

Der B2B SEO-Leitfaden für organische Neukundengewinnung



Powered by Skillisch Marketing

So erreichst du Platz 1 in der Suchmaschine

Die Suchmaschinenoptimierung, auch Search Engine Optimization, ist seit vielen Jahren ein wichtiger Bestandteil des Online Marketings und hilft Webseiten-Betreiber:innen dabei, relevante Nutzer:innen auf die Seite zu bekommen.

Jedoch ist aus den zahlreichen SEO-Tipps ein unübersichtlicher Dschungel erwachsen, den es erst einmal zu überblicken gilt. Hinzu kommen ständige Google Updates, die den Werbetreibenden das Ranking versauen, wenn nicht rechtzeitig gehandelt wird. Als aufmerksame:r Leser:in erfährst Du hier mehr über das Optimieren Deiner Webseite für Suchmaschinen.



Von der Google Search Console bis zu den strukturierten Daten



Um möglichst weit oben in den Google Suchergebnissen angezeigt zu werden, gibt es eine Vielzahl an Ranking Faktoren, die bei der Optimierung zu beachten sind. In diesem Artikel geben wir Euch einen Überblick zu den wichtigsten SEO-Tipps und SEO-Maßnahmen, um mit einer durchdachten Strategie die Top-Rankings in Google zu erreichen.

01 Langfristiges Denken mit einer SEO-Strategie



Für eine erfolgreiche Steigerung der Sichtbarkeit ist es wichtig einen langfristigen Plan aufzustellen. Google liebt Webseiten, die auf dem Stand der Zeit gehalten werden und ihre Besucher:innen mit aktuellen und relevanten Informationen versorgen.

Versuche deshalb die Optimierung nicht als einmalige Aufgabe zu betrachten, sondern erstelle einen Plan zur dauerhaften Erweiterung Deiner Webseite. Im besten Fall integrierst Du einen Blog und postest in konstanten Abständen einen Beitrag zu relevanten Themen.



Hot Tipp

Um Deiner Sichtbarkeit einen Boost zu geben und nebenbei Expert:innenstatus aufzubauen, empfiehlt es sich in Clustern zu denken. In Deinem ersten Blogartikel schreibst Du über Schlafprobleme? Dann sollte der zweite und dritte Beitrag ebenfalls das Thema Schlaf behandeln. Zerteile große Themen in viele Unterthemen und steigere dadurch die Relevanz Deiner Inhalte. Nebenbei kannst Du dadurch sogar die Verweildauer auf der Webseite steigern.

02 Die SEO-Grundlagen beherrschen

Wer mit seiner Webseite Platz 1 auf Google erreichen möchte, sollte zuerst einmal die Grundlagen der Optimierung verstehen und anwenden können. Darunter zählen überwiegend Maßnahmen der OnPage-Optimierung, also Umsetzungen, die auf der eigenen Webseite stattfinden. Ohne das ordnungsgemäße Umsetzen der SEO-Grundlagen sollten Webseiten-Betreiber:innen auch keine fortgeschrittenen Maßnahmen in Angriff nehmen.

Keywords – Mit einem Portfolio zu mehr Breite im Ranking

Das Thema Keywords ist der Grundbaustein einer jeden SEO-Strategie und sollte stets durch eine tiefgründige und ausgiebige Recherche vorbereitet werden. Dabei ist es wichtig, nicht nur Begriffe mit hohem Suchvolumen zu finden, sondern auch die Suchintention dahinter zu verstehen.

Will sich der oder die Besucher:in informieren, etwas selbst umsetzen, einen Ort finden oder etwas kaufen? Je besser Du die Absichten (Suchintention) Deiner Kundschaft verstehst, desto zielgenauer kannst Du optimieren.

Für jede Unterseite oder Landingpage kannst Du anschließend ein Fokus-Keyword wählen. Dieser Suchbegriff bekommt die meiste Aufmerksamkeit, sollte im besten Fall von Deiner Zielgruppe gesucht werden, sowie hohes Suchvolumen und einen moderaten Wettbewerb aufweisen.

