



FAIRTECH

WAS SIE TUN KÖNNEN, UM IHRE WEBSITE SEO - FREUNDLICH ZU MACHEN

Es spielt keine Rolle, ob Sie die Arbeit selbst tun oder Ihr Team sie erledigt oder Sie Dritt-Agenturen einsetzen.

Diese Anleitung zeigt Ihnen alles, was Sie wissen und tun müssen, um Ihre Website für eine regelmäßige SEO vorzubereiten, die Sie auf die erste Seite von Google bringen wird.

✓ **Monitoring**

Wenn Sie Ihre Überwachungs-Tools noch nicht eingerichtet haben, ist dieses das Erste, worüber Sie nachdenken sollten. Sie müssen die Tools einsetzen, die Ihnen zeigen, was funktioniert und was nicht. Das wird Ihnen ermöglichen, später Ihre Anstrengungen zu optimieren. Monitoring wird Ihnen helfen, mehr Zeit und Geld in das zu investieren, was funktioniert, und die Bemühungen, die kein Geschäft bringen, auszusetzen.

Auch gibt es Ihnen auch volle Transparenz und Kontrolle über Ihr Wachstum. Sie können Ihren Fortschritt überwachen. Es spielt keine Rolle, wer Ihre SEO durchführt, ob intern oder extern. Egal, wer sich darum kümmert, Sie möchten Ihren Fortschritt überwachen.

✓ **Traffic**

Sie müssen den Verkehr (Alle Besucher, die auf Ihrer Website landen) überwachen, als Minimum:

1. Ihr Website-Traffic
2. Woher kommen die Besucher?
3. Besucherfluss und -Verhalten
4. Ziel erreicht / Leads (Aktionen, die Ihre Besucher durchführen sollen)

Stellen Sie sicher, dass Sie Statistiken für jede Seite Ihrer Website haben, einschliesslich Ihrer "Danke-Seiten" (Seiten, die dem Benutzer nach dem Ausfüllen Ihrer Kontaktformulare, Fragebögen, kostenlosen Downloads usw. angezeigt werden). Um die Konversion dieser Seiten überwachen zu können, müssen diese als Ziel in Analytics definiert werden.

Setzen Sie sich nur Ziele, die Sie messen können. Dies wird Ihnen nur einen kleinen Teil Ihres SEO-Erfolgs zeigen. Möglicherweise möchten Sie auch den Anstieg der Anrufe, E-Mails, Walk-Ins usw. messen.

Wenn Sie ein CRM-System verwenden, sorgen Sie dafür, dass Ihre Leads, Ziele und Statistiken in dieses integriert sind.

Google Analytics ist kostenlos, es kann das oben in der Liste genannte absolute Minimum und vieles mehr überwachen.

✓ **Google Search Console**

Verwenden Sie die Google Search Console als sekundäres Überwachungstool. Das hilft Ihnen, Probleme auf Ihrer Website zu erkennen, die es Suchmaschinen schwer oder unmöglich machen können, Ihre Website zu indexieren. Sie müssen die Suchergebnisse mithilfe der Google Search Console überwachen. (Früher als Webmaster-Tools bekannt)

Das wird Ihnen zeigen, welche Keywords zum Auffinden Ihrer Website verwendet wurden und helfen, Informationen zu überwachen, mit denen Sie Ihr Ranking in Zukunft verbessern können.

✓ **Ranking Report**

Sie müssen einen Ranking-Bericht erstellen, damit Sie Ihre Positionen in den Suchmaschinen für alle gezielten Suchwörter überwachen und sofort sehen können, wann Ihre Position nach unten fällt und Sie dann unmittelbar korrigieren können. z.B. Wenn ein Mitbewerber plötzlich mehr Energie in ein bestimmtes Keyword investiert, bei dem Ihr Ranking gut war, müssen Sie für dieses Keyword oder die Seite aktualisieren/optimieren. Ein Ranking-Report wird Ihnen helfen, leicht Ihren Fortschritt zu erkennen.

