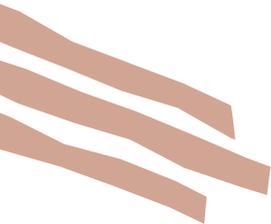


Bein Workbook

Go for SEO-Gold

**So machst du deinen Blog
ranking-ready -
Beitrag für Beitrag!**

5-Tage-Blog-Challenge
Oktober 2022



Bitte keine SEO-Panik

Geo is fun!

Google und andere Suchmaschinen werden immer schlauer und können natürliche Sprache viel besser verstehen als früher. Du darfst dich von diesen Vorurteilen lösen.

Mir ist ein Punkt ganz wichtig:

Du schreibst nicht für Suchmaschinen, sondern für Menschen, die die Suchmaschinen bedienen.

Heißt: Du darfst gern deine Sprache verwenden Und die deiner Leser*innen. Es geht eher darum, herauszufinden, welche Signale zu setzt. Und welche noch nicht.

Was heißt das nun für dich

& deine Seo-Strategie?!

Ganz einfach: Konzentriere dich darauf, Inhalte zu schaffen, die nicht nur beschreiben, was du tust oder anzubieten hast. Sondern die Fragen beantworten, die deine Zielgruppe umtreibt.

Und ihnen damit das zu liefern, was sie wirklich suchen. Nutze dabei ganz bewusst die Sprache, die deine Kund:innen auch verwenden.

Los geht's

**Mach deine Beiträge
ranking-ready!**



Finde dein Sto-Gold

Welcher Beitrag hat das Zeug zum Gold-Artikel?

Drei Fragen bringen dich der Antwort näher:

1. Welcher Beitrag bringt dir schon Traffic - aber noch nicht genug?
2. Welcher Beitrag stützt dein Business?
3. Womit rankst du auf Seite 2 oder Seite 3?

Was dir Analytics verrät:

1. Wähle "Seitenaufrufe" und stelle dann deinen Wunschzeitraum ein (Q1-Q3 etwa)
2. Prüfe dann deine Top 25 (minus deine statischen Seiten - also alles, was nicht Blog ist)
3. Welche Beiträge findest du spannend? Welche bleiben hinter ihrem Potenzial zurück?

Notizen:



Was flankiert dein Angebot?

1. Schaue einmal inhaltlich auf deine Blogbeiträge: Welches Thema ist perfekt als "Einflugschneise" für ein Angebot?
2. Welcher Artikel beantwortet Fragen, mit denen sich deine Zielgruppe oft konfrontiert sieht?

Notizen:



Dein Seite-2-Potenzial

1. Nutze das Tool Übersuggest und gib deine Website-Adresse bei "Keywords nach Traffic" ein.
2. Lade die Liste als csv herunter.
3. Öffne die Datei in Excel und prüfe, welche Beiträge besonders viele Rankings auf den Positionen zwischen 11 und 20 haben. Hier liegt dein SEO-Gold!

Notizen:



Recherchiere Keywords,
die zu dir passen

Auf welche Keywords hin solltest du optimieren?

Gute Keywords haben ...

- ein hohes Suchvolumen
- wenig Konkurrenz
- passen zu 100% auf deine Inhalte
- werden von deinen Kund*innen genutzt

Woher weißt du, was Kund:innen wollen?

Laut Google gibt es vier Momente, in denen sich Suchende befinden (auch Suchintentionen oder User Intent genannt).

I want to know – jemand will etwas wissen
(*"Was muss mein Hund können?"*)

I want to go – jemand will einen Ort oder ein Event besuchen (auch: eine Website aufrufen)
(*"Wo sind Hundeschulen in meiner Nähe?"*)

3. I want to do – jemand möchte etwas umsetzen (*"einem Hund "Sitz" beibringen"*)

4. I want to buy – jemand ist bereit, etwas zu kaufen (*"Hundetraining buchen"*)

Zwei Wege, Keywords zu recherchieren

1 bestehende Rankings

- Rufe Übersuggest/ "Keywords nach Traffic" auf.
- Gib hier die URL deiner potenziellen Gold-Artikel ein.
- Prüfe die Rankings und das Suchvolumen.

2 neue Keywords

- Rufe Übersuggest/ "Keyword-Ideen" auf.
- Gib hier deine Keyword-Ideen ein.
- Prüfe die Rankings und das Suchvolumen.

*Verwende Umfragen über Google Forms sowie Social Media als Recherchertools, um die Wortwahl deiner potenziellen Kund*innen zu prüfen. Befrage deine bestehenden Kund*innen, welche Begriffe sie nutzen würden.*

Deine Keywords?!

Notiere, auf welche Begriffe und Suchanfragen du deinen Gold-Artikel optimieren willst:

Notizen:



Let the SEO-Magic begin!

**So optimierst du deine Texte
für Suchmaschinen und machst
sie ranking-ready!**

Gute SEO-Texte...