Hier sind ein paar Tools, die sich für die Keyword-Recherche eignen:



Damit Du Keyword-Stuffing vermeiden kannst und von Google nicht abgestraft wirst, empfiehlt es sich den Fokus-Suchbegriff, um weitere Proof-Keywords zu ergänzen. Diese Suchbegriffe sind sehr ähnlich zu Deinem Hauptbegriff und können ebenfalls auf der Webseite integriert werden.

Durch einen guten Mix aus Fokus- und Proof-Keywords mit gutem Suchvolumen steigerst Du nicht nur die Relevanz Deiner Seite für die suchenden Nutzer:innen. Des Weiteren können diese zusätzlichen Begriffe von Google erkannt werden, wodurch Du Deine Bandbreite an Keywords erhöhst und für weitere Sichtbarkeit in der Suchmaschine sorgst.

Meta-Daten – Der Einband Deiner Webseite

Meta-Daten unterteilen sich in einen Titel und eine Beschreibung und lassen sich deshalb gut mit dem Einband eines Buches vergleichen. Stell Dir vor, Du nimmst in einer Buchhandlung einen Krimi in die Hand, aber auf Vorder- und Rückseite stehen weder ein Titel noch eine Beschreibung. Wirkt nicht besonders professionell!

Ähnlich verhält es sich mit Deiner Webseite. Diese wird in Suchmaschinen mit einem Meta-Titel und einer Meta-Beschreibung angezeigt. Werden die Meta-Daten nicht angegeben, nutzt Google die Informationen der Webseite und stellt sie selbst ein. Das kann schnell zu einem langweiligen Seitentitel und einer wirren Beschreibung führen.

Die Empfehlung Titel und Beschreibungen selbst einzustellen liegt also nahe. Achte jedoch darauf, Dein Fokus-Keyword zu integrieren. Gute Meta-Daten zeichnen sich dadurch aus, dass sie für Suchmaschinen optimiert sind und zeitgleich Interesse bei den Suchenden hervorrufen.

Nicht selten werden Sonderzeichen in Seitentitel und Beschreibung genutzt. Das kann für mehr Aufmerksamkeit bei den suchenden Nutzer:innen sorgen und die Klickrate steigern, sollte allerdings mit Vorsicht behandelt werden. Übertriebenes Integrieren von Sonderzeichen kann von Google bestraft werden und Deinem Ranking eher schaden.

Überschriften & Texte –Teil der Struktur

Überschriften und Texte bleiben weiterhin ein sehr wichtiger Rankingfaktor, da sie für die Suchmaschine am einfachsten zu verstehen sind. Durch optimierte und qualitativ hochwertige Texte und Überschriften kannst Du Deine Suchergebnisse stark beeinflussen und bessere Plätze in der Google Suche erreichen.

Überschriften haben außerdem die Funktion, die Struktur Deiner Seite zu steuern. Durch die korrekte Verwendung der H-Tags können wir unsere Webseitenstruktur für Google offenlegen und weitere Bonuspunkte sammeln, die uns beim Ranking unterstützen.

Bilder- versteckte SEO-Maßnahme

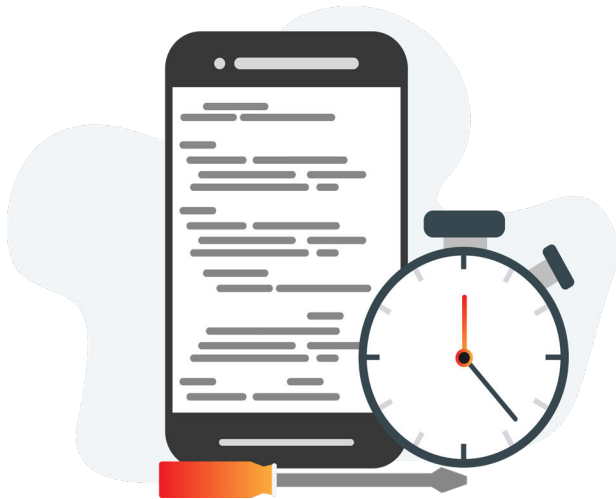


Anschauungsmaterial bringt der Webseite nicht nur eine bessere Nutzungserfahrung, sondern kann darüber hinaus auch Einflüsse auf die Suchmaschinenoptimierung nehmen. Mit Hilfe von hinterlegten Daten helfen wir der Suchmaschine den Inhalt des Bildes zu verstehen. Somit unterstützen wir Google beim Erfassen unserer Webseite, was wiederum für eine bessere Bewertung sorgt.