✓ **Überwachen Sie Ihre Leads**

Wenn Sie über professionelle Tools zur Überwachung Ihrer Leads und Verkäufe wie ERP- oder CRM-Programme verfügen, extrahieren Sie die insgesamt für alle Abteilungen Ihres Unternehmens generierten Leads. Schliessen Sie Details ein, von welchem Kanal sie kamen, wie häufig sie waren usw. SEO beeinflusst praktisch alle vorhandenen Kanäle. Sie möchten sicherstellen, dass Sie sämtliche Leads Ihres Unternehmens, egal woher sie kommen, überwachen können.

Dazu müssen Sie in der Lage sein, jederzeit die Anzahl der während eines bestimmten Zeitraums generierten Leads extrahieren zu können. Idealerweise sollten Sie einige Jahre zurückverfolgen können.

Wenn Sie keine Software verwenden, kann dies auch mit einer einfachen Excel-Datei erreicht werden. Sie können Ihre Daten einfach manuell eingeben. Egal wie simpel Sie es halten, Sie können im Laufe der Zeit mehr Details hinzufügen. Stellen Sie nur sicher, dass Sie das Minimum eingesetzt haben, bevor Sie beginnen.

Es sollte ungefähr so aussehen ...

- Alle in den letzten 5 Jahren generierten Leads, aufgeschlüsselt nach Jahren
- Alle in den letzten 2 Jahren generierten Leads, aufgeschlüsselt nach Monaten
- Alle abgeschlossenen Verkäufe der letzten 5 Jahre, aufgeschlüsselt nach Jahren
- Alle abgeschlossenen Verkäufe der letzten 2 Jahre, aufgeschlüsselt nach Monaten

Es ist auch hilfreich, den durchschnittlichen Lebenszeit-Wert Ihrer Kunden zu kennen. Dies kann Ihnen dabei helfen, das monatliche Budget zu bestimmen, das Sie realistisch für SEO verwenden können.

Sobald Ihr Monitoring eingerichtet ist, können Sie sofort mit dem Sammeln wichtiger Daten beginnen.

Der nächste Schritt ist die Vorbereitung Ihrer Website für SEO. Die unten beschriebenen Schritte sorgen dafür, dass Nutzer und Suchmaschinen alle Ihre Seiten finden und gut verstehen können.

✓ Ihre Domain

Sie müssen sicherstellen, dass Sie für Ihre Website eine eigene Domain verwenden. Vermeiden Sie es, eine Plattform zu wählen, die Ihnen eine Subdomain zuteilt, wie z.B. www.ihrname/plattformname.com

Bevor Sie die Domain bewerben und regelmässige Geschäfte durch sie bekommen, vergewissern Sie sich, dass Sie der rechtmässige Eigentümer Ihres Website-Namens sind, und niemand Ihnen diesen wegnehmen kann, und fordern/behalten Sie den Zugriff auf die Domain-Control-Panel für Zahlungen und Einstellungen.

Denken Sie daran, dass Sie Ihre Marketing-Vermögenswerte darauf aufbauen. Durch SEO wird sie viel an Wert gewinnen.

Sie müssen sie dann nicht später ändern, oder bezahlen, um sie zu behalten. Ihre Domain ist wertvoll, insbesondere wenn Sie diese besitzen und Ihre Website seit mehr als 2 Jahren unter dieser Domain läuft. (Neue Domains benötigen Zeit, um das Vertrauen der Suchmaschinen zu gewinnen).

✓ Die URLs Ihrer Website

Sehen Sie sich die URLs auf Ihrer Website an. Die URL ist die Adresse (Dateiname) jeder Seite Ihrer Website, zum Beispiel: www.mywebsite.com/shoe-shop/outdoor-shoes/adidas-trekkingshoe.html

Sie zeigt uns allen, einschliesslich den Suchmaschinen, dass Sie ein Schuhgeschäft sind, dass wir in der Kategorie Outdoor-Schuhe sind und wir uns auf der Seite des adidas-Trekking-Schuhs befinden.

Wenn Ihre URLs so aussehen ...

www.mywebsite.com/cat237lang=en-product2984?avs

können weder Suchmaschinen noch Personen verstehen, worum es auf der Seite geht und in welche Kategorie sie gehört.

