

Search Engine Optimization (SEO)

Checkliste Suchmaschinenoptimierung

Google vergleicht ca. 200 Faktoren, um das Ranking einer Webseite in den Suchergebnissen zu bestimmen. Wie sich dieser Algorithmus zusammensetzt, weiß nur Google selbst. Für die Verbesserung des Ranking gibt Google einige Tipps und auch wir haben natürlich Erfahrungen gesammelt. Diese findest du in unserer SEO Checkliste:

- Deine Website ist mit einem aktuellen Content-Management-System (CMS) aufgesetzt. Aktuell heißt: Mobile Optimierte, Seitenbeschreibung statt Keywordeingabe, u.a.m.)
 - Websites, die nicht Mobile optimiert sind, werden von Google grundsätzlich abgewertet!
 - Deine Web-Seite ist unter einer eigenen Domain erreichbar.
 - Favorite -Icon in der Browserleiste
 - Die Struktur deiner Web-Seite ist klar und übersichtlich. Wir empfehlen max. 5-7 Navigationspunkte in der 1. Ebene.
 - Die Website/Startseite hat ausreichend Text, den Google indizieren kann.
 - Headlines und Texte sind suchmaschinengerecht getextet.
 - Die Website hat einen aussagekräftigen Seitentitel!
-
- Jede Unterseite hat Sinn und Zweck und erfüllt eine eigene Aufgabe.
 - Deine Unterseiten sind miteinander verlinkt. Es ist wichtig, dass jede Unterseite mit maximal drei Klicks auf deiner Webseite erreichbar ist.
 - Die Inhalte deiner Webseite sind einzigartig. Es gibt keine weitere Webseite, die den gleichen Inhalt hat. Füge also keine kopierten Texte ein. (Wir als doppelter Content abgewertet!)
 - Die Inhalte deiner Webseite werden stetig aktualisiert, zum Beispiel durch regelmäßig erscheinende Blog-Artikel.
 - Zu jedem Bild ist ein alternativer Bildtext hinterlegt, der das Bild beschreibt.
 - Jede Unterseite hat einen eigenen Seitentitel und eine individuelle Seitenbeschreibung.
 - Auf jeder Unterseite gibt es maximal eine Überschrift Groß (H1), und diese steht vor allen anderen Überschriften Mittel (H2) und Klein (H3).
 - Du hast deine Sitemap über die Google Search Console eingereicht.

- Deine Web-Seite ist auf anderen Webseiten verlinkt. Das können zum Beispiel die Seiten deiner Partner, Branchenverzeichnisse oder regionale Webseiten sein.
- Deine Web-Seite / Firma ist bei sozialen Netzwerken oder Empfehlungsportalen (zum Beispiel Facebook, Google+, Yelp) präsent.

Darüber hinaus empfehlen wir Ihre Website zu überprüfen, ob sie Ihr Business als Marketingtool unterstützen kann.

- Shop (auch als „click&collect“)
- Anfrageformulare
- Checklisten
- Upload-Bereiche
- Presse-Corner für eine aktive Online-PR
- Google-Map, Eintrag in Google-Business
- U.v.m.

Gerne beraten wie Sie individuell und unterstützen Sie bei Pflege, Aktualisierung und Textierung Ihrer Website

Dipl. Komm.-Kaufmann und MMC Multimediacoach

Roland Hahn

r.hahn@hahn.at

www.hahn.at

mobile: 0043 699 17 03 47 32