SEO Workshop

Von
Mel Lorscheid

1. Keyword recherche

Das Wichtigste ist zu wissen mit welchen Keywords (Suchwörtern) du gefunden werden willst.
Grundsätzlich sollte jede Zielseite nur auf **ein** Keyword optimiert werden.
Z.B. „Hochzeitsfotograf Düsseldorf“
Wenn man mehrere Städte/keywords auf eine Zielseite bringt, verwirrt das Google.

Tools um rauszufinden welches Keyword am meisten gesucht wird:

https://trends.google.de	gratis, ohne Anmeldung. Geringes Suchvolumen wird nicht angezeigt
Google Keyword Planer	Ads für 50€/Monat schalten, dann kann man alle Features nutzen. Anzahl des Suchvolumens

Bei Google suchen, erfolgreiche Mitbewerber Seiten anschauen.

-männliche oder weibliche Schreibweise?	Fotograf / Fotografin
-Ausdrucksweise? Wörter?	Hochzeitsfotograf / Hochzeitsreportage
-Reihenfolge	Hochzeitsfotograf Dü

2. Überschriften

Für Google sind Überschriften sehr wichtig. Das Keyword sollte hier inbegriffen sein.

Die Größenverteilung der Überschriften

In html-Dokumenten kann man sechs Überschriftenarten verwenden, die mit <h1> bis <h6> gekennzeichnet werden. Ihre Größe sollte sich nach ihrer Hierarchie richten: <h1> ist die wichtigste Überschrift, sie sollte also am prominentesten und damit am größten sein. Ihr folgen hierarchisch geordnet <h2> bis <h6>.

Die richtige Struktur

Nimmt man es ganz genau, soll die Überschriftenstruktur Eurer Webseite mit dem eines Word-Dokuments übereinstimmen. Es gibt also eine Hauptüberschrift, den Titel Eurer Seite – das ist die <h1>. Sie sollte auf jeder Seite nur einmal vorkommen und die erste Überschrift sein. Die anderen Überschriften sind lediglich Zwischenüberschriften und jeweils logisch den anderen Überschriften untergeordnet. Auf eine <h2> Überschrift können also zum Beispiel zwei Absätze mit <h3> folgen, nicht aber mit <h4>. Die könnten lediglich wiederrum Absätze nach einer <h3> kennzeichnen:

3. Title

Seitentitel. Automatisch generiert https://www.mel-lorscheid.de/galerie/**hochzeitsreportage/**

Erst Hauptkeyword dann Name
– Hochzeitsfotograf Düsseldorf– Mel Lorscheid Fotografie
(meist maskulines Keyword stärker–>Recherche)
Wichtigkeit von links nach rechts
Im Moment: Google unterscheidet nicht zwischen Fotograf Düsseldorf/ Fotograf in Düsseldorf

Jede Zielseite hat eigenen Titel

Maximale Länge 70 Zeichen (Stand 02/2023)

4. Text

Texte sollten immer für den Leser geschrieben werden, nicht nur für Google.
Der Kunde ist ganz schnell weg, wenn der Text sich sehr merkwürdig anhört.

Das Keyword sollte mehrfach untergebracht sein.

Der Text, der um ein Bild herum ist, sollte dazu passen.

Wichtig: Texte nicht von anderen Websites klauen

Deine Seite wird von Google abgestraft als duplicate content.

5. Bilder

Dateinamen mit Keywords
Beispiel (nicht gut): IMG406578.jpg
Beispiel (gut): hochzeitsfotograf-koeln-adam-eva-406578.jpg
Beispiel (besser): hochzeitsfotograf-koeln-Flora-adam-eva-1.jpg

Das Alt-Attribut (der „Alt-Text“) ist der alternative Text, der angezeigt wird, wenn Dein Bild nicht geladen wird oder für Sehbehinderte Menschen vorgelesen wird
-zwei bis sechs Wörter und Keyword enthalten
-Blinden ein Verständnis geben, was auf dem Bild zu sehen ist- aber nicht jedes Detail erklären
-sich leicht vom Dateinamen unterscheiden – aber kann auch gleich sein

Beispiel (nicht gut): leer
Beispiel (nicht gut): 1:1 Wiederholungen in jedem Bild, wie z. B. "Hochzeitsfotograf Bonn"
Beispiel (gut): Hochzeit in Köln Flora von Adam & Eva.
Beispiel (gut): Hochzeit in Köln Flora von Adam & Eva 2019 | dein Unternehmensname

Das Title-Attribut wird bei Mouseover angezeigt. Das kann für den Nutzer und die Suchmaschine praktisch sein.