Bei den Bilddaten haben wir zwei Ansatzpunkte, um zu optimieren. Einerseits können wir einen Titel für das Bild festlegen. Zu unserem Vorteil integrieren wir hier unser Fokus-Keyword. An zweiter Stelle empfiehlt sich das Vergeben einer Alt-Beschreibung, kurz für alternative Beschreibung.

Die Alt-Beschreibung wird eingesetzt, wenn das dazugehörige Bild auf der Webseite nicht geladen werden kann oder der oder die Nutzer:in mit Sehschwäche die Website auslesen lassen möchten. Demzufolge unterstützen wir durch die Einbindung die Barrierefreiheit unserer Seiten. Durch den Einsatz von Keywords haben wir erneut die Möglichkeit zu optimieren und können somit unsere Inhalte verbessern.

03 Technik verbessern – ein unterschätzter Faktor



Nummer 3 von unseren SEO-Tipps: Eine herausragende Technik bereitstellen. Neben dem Content Marketing sollte im Bereich der Suchmaschinenoptimierung die Technik der Seiten niemals vergessen werden.

Was bringt Dir der beste Inhalt, wenn Deine Seite 10 Sekunden lang lädt? Google möchte für die suchenden Nutzer:innen das beste Ergebnis bereitstellen. Neben relevanten Informationen und Produkten spielt also auch eine barrierefreie und nutzungsfreundliche Webseite eine entscheidende Rolle.

Ladezeit

Eine technisch gut aufbereitete Webseite wird häufig an ihrer Ladezeit bemessen. Dabei gibt es einen goldenen Zeitraum zu beachten. Versuche die Ladezeit unter 3 Sekunden zu halten, um in den Rankings mitmischen zu können. Je länger eine Seite lädt, desto mehr Nutzer:innen springen noch vor der ersten Interaktion ab und schwächen somit die Bewertung auf Google.

Indexierung

Du hast Deine Seiten vollends optimiert, den Content auf die Zielgruppe abgestimmt und für eine schnelle Ladegeschwindigkeit gesorgt, aber trotzdem scheint in den Rankings nichts zu passieren? Dann solltest Du schleunigst die Indexierung der Webseite checken.

Dafür empfiehlt sich die Google Search Console. Mit Hilfe des Google Tools kannst Du überprüfen, welche Deiner Seiten indexiert sind und wo eventuelle Probleme auftreten. Damit Deine Seite als barrierefrei und technisch gut aufbereitet wahrgenommen wird, solltest Du versuchen alle Probleme zu beseitigen.

Du hast eine neue Webseite live geschaltet? Dann vergiss nicht, Deine Sitemap bei der Google Search Console einzureichen!

Interne Links

Interne Verlinkungen haben einen hohen Stellenwert bei der Verbesserung der Technik einer Webseite. Durch das Verbinden der einzelnen Unterseiten können Webseiten-Betreiber:innen positiven Einfluss auf die Nutzungsfreundlichkeit nehmen. Mit Hilfe von internen Links können wir Nutzer:innen dabei unterstützen, sich leichter über unsere Seiten zu bewegen.

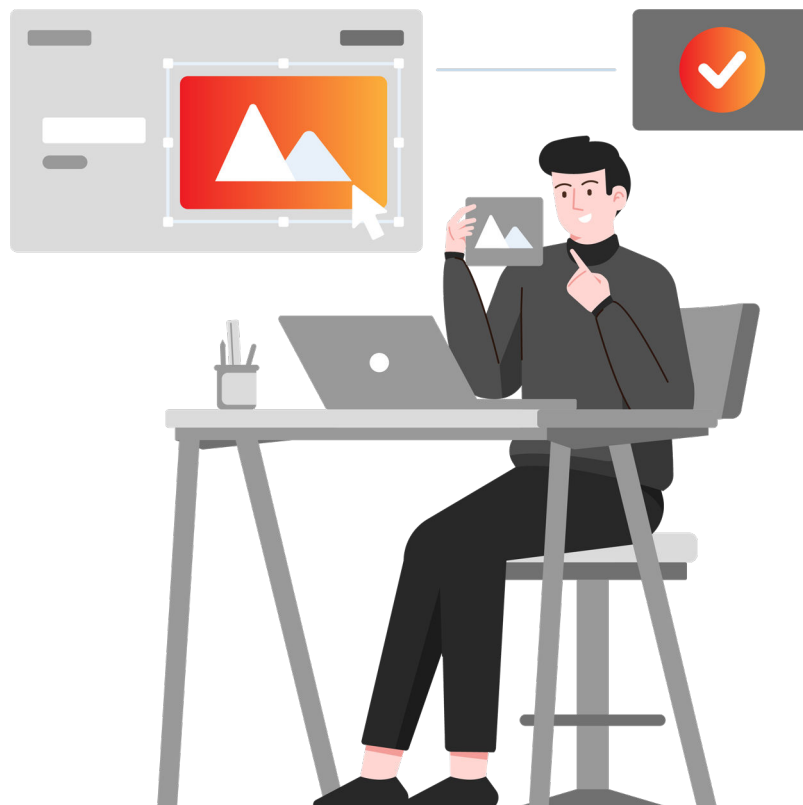
Da Suchmaschinen immer größeren Fokus auf die Nutzungserfahrung legen und ein optimales Erlebnis bieten wollen, ist die interne Verlinkung stärker in den Fokus gerückt. Mit etwas Geschick kann der oder die Betreiber:in seine Nutzer:innen an die gewünschte Stelle führen. Ganz deutlich, eine Win-win-Situation.

04 Nutzungserfahrung auf End-Level

Wie eben beschrieben, gehört die Nutzungserfahrung zu den entscheidenden Rankingfaktoren. Deshalb ist es wichtig, die Webseite so einfach bedienbar wie nur möglich zu gestalten und dem oder der Besucher:in ein flüssiges Erlebnis zu bieten. Neben der internen Verlinkung gibt es zahlreiche weitere Maßnahmen, die zu einem besseren Nutzungserlebnis beitragen.

Dazu gehören zum Beispiel:

- externe Links kennzeichnen und in einem neuen Tab öffnen lassen
- Breadcrumbs nutzen für einfachere Navigation
- gute Kontraste der Texte für bessere Lesbarkeit
- übersichtliche Menüs
- einheitliches und verständliches Design
- kurze und aussagekräftige URLs
- schnelle Ladegeschwindigkeit



05 Mobile First



Keine große Neuigkeit, doch leider findet man noch immer zahlreiche Webseiten, die in der mobilen Ansicht auf dem Smartphone extrem schlechte Performance aufweisen oder im Design schlichtweg nicht funktionieren.

Das kann sich stark auf die Position in den Suchergebnissen auswirken. Denn die Suchmaschinen sind nicht dumm und haben in den vergangenen Jahren gelernt, dass immer mehr Nutzer:innen über ihr mobiles Endgerät auf das Web zugreifen. Demzufolge hat sich auch der Google Algorithmus angepasst.

Eine Webseite sollte aus diesem Grund zuerst in der mobilen Ansicht aufgebaut und optimiert werden. Anschließend wird die Desktop-Version an das Responsive Design angepasst.

06

Mach Dich breit in den Suchergebnissen

In den Suchergebnissen geht es nicht nur um das Erreichen von Platz 1. Unser Ziel ist das generelle Erhöhen der Sichtbarkeit und dafür sollten wir uns möglichst breit in den SERPs, kurz für Search Engine Result Pages (Suchergebnissen) machen.

Google My Business

Google My Business bietet enormes Potenzial für Unternehmen, um im Google Space mehr Platz zu erhaschen. Mit einem Business-Profil können wir unser Unternehmen in den lokalen Rankings integrieren und so in Google Maps angezeigt werden.

Außerdem erhöhen wir die Sichtbarkeit auf unsere Brand Keywords, da das Profil immer dann gezeigt wird, wenn ein:e Interessent:in nach unserer Marke bzw. unserem Namen sucht. Dadurch bietet das Google Unternehmensprofil auch eine praxiserprobte Maßnahme, um Konkurrent:innen entgegenzuwirken, die Werbung auf unseren Namen schalten.

Structured Data

Strukturierte Daten ermöglichen uns in der Welt der Suchmaschinenoptimierung, unser organisches Suchergebnis mit zusätzlichen Informationen zu versehen und somit mehr Aufmerksamkeit zu erzeugen und sich von der Konkurrenz abzuheben.

So könnte ein Onlineshop seine Bewertungen für ein Produkt über die strukturierten Daten an die Suchmaschine übergeben. Wenn seine Produktseite in der Google Suche erscheint, sehen die Nutzer:innen ebenfalls die typische Sternebewertung. Das sorgt nicht nur für zusätzliches Vertrauen, sondern führt ebenfalls zu einer Steigerung der Sichtbarkeit und einer höheren Click-Through-Rate.

Featured Snippets

Featured Snippets sind kurze und prägnante Antworten auf eine Frage, die ein:e Nutzer:in in der Suchmaschine eingibt. Die Antworten werden von Google selbst ausgewählt und in einer kleinen, hervorgehobenen Box an erster Stelle nach den Anzeigen präsentiert.

Damit ergibt sich auch der klare Vorteil für die eigene Webseite. Beinhaltet unsere Seite die beste Antwort auf die gestellte Frage, können wir ein zusätzliches Ergebnis in der Suchmaschine erzeugen und somit die Sichtbarkeit erhöhen.

Beispiel:

The screenshot shows a Google search interface. The search bar contains the text "was ist seo visibility". Below the search bar, there are tabs for "Alle", "Bilder", "News", "Videos", "Shopping", and "Mehr". The search results show "Ungefähr 31.100.000 Ergebnisse (0,29 Sekunden)". A featured snippet is displayed, showing a definition of SEO Visibility and a corresponding chart.

was ist seo visibility

Alle Bilder News Videos Shopping Mehr Suchfilter

Ungefähr 31.100.000 Ergebnisse (0,29 Sekunden)

Die **SEO Visibility** ist eine aus mehreren relevanten Search-Faktoren berechnete Kennzahl, mithilfe derer sich die Sichtbarkeit einer Website in den organischen Ergebnislisten von Suchmaschinen abbilden lässt.

SEO Visibility

Device	Visibility	Change
Desktop	1.91M	-1.4%
Mobile	12.58M	+0.1%

07 Externer Traffic

Punkt 7 unserer SEO-Tipps: die OffPage-Maßnahme Backlinks aufbauen.

Die Vorteile des externen Traffics durch den Aufbau von Backlinks liegen auf der Hand. Durch eine Verlinkung auf einer anderen Seite, in Social Media-Profilen und Co hat die potenzielle Kundschaft eine weitere Möglichkeit, um auf die Seite zu gelangen und zu interagieren. Werbetreibende können dadurch die Sichtbarkeit ausbauen und weitere Besucher:innen akquirieren.

Allerdings hat der Linkaufbau noch einen weiteren vorteilhaften Nutzen: Eine Verlinkung einer anderen Seite auf die eigene Webseite lässt sich wie eine Empfehlung verstehen. Diese Weiterempfehlung nimmt auch Google zur Kenntnis und gibt der verlinkten Seite einen Bonus in der Bewertung. Je mehr Links auf die eigene Webseite führen, desto stärker wird die Suchmaschinenoptimierung befeuert, was folgend einen positiven Effekt auf die Rankings hat.

Jedoch sollte darauf geachtet werden, dass keine 0815 Seiten mit schlechter Qualität oder irrelevantem Content auf die eigene Website verweisen. Werbetreibende sollten beim Aufbau eines Backlink-Portfolios sicher gehen, dass die verlinkenden Seiten stets hohe Qualität besitzen und ein Themenbezug vorhanden ist.



Hot-Tipp!

Wer guten Content erstellt, kann den Linkaufbau nahezu automatisieren. Je besser Deine Blogartikel werden, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass andere Seiten auf Deine Inhalte und den dahinterstehenden Mehrwert verlinken.

08 KPIs beherrschen

Du hast Deinen Content aufgebessert, die Performance gesteigert, den Crawler gefüttert und alle Optimierungen umgesetzt wie ein echter SEO-Profi und fragst Dich: Was nun?

Nach all den Umsetzungen müssen Werbetreibende im SEO-Bereich auch auswerten können, was die Optimierungen gebracht haben. Daher ist es unerlässlich, schon von Beginn an die richtigen KPIs festzulegen und zu verfolgen.

KPI steht für Key Performance Indicator und spiegelt die Kennzahlen wider, an denen Du den Erfolg der umgesetzten Maßnahmen messen kannst. Im Best Case kannst Du eine stetige, positive Entwicklung bei Deinen Kennzahlen erkennen und diese nachhaltig für Deine Webseite steigern.

Welche die richtigen KPIs für eine Webseite sind, kann stark variieren und ist immer vom definierten Ziel abhängig. Für das eine Unternehmen kann der Umsatz (E-Commerce) im Vordergrund stehen. Für andere Webseiten sind Anmeldungen im Onlineportal von größerer Bedeutung. Jedoch sollten immer die Nutzungssignale verfolgt und ausgewertet werden.

Folgende KPIs solltest Du in Betracht ziehen:

- Absprungrate
- Sitzungsdauer
- Zugriffe über organische Suchergebnisse
- Keyword-Anzahl, für die die Seite gelistet wird
- Anzahl an Backlinks
- Click-Through-Rate (Klickrate)
- Seitenaufrufe pro Nutzer:in/ Sitzung
- Ladegeschwindigkeit
- Conversions

09 Nutze Tools



Punkt 9 unserer SEO-Tipps: Mach Deine Arbeit leicht und verständlich.

Die vielen Optimierungsmöglichkeiten sind gerade für Anfänger:innen schwierig zu überblicken. Nicht selten werden wichtige Schritte vergessen, die dem Ranking dauerhaft schaden können und positive Ergebnisse verhindern. Deshalb sollten Werbetreibende unbedingt auf hilfreiche Tools zurückgreifen, die die Arbeit erleichtern und das Team entlasten.

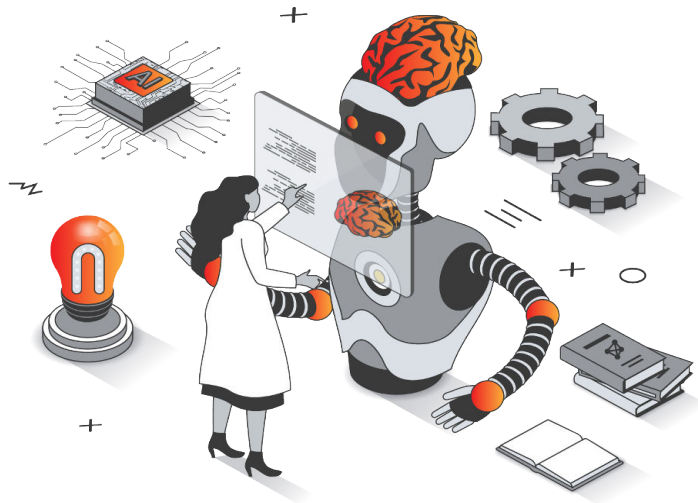
Selbst Fachkundige greifen auf eine Bandbreite an Programmen zurück. Vom Keyword-Tool bis zum Content Editor wird alles eingesetzt, um die besten Ergebnisse bei minimalem Aufwand zu erreichen. Viele Tools haben außerdem die Funktion Fehler zu erkennen und sie rechtzeitig an den Marketer:in zu übermitteln.



Hot-Tipp!

Um die OnPage-Optimierung einfach zu verwalten, nutzen wir das Tool Yoast. Hierüber bekommst Du direkt auf Deiner Webseite passende Richtlinien und Empfehlungen für wichtige Maßnahmen.

Die Zukunft voraussehen



Die Zukunft der Suchmaschinenoptimierung ist sicherlich nicht genau vorherzusehen, jedoch entwickelt sich nun schon seit einiger Zeit ein Trend hin zu auditiven Suchanfragen. Durch Geräte wie Alexa und Co haben Nutzer:innen die Möglichkeit, mit gesprochenen Worten eine Anfrage an die Suchmaschine zu stellen.

Dadurch ändert sich das Suchverhalten sowