

7 effektive Schritte, um Ihr Google-Ranking durch SEO nachhaltig zu verbessern

Mittels Suchmaschinenoptimierung (SEO) können Sie auf den ersten Positionen bei Google gefunden werden. Dadurch verbessern Sie Ihre Sichtbarkeit und können gleichzeitig mit einem passenden Webseitenauftritt potenzielle Kunden anziehen. Die folgenden sieben Tipps zeigen auf, welche fundamentalen Grundlagen Sie beachten sollten, damit der Google-Algorithmus Ihre Website belohnt und Ihr Unternehmen auf den obersten Plätzen in der Suchmaschine rankt. Verwechseln Sie die Suchmaschinenoptimierung nicht mit Suchmaschinenwerbung. Bei der Suchmaschinenwerbung handelt es sich um bezahlte Werbeanzeigen, wie beispielsweise Google Ads.

1. Content-Marketing: Nur relevante Inhalte führen zum Erfolg

Wichtig ist, dass Sie regelmässig neuen Content veröffentlichen. Achten Sie darauf, ausschliesslich relevante Inhalte herauszubringen, die dem Leser einen Mehrwert bieten. Nur so können Sie Ihre Zielgruppe von sich überzeugen und die Besucher in Kunden umwandeln. Es empfiehlt sich, die Inhalte der Konkurrenz, die auf den ersten Positionen rankt, anzuschauen. Das hilft Ihnen dabei, zu verstehen, wonach potenzielle Kunden suchen. Keineswegs sollten Sie den Content Ihrer Konkurrenz kopieren, sondern bessere Inhalte liefern, um den Google-Algorithmus von sich zu überzeugen. Zudem sollten Ihre Inhalte stets auf dem neuesten Stand sein.

Hochwertige Inhalte bieten Ihnen einige Vorteile:

- Sie werden von Ihrer Zielgruppe als Experte wahrgenommen. Dadurch steigt das Vertrauen. Die Kaufrate (Conversion) erhöht sich.
- Ihre Inhalte werden verlinkt, wenn diese Mehrwert liefern. Dadurch generieren Sie automatisch Backlinks.
- Sie werden vom Google-Algorithmus als Experte eingestuft, was sich positiv auf das Ranking auswirkt.

2. Keyword-Recherche

Nicht zu vergessen sind Keywords. Dabei handelt es sich um Suchbegriffe, die Ihre Zielgruppe in die Google-Suchmaschine eingibt. Um herauszufinden, wonach Ihre Zielgruppe sucht, können Sie anhand von Tools prüfen, welche Keywords Ihre Konkurrenz nutzt. Des Weiteren ist es Ihnen möglich, weitere relevante Keywords finden, um Ihrer Konkurrenz einen Schritt voraus zu sein.

Bevor Sie neue Inhalte erstellen, empfiehlt es sich, eine ausführliche Keyword-Recherche zu machen.

Nutzen Sie ausschliesslich Keywords, die zu Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung passen. Schliesslich können Sie nur dann Umsätze generieren, wenn Ihr Angebot zur Zielgruppe passt.

Denken Sie ebenso daran, dass die Suchbegriffe mit denen übereinstimmen, die in die Google-Suchmaschine eingegeben werden.

Die Keyword-Optimierung sollten Sie auch bei bereits veröffentlichten Inhalten vornehmen. Dies kann sich binnen kürzester Zeit positiv auf die Besucherzahlen auswirken.

3. Meta-Tags

Das Erste, worauf jeder stösst, bevor er auf Ihre Website klickt, sind die Meta-Tags. Sie geben eine Auskunft darüber, wovon Ihr Inhalt handelt. Anhand dessen entscheiden die potenziellen Besucher, ob die Website für sie interessant ist und die Lösung ihrer Suchintention entspricht. Nicht optimierte Meta-Tags können die Klickrate deutlich mindern. Dadurch verschenken Sie unnötig Umsatz an Ihre Konkurrenz.

Benutzen Sie Ihre Keywords aus den Inhalten für die Meta-Tags.

Darauf sollten Sie achten:

- **Title-Tag:** Dieser Text ist der wohl allerwichtigste und sollte dementsprechend ansprechend sein und neugierig machen. Der Title-Tag sollte nicht mehr als 55 Zeichen lang sein. Wählen Sie keinen zu kurzen Titel, sondern nutzen Sie die Zeichen ruhig aus.
- **Meta-Description:** Die Meta-Description befindet sich direkt unter dem Title-Tag. Die darin angezeigte Beschreibung zeigt dem potenziellen Besucher nähere Informationen. Die Meta-Description sollte 150-155 Zeichen enthalten.
- **H1-Tag:** Der H1-Tag gilt als die wichtigste Überschrift auf der Website. Wichtig ist, dass sich im H1-Tag das Hauptkeyword befindet.
- **Rich Snippets:** Mithilfe von Rich Snippets können Sie Ihre Sichtbarkeit auf Google deutlich erhöhen, auch wenn Ihre Website noch nicht auf den vordersten Plätzen rankt. Der Google-Algorithmus nutzt hierfür meistens einen kleinen Inhalt von wenigen Sätzen einer Website, die zu einem bestimmten Keyword die besten Inhalte liefert. Um die Chance zu erhöhen, dass Ihre Website in den Rich Snippets erscheint, müssen Sie einen HTML-Quelltext mit entsprechendem Markup einfügen.

4. Interne und externe Links

Hierbei ist zu unterscheiden zwischen internen und externen Links.

- **Interne Links:** Interne Links sind Verweise innerhalb einer Website. Es empfiehlt sich, mindestens drei interne Links in jedem Inhalt einzufügen.
- **Externe Links (Backlinks):** Backlinks sind Links, die ausserhalb Ihrer Website gesetzt werden. Das bedeutet, dass eine andere Website auf Ihre Website verlinkt. Backlinks sind eine Wissenschaft für sich. Es empfiehlt sich, dafür einen Experten zurate zu ziehen. Der Grund ist, dass schlechte Backlinks dazu führen, dass Ihre Website abgestraft und im schlimmsten Fall aus dem Index entfernt wird.

5. Social Media

Eine weitere SEO Massnahme ist das Nutzen von Social Media. Der Google-Algorithmus belohnt Webseiten, die Social Media nutzen und steigert ihre Sichtbarkeit, was sich automatisch positiv auf das Ranking auswirkt.

Es lohnt sich daher, in den sozialen Netzwerken aktiv zu sein und stets Links zur Website zu verlinken.

Im besten Falle halten Sie sich in den Netzwerken auf, in denen sich Ihre Zielgruppe befindet. Dadurch können Sie diese stets über neue Informationen, Produkte und Dienstleistungen informieren. Zugleich bekommen Interessenten mehr Informationen über Ihr Unternehmen.

Ausserdem informieren sich potenzielle Kunden oft im Vorhinein, bevor Sie ein Produkt kaufen oder eine Dienstleistung in Anspruch nehmen. Nutzen Sie daher das Potenzial, dass Ihnen soziale Netzwerke bieten, aus. Liefern Sie Ihrer Zielgruppe die Informationen, die sie benötigt.

6. Google My Business

Die Suchmaschinenoptimierung ist eine Form vom Online Marketing. Die schnellste Massnahme zur SEO Optimierung ist das Anlegen eines Unternehmensprofils. Sie erscheinen damit direkt in der Google-Suche und bei Google Maps.

Im Unternehmensprofil tragen Sie Ihre Kontaktdaten ein. Dazu gehören die Adresse, Telefonnummer, E-Mail-Adresse, Öffnungszeiten und Ihre Website.

7. Technisches SEO

Die meisten Besucher verlassen eine Website, wenn sie zu langsam ladet.

Aus dem Grund sollten Sie folgende Punkte beachten:

- kurze Ladezeiten: Mithilfe von PageSpeed Insights können Sie überprüfen, wie es um die Ladezeit Ihrer Webseite steht. Sie bekommen zudem Informationen darüber angezeigt, weshalb Ihre Webseite zu langsam ladet. Optimieren Sie die Bildgrössen und die Datenbank. Nicht mehr relevante Inhalte und Seiten sollten entfernt werden.
- Mobile Endgeräte: Mittlerweile gehen die meisten Google-Besucher mit einem Smartphone ins Internet. Ihre Webseite sollte deshalb die mobile Ansicht unterstützen.
- SSL Zertifikat: Webseiten, die HTTPS besitzen, laden schneller und bieten besseren Datenschutz.