durchführen können. Mit professionellen Tools können Sie weitaus mehr erreichen und bessere Analysen durchführen. Damit Sie Googles angegebenen Tools verwenden können, müssen die entsprechenden Skripte auf Ihre Website geladen werden.

[Google Analytics](#)

[Google Tag Manager](#)

[Google Optimize](#)

[Ubersuggest](#)

[SEO Analyzer](#)

[GTmetrix](#)