Wenn Ihre URLs wie das erste Beispiel oben aussehen (auch wenn der Name der Kategorien oder Seiten noch nicht die richtigen Keywords sind), können Ihre Seiten in Kategorien gruppiert werden, und damit sind Sie auf dem richtigen Weg. Dies wird bei den meisten Websites der Fall sein. Wenn aber nicht, ist dies ein Punkt, den Sie sehr ernst nehmen müssen.

Dies ist das Fundament Ihres Projekts. Verbessern Sie Ihre URLs.

Planen Sie dies jedoch sorgfältig, ändern Sie Ihre URLs **NICHT**, ohne Sie sich vorher an einen SEO-Experten zu wenden. Fragen Sie Ihren Webmaster, um zu erfahren, ob er suchmaschinenfreundliche URLs einfach aktivieren kann. Das ist auf den meisten modernen Plattformen möglich.

Wenn es nicht möglich ist, sollten Sie zu einer anderen Plattform/CMS wechseln, die SEO-freundliche URLs zulässt, oder buchen Sie eine kostenlose Beratung bei uns, wir werden Ihnen helfen, die beste Lösung für Ihr Projekt zu finden.

Heutzutage haben 95% der Websites nicht dieses Problem, wenn Sie jedoch zu den unglücklichen 5% gehören, ist es eine Priorität, dieses zu lösen.

✓ Ihre Website-Struktur

Der Inhalt Ihrer Website muss in Kategorien gruppiert sein. Wie die oben verwendeten URLs, muss Ihr gesamter Inhalt in Kategorien und Unterkategorien gruppiert werden. Alle Outdoor-Schuhe und Informationen zu Outdoor-Schuhen müssen in der Kategorie Outdoor-Schuhe sein.

Auch hier, wenn dies nicht der Fall ist, wenn sich also Ihre Produkte in der falschen Kategorie befinden, schieben Sie sie nicht einfach herum. Dies erfordert eine SEO „Migration“. Sie müssen den Fall analysieren und die guten, bisher gesammelten historischen SEO-Punkte auch mit verschieben.

Eine Migration muss von einem SEO-Experten gut geplant werden, um zu vermeiden, dass Traffic und Geschäft verloren gehen. Wenn Ihre URLs bereits korrekt sind, können Sie zum nächsten Punkt gehen. Wenn nicht, müssen Sie erst daran arbeiten. Viele Unternehmen verlieren einen grossen Teil ihres Einkommens von einem Tag zum anderen aufgrund der Migration von Website-Elementen oder Änderungen von URLs.

Wenn Sie Ihre Optionen in dieser Angelegenheit einschätzen möchten, buchen Sie eine kostenlose Beratung, damit wir Ihnen bei der Bewertung Ihrer Website helfen und den besten Weg wählen können.

Die gute Nachricht ist, dass, sobald dieses erledigt ist, der Nutzen erhalten bleibt. Die neuen Inhalte / Kategorien werden nach dem selben System hinzugefügt. Es ist nicht nötig sein, später daran zu arbeiten, sobald Sie die richtige Technologie haben und diese richtig eingerichtet ist.

Der Rest geschieht automatisch und Sie werden langfristig davon profitieren.

✓ Die Menu Struktur

Ihre Menu Struktur muss in Kategorien gruppiert sein. Die Navigation für Besucher und Suchmaschinen muss einfach sein. Sobald Ihre Website mehr als 50 Seiten umfasst, stellen Sie sicher, dass sie Klapp-Menüs hat. Dadurch wird die Verlinkung aller Seiten untereinander vermieden, sondern es werden die jeweiligen Kategorien mit allen anderen Seiten derselben Kategorie verlinkt, aber nicht mit den anderen Kategorien.

Eine pyramidenförmige Struktur eignet sich am besten für SEO und auch für Website-Besucher. Verwenden Sie nur HTML und CSS, um Ihr Menu zu erstellen, damit Suchmaschinen ihm folgen können. Vermeiden Sie Java-Script, Animationen oder andere ausgefallene Technologien. Suchmaschinen können ihnen nicht folgen. Mit CSS und HTML 5 können Sie heutzutage dasselbe Erscheinungsbild erzielen, Ihr Menu wird trotzdem gut aussehen.

✓ **Stellen Sie sicher, dass die Website responsiv ist**

Ihre Website-Besucher verwenden viele verschiedene Geräte, Desktops, Laptops, Tablets, Smartphones usw. Ihre Website muss auf alle diese Formate reagieren können. Es ist sehr wichtig, dass Ihre Website gelesen und die Schaltflächen angeklickt werden können, wenn man ein Mobiltelefon vertikal verwendet.

Man muss die Tasten lesen und auswählen können, ohne auf dem Bildschirm zoomen zu müssen.

Mobile Benutzer bleiben nicht auf der Website, wenn diese nicht an mobile Geräte angepasst ist. Google bestraft offiziell Ihr Ranking, wenn Ihre Website nicht responsiv ist. Solange Sie die bestehende Website, das Menu und die URL-Struktur beibehalten, können Sie sie so umgestalten, dass sie responsiv ist.

Dieses sollte Ihr Unternehmen nicht gefährden. Was Sie vermeiden müssen, sind jegliche Änderungen an der vorhandenen Struktur. Andernfalls ist es eine Migration, die erneut geplant werden muss.

✓ **Footer Links**

Stellen Sie sicher, dass Sie in der Fusszeile Ihrer Website Links hinzufügen können. Wenn Ihre Besucher Ihre gesamte Seite lesen, Ihrem Aufruf zum Handeln jedoch nicht gefolgt sind, ist dies eine zusätzliche Chance, sie auf Ihrer Website zu behalten, so dass sie nicht zu den Google-Suchergebnissen zurückkehren und auf die Website eines Mitbewerbers klicken.

Es ist üblich, dass Websites im Footer-Bereich der Seite „Abkürzungen“ zu den verschiedenen Bereichen einer Website anbieten. Sorgen Sie dafür, dass Sie ohne die Hilfe eines Grafikers oder Web Developers beliebig viele Links hinzufügen können. Dies ist ein wichtiges Tool für die Arbeit an Ihren internen Verlinkungen. Sie werden einige Spalten benötigen, mit denen Sie arbeiten können.

Während Ihrer SEO-Optimierungsarbeit müssen Sie regelmässig neue Links zu Ihren wichtigsten Seiten setzen und die richtigen Keywords einsetzen.

✓ **Entfernen Sie Drittanbieter-Skripts wie Javascript ...**

Verwenden Sie so wenig Skripte wie möglich. Sie können Ausnahmen für Seiten festlegen, die in Suchmaschinen nicht sichtbar zu sein brauchen, z. B. Seiten hinter Logins, Kontaktformularen oder Fragebögen. Das ist ein umfangreiches Thema, aber vorerst bleiben wir bei den Grundlagen. Entfernen Sie Java-Skripts auf Ihren optimierten Seiten, und verwenden Sie sie vor allem niemals in Ihrem Menü. CSS und HTML 5 können gleichermassen beeindruckende Effekte haben.

Wenn Ihr Menu mit HTML und CSS erstellt wurde, sind Ihre Ziel-Links im Quellcode sichtbar, sodass Suchmaschinen ihnen leicht folgen können. Kleine saubere Java-Skripts, die Ihren Quellcode nicht behindern, können beibehalten werden, da Google mit der Zeit langsam lernt, mit ihnen besser umzugehen.

✓ **Komprimieren Sie langsam ladende Bilder**

Die Ladezeit Ihrer Website ist ebenfalls wichtig, insbesondere für mobile Benutzer, die für die Bandbreite nach Megabyte bezahlen. Aus diesem Grund werden Websites, die „zu schwer“ sind, bestraft.

Stellen Sie sicher, dass alle Ihre Bilder maximal komprimiert sind. Sie können verschiedene Versionen haben, die bei kleineren Bildschirmen schneller geladen werden. Allein durch das Komprimieren aller Bilder auf einer Website verbessern Sie oftmals das Ranking der Website in Suchmaschinen. Dadurch wird auch der Bandbreitenverbrauch drastisch reduziert. Bei grossen Websites kann dies eine wichtige Ersparnis sein.

✓ **Entfernen Sie Fehler und Bugs von der gesamten Website**

Stellen Sie sicher, dass Sie defekte Links oder umgeleitete Links entfernen. Prüfen Sie, ob Markierungen, die für behinderte Besucher erforderlich sind, fehlen. Ein guter Anfang ist, sicherzugehen, dass Ihre Seiten W3C kompatibel sind.

Sie können eine Seite mit diesem kostenlosen Tool testen: <https://validator.w3.org/>

Verwenden Sie das Google Search Console-Tool, um Weiterleitungen und Fehler zu finden.

Es gibt viele Bezahl-Tools, die diese Aufgaben vereinfachen und alle Fehler melden, die korrigiert werden müssen. Häufig müssen Sie mehrere Tools verwenden, um das alles abzudecken.

Beginnen Sie mit den defekten Links und umgeleiteten Links. Stellen Sie dann sicher, dass Ihre 404-Fehlerseite über einen Link zu Ihrer Website verfügt und dass sie mit W3C Markup kompatibel ist. Sobald Sie dieses bereinigt haben, wird Ihre Website eher als gut gewartet angesehen und von den Suchmaschinen besser bewertet.

✓ **Erhalten Sie vollen Zugriff auf Ihre Website**

Stellen Sie sicher, dass Sie uneingeschränkten Zugriff auf Ihre Website haben, einschliesslich der Domain-Control-Panel, des Servers, auf dem die Website gehostet wird, und auf das CMS, falls Sie eines verwenden. Sie sollten nicht nur einen CMS-Editor-Zugang haben, sondern den vollständigen Eigentümer- / Administratorzugang einschliesslich der FTP-Details.

Ihre Website wird bald einen grossen Einfluss auf die Einnahmen Ihres Unternehmens haben. Stellen Sie sicher, dass sie nicht einfach verschwinden kann, wenn Ihre Webagentur geschlossen wird. Sie müssen der Besitzer sein und vollen Zugriff auf jeden Teil Ihrer Website haben.

Dieses wird Ihnen erlauben, die Meta-Tags zu bearbeiten (Informationen, die im Hintergrund an die Suchmaschinen übertragen werden).

✓ **Erhalten Sie vollen Zugriff auf Ihre Website - Fortsetzung...**

Der Zugang zu dem gesamten Inhalt Ihrer Website beinhaltet ebenfalls, dass Sie den Text bearbeiten können, sowie die Titel (Header-Tags), die Schaltflächen-Namen ändern und Footer-Links hinzufügen können usw.

Auch wenn Sie weder selbst noch In-House Mitarbeiter Änderungen an der Website vornehmen werden, ist der vollständige Zugriff dennoch wichtig. Es ist wichtig für die Geschäftskontinuität. Sie wollen nicht riskieren, die Website zu verlieren, in die Sie so viel Liebe, Zeit und Geld investiert haben. Auch, wenn Ihre SEO-Agentur nicht auf Ihre Website zugreifen kann, um die für Ihren Erfolg erforderlichen kleinen Änderungen zu implementieren, sind Sie immer darauf angewiesen, dass Ihre Web-Agentur alle Änderungen vornimmt. Das wird Ihren Fortschritt verlangsamen und die Kosten drastisch erhöhen.

✓ **Stellen Sie sicher, dass Sie keine Spiegel-Inhalte oder Spiegel-Seiten haben**

Spiegel-Inhalt liegt vor, wenn sich auf Ihrer Website Text befindet, der direkt von einer anderen Website kopiert wurde. Google ignoriert diese Informationen und entscheidet sich häufig dafür, Ihre Seiten nicht zu indizieren. Es ist ideal, wenn alle Ihre Inhalte original sind.

Das Vermeiden ähnlicher Inhalte zwischen Ihren eigenen Seiten ist ebenfalls wichtig. Es ist ideal, wenn Sie Ihr Original von einem Fachmann schreiben lassen oder intern schreiben und von einem Fachmann bearbeiten lassen. Ihr Inhalt ist nicht nur dafür verantwortlich, Sie in den Suchmaschinen einzustufen, sondern auch, um die Menschen auf Ihrer Website zu halten, sowie deren Interesse zu wecken, mit Ihnen zu sprechen oder Ihre Produkte zu kaufen.

Behandeln Sie Ihre Inhalte nicht leichtfertig. Ihr Text ist das wichtigste Mittel zur Kommunikation mit den Besuchern Ihrer Website.

Ihr Inhalt und Ihre Seiten werden stärker für Sie arbeiten, wenn Sie sie mithilfe von Keywords optimieren. Es ist ratsam, dass Sie einen SEO-Experten beauftragen, die Recherchen für Sie durchzuführen. Dann sorgen Sie dafür, dass Sie lernen, wie Sie diese in Ihre Texte einfließen lassen oder dass Sie Hilfe von einem Profi erhalten.

Sie müssen auch sicherstellen, dass Sie die richtigen Keywords verwenden. Viele Leute verbringen viel Zeit damit, für Keywords zu optimieren, die keinen Traffic haben, nur weil sie relevant klingen. Versichern Sie sich professioneller Unterstützung, um die Keywords auszuwählen, die für in Ihrer Branche relevant sind und die Ihr Wachstum fördern werden.

✓ **Schlussfolgerungen und weitere Schritte**

Sobald alle oben genannten Punkte abgedeckt sind, können Sie ernsthaft an Ihrer monatlichen SEO arbeiten. Das wird grosse Veränderungen in Ihr Geschäft bringen und Sie in eine Position versetzen, in der Kunden zu Ihnen kommen, anstatt dass Sie nach ihnen suchen.

Nehmen Sie sich eine Sekunde Zeit, um sich vorzustellen, wie das Ihren Lebensstil beeinflussen würde ...

Wenn Ihr Unternehmen einen konstanten Strom von Leads erhält, ermöglicht das ein konstantes Wachstum. Sie können in Ihrem Geschäftsprozess Systeme erstellen, die diese Leads schliessen und jeden Monat, jedes Quartal und Jahr eine vorhersagbare Anzahl von Kunden gewinnen. Als Geschäftsinhaber wird ihnen das erlauben, einen Gang zurückzuschalten und Ihren Lebensstil nach Ihrem Wunsch zu gestalten.

Google verwendet jetzt mehr als 200 Faktoren in seinem Algorithmus, darunter soziale Signale, Benutzerinteraktion und Vertrauen. Woher wissen Sie, auf welche Sie sich zuerst konzentrieren sollten?

Die Realität ist, dass Sie nicht alle 200 auf die richtige Art und Weise treffen können.

Was jedoch zählt, ist zu wissen, welcher zuerst den grössten Unterschied machen wird und dann kontinuierlich dafür sorgt, dass Sie Ihren Mitbewerbern immer einen Schritt voraus sind.

Das Wachstumsprogramm von FairTech gibt Ihnen einen Vorsprung von 2 Jahren gegenüber Ihren Mitbewerbern.

Die obige Liste ist Teil unserer Roadmap für das Online-Marketing-Wachstumsprogramm. Natürlich hat jedes Projekt individuelle Anforderungen, je nachdem wo Sie sich gerade befinden.

Diese Punkte sind der minimale Anfang. Wir stellen sicher, dass diese erfüllt sind, bevor Sie beginnen, um dafür zu sorgen, dass Sie einen maximalen Return on Investment erzielen. Einige Projekte beginnen mit viel Zeit- und Energie-Investition von unserer Seite. Für uns ist es wichtig, dass wir Sie dabei unterstützen, sich an die Situation anzupassen, in der Sie sich gerade befinden, während Ihr Unternehmen in die richtige Richtung wächst. Wir setzen klare Ziele, die innerhalb Ihres Budgets erreicht werden können.

[Kontaktieren Sie uns jetzt, um eine kostenlose Beratung zu erhalten.](#)

Wir werden Ihnen Ihre Möglichkeiten erklären und Ihnen helfen, ein Budget zusammenzustellen, das zu Ihrem Unternehmen und Ihren Zielen passt. Wir können alles für Sie erledigen, oder Sie können mit einbezogen werden, wenn Sie es bevorzugen.



AUTOR: Patrik Mühlematter ist der Gründer von FairTech und Verfasser der Online Marketing Mastery Formel, die Geschäftsinhabern hilft, das Problem zu lösen, durch ihre Arbeit in ihrer Firma gefangen zu sein, anstatt ihr Unternehmen für sie arbeiten zu lassen. Patrik hilft leidenschaftlich dabei, Unternehmer dabei zu unterstützen, ihr Traum-Geschäft durch einen konsistenten Strom exakt passender Kunden aufzubauen.