Bild bearbeiten

Dateiname: logo-pinterest.png

Dateityp: image/png

Upload-Datum: 18. August 2012

Größe: 150 × 122

Titel * Text für den Title-Tag

Alternativtext Text für den Alt-Tag

Beschreibung des Bildes, z.Bsp. "Die Mona Lisa"

Beschriftung Textunterschrift (je nach Template)

Beschreibung Die Long Description (wird selten verwendet)

SEO_Tipp_Bildbeschriftung©hm-kommUNIKATion.jpg
September 28, 2015
102 kB
693 × 633
Bild bearbeiten
Unwiderruflich löschen

URL http://hm-kommunikation

Titel SEO_Tipp_Bildbeschriftung

Bildunterschrift Veranschaulichung der optimalen Bildbeschriftung

Alternativtext SEO optimierte Bildbeschr

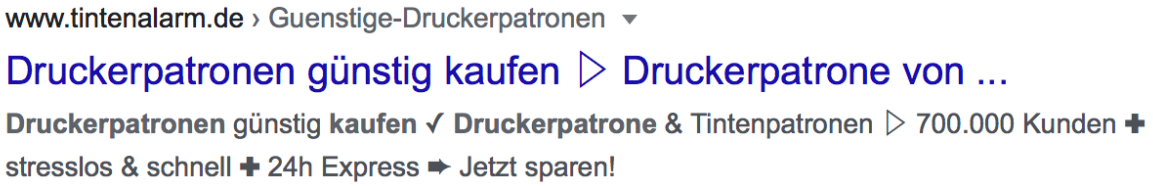
Beschreibung für Blogbeitrag "SEO-Tipp: Bildbeschriftung"

www.mel-lorscheid.de

6. Meta deskription / Snippets

Zweizeiliger Text, der unter dem Titel in den Suchergebnis angezeigt wird.
Ansprechend für den Kunden, zum Klicken anregen.
Thema der Zielseite erklären.

Eine kurze Inhaltswiedergabe nach dem AIDA-Prinzip (Attention, Interest, Desire, Action) meiner Erfahrung nach erfolgreich.
Sonderzeichen sind sinnvoll, um Texte zu trennen.



Generator mit aktuellen maximalen Zeichen, zulässigen Sonderzeichen usw:
https://app.sistrix.com/de/serp-snippet-generator

7. Page speed- Ladezeit

Wie schnell eine Seite läd und für den Besucher angezeigt werden kann ist für Google wichtig, aber natürlich auch für Kunden.
Wenn es ewig dauert bis man die Seite anschauen kann, sind sie ganz schnell weg.

-Lazy Loading:
Durch die Nutzung von Lazy Loading werden Inhalte erst dann geladen, wenn diese Inhalte durch Nutzerinteraktionen wie Scrolling auch tatsächlich im Browser-Sichtfeld sichtbar sind.

-komprimierte Fotos
Alle Fotos müssen komprimiert werden. Dateigröße wird geringer aber die Auflösung/Qualität bleibt.
Software zb https://www.jpegmini.com

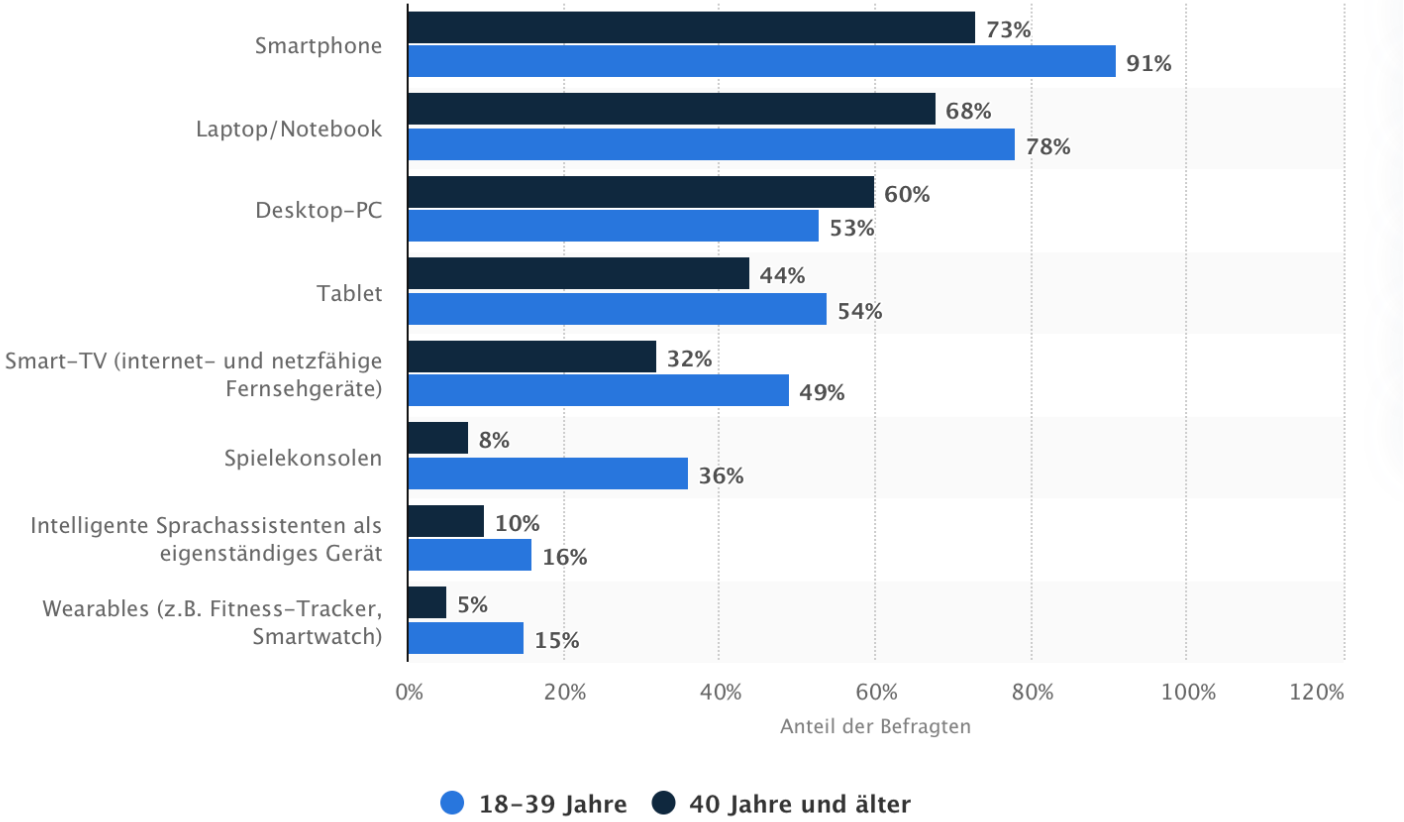
-Videos müssen über Youtube, Vimeo usw. eingebunden sein (Je nach Website mit Plugin möglich)

-überflüssige oder inaktive Plugins deinstallieren

Test wie schnell eine Seite ist: https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/

8. Responsive Webdesign

Webseiten müssen so optimiert sein, dass sie problemlos von Smartphones, Tablets und sonstigen Endgeräten angezeigt werden. Das ist Benutzerfreundlich und gefällt deshalb auch Google.
Ab März 2021 werden alle Websites, die nicht responsive sind, gar nicht mehr von Google angezeigt oder nur ganz weit hinten.



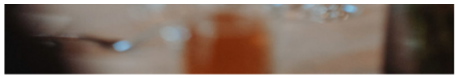
Quelle: Statista Mai 2020

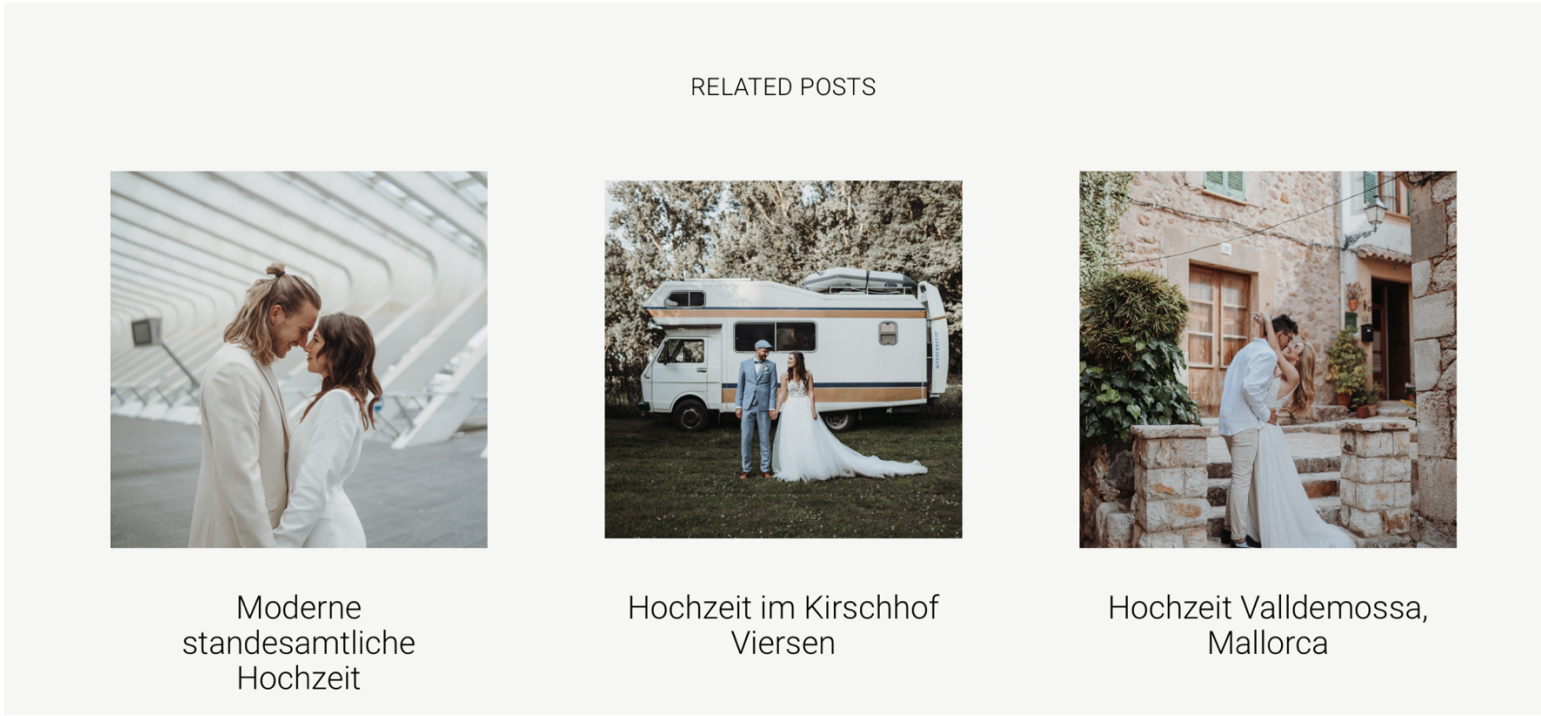
Seite testen: https://search.google.com/test/mobile-friendly

9. Interne Verlinkung

Seiten untereinander verlinken

Zb. Hochzeitsreportage im La Dü Düsseldorf. Unten verlinken auf andere Reportagen in Düsseldorf, oder die den Kunden interessieren könnten.



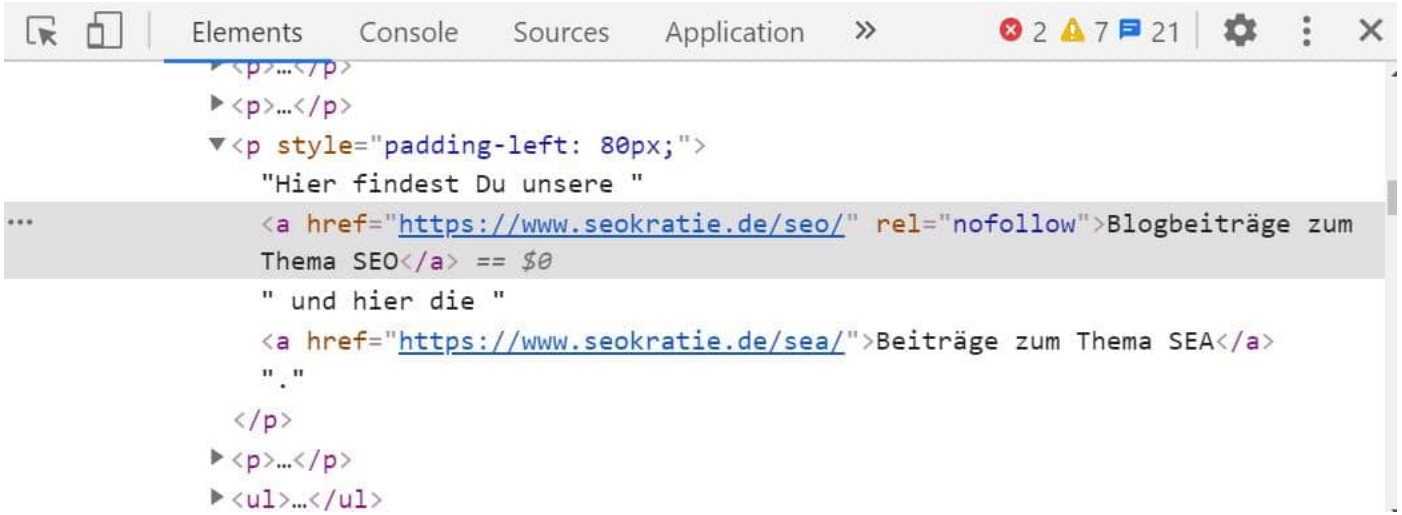


-Seitenstruktur in Rubriken Hochzeitsreportage Düsseldorf – dort dann alle Reportagen zu Ddorf zeigen

10. Externe Verlinkung (Backlinks)

Links auf anderen Websites auf deine Websites.
ZB. Blogs, andere Unternehmen, Branchenbucheinträge verlinken deine Website auf ihren Websites.

Vorsicht: Es können auch nofollow Links sein, die von Google nur sehr schwach bewertet werden.
Im Seitenquelltext nach nofollow suchen



In der Google search console kann man sehen welche Seiten auf die eigene Seite verlinken.

11. Verweildauer

Kunden möglichst lange auf den einzelnen Unterseiten und der kompletten Website verweilen lassen.

Kurze Videos, Gifs oder Slideshows am Anfang der Unterseite.
Alles was den Kunden nicht sofort weiterklicken lässt ist gut.

Beispiele:
https://flothemes.com/make-your-website-engaging/

Ansprechende Bilder und Texte verwenden

Interne Verlinkungen zu interessanten anderen Seiten der eigenen Website

Wichtig:
Verlinkungen zu externen Seiten immer mit „im neuen Tab öffnen“

12. Sitemap „Landkarte" für Google

Google entdeckt neue Inhalte durch das Crawlen des Internets. Wenn sie eine Seite crawlen, dann berücksichtigen sie beides, interne und externe Verlinkungen auf dieser Seite. Sollte eine entdeckte Seite nicht in ihrem Suchindex sein, dann können sie deren Inhalte parsen und indexieren, wo es Sinn ergibt.

Doch Google kann nicht alle Inhalte auf diesem Weg finden. Sollte eine Seite nicht durch andere bekannte Seiten verlinkt sein, werden sie diese nicht finden.

Das ist der Punkt, wo Sitemaps zum Tragen kommen.

Sitemaps zeigen Google (und anderen Suchmaschinen), wo sie die wichtigsten Seiten deiner Webseite finden können, damit sie diese crawlen und indexieren können. Das ist wichtig, weil Suchmaschinen keine Inhalte ranken können, ohne diese zuvor zu indexieren.

Anleitung:
https://ahrefs.com/blog/de/wie-man-eine-sitemap-erstellt/

13. Google Search Console

Die neu erstellten oder geänderten Seiten indexieren lassen – Google Seach Console

Regelmäßig optimieren, zeigt Google die Seite ist aktuell

Beachte: Position kann sich verändern, da Wettbewerber auch optimieren oder Backlinks gelöscht werden können

14. Plugins

Rankmath (empfohlen)

Yoast

Backup Updraft plus (vor jeder Änderung backup machen, damit bei Fehlern der letzte Stand gesichert ist.)