- beantworten die Fragen der Leser*innen
- sind einzigartig, also so wie du!
- haben mehr zu bieten als die Konkurrenz

Schritt 1:

Konkurrenz abchecken

Google dein Fokus-Keyword in einem Inkognito-Fenster.
Welche Elemente wiederholen sich, was ist "Gold-Standard"
für Google?!

Notizen:



Schritt 2:

In User*innen hineindenken

Für jeden User Intent, oder den Moment, in dem sich die User:innen befinden, gibt es ein perfektes Format, das den Moment bedient.

go

Listicles
Checklists
Erklärstücke
Infografiken

...

know

Eventankündigungen
Kalender
Karten/ Wegbeschreibungen
Landingpages

...

do

How to...-Videos
Workbooks
Flowcharts
Timelines

...

buy

Demos
Vergleichstabellen
Produkttests
Testimonials

...

Schritt 3:

Texte strukturieren

Welche Headline bekommt dein Text,
was ist DIE EINE H1?

Wie lauten die Zwischenüberschriften (H2) für die
Abschnitte des Textes?

Sind diese Abschnitte unterteilbar (H3, H4)?

Notizen:



Schritt 4:

Keywords setzen

Du optimierst einen Text auf 1 Fokus-Keyword und suchst dir dazu 3-4 weitere Begriffe aus, die passen und Kontext herstellen.

Diese setzt du strategisch ein.

1. In die H1-Headline, also die Überschrift der Seite an sich, sollte das Fokus-Keywords. Möglichst weit vorn.
2. In den Einleitung des Textes, also den ersten Abschnitt sollte ebenfalls das Fokus-KW. Oder ein Synonym.
3. Verteile in den H2-Überschriften die Keywords, die passen.
4. In den Textabschnitten darunter sollten die Keywords ebenfalls vorkommen. Du kannst auch hier Synonyme nutzen. Und auch "Füllwörter" dazwischen setzen.

Übertreibe es nicht mit den Keywords. Aber mach Google auch deutlich, was hier im Text passiert.

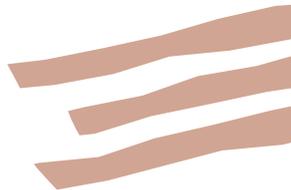
Ein Beispiel:

Du bist Hundetrainerin in Hamburg und betreibst eine Hundeschule. Du willst dein Angebot (Training mit "Angst-Bellern") durch Blogbeiträge ergänzen. Folgende Keywords bieten sich an:

Fokus-Keyword = Hund bellt Menschen an

Nebenkeywords – Hund bellt ständig, Hund bellt Besuch an, Hund bellen abgewöhnen

Das Fokus-KW sollte an den strategischen Stellen besonders eingesetzt werden und öfter verwendet werden als die Nebenkeywords.



Schritt 5:

Weitere Signale für Google setzen - Bilder Grafiken & Co.

- ✓ sprechende Dateinamen mit Fokus-Keyword
- ✓ Alt-Tag mit Fokus-Keyword
- ✓ Bildunterschrift oder Videobeschreibung

Schritt 5:

Weitere Signale für Google setzen – Meta Description

- ✓ Halte dich an die Zeichenzahl
136 bis 156 Zeichen
- ✓ Setze das Fokus-Keyword oder ein Synonym ein
- ✓ Arbeite mit Call to Actions

Schritt 5:

Weitere Signale für Google setzen - die URL

- ✓ Stelle sicher, dass das Fokus-Keyword in der URL vorkommt.
- ✓ Wenn du dafür den URL-Schnipsel änderst, richte eine Weiterleitung ein.
- ✓ Achte auf eine gut verständliche Logik beim Aufbau deiner Website

Schritt 5:

Weitere Signale für Google setzen - der Seitentitel

- ✓ Halte dich an die Zeichenzahl.
70 Zeichen
- ✓ Setze das Keyword möglichst weit vorn.
- ✓ Wecke Interesse und mach Lust aufs Klicken!

Beim SEO-Check

- ✓ Hast du dein Thema klargezurrt?
- ✓ Hast du deine Keywords recherchiert?
- ✓ Hast du H1-Headline und H2/H3/H4-Abschnitte neu definiert?
- ✓ Hast du Mehrwert-Elemente bedacht und ggf. optimiert?
- ✓ Hast du Bilder, Grafiken, Videos & Co optimiert?
- ✓ Ist die Seiten-URL optimiert – und hast du an die Weiterleitung gedacht?
- ✓ Hast du Seitentitel und Meta Description am Start, also "verkaufst" du deinen SEO-Text auch richtig in Google?

Wunderbar!

Dann drücke auf den Aktualisieren-Button und freu dich auf deinen SEO-Take-off!

Wie geht es weiter?

Stay tuned...!

Du bist angefixed und möchtest mehr zum Thema SEO lernen? Wunderbar! Herzlich Willkommen auf deiner Reise in die Sichtbarkeit in Suchmaschinen!

Folge mir auf Instagram für Tipps rund um SEO:
[instagram.com/dvoirele/](https://www.instagram.com/dvoirele/)

Und behalte dein E-Mail-Postfach im Auge... Da kommt was Großes!

Cheers!
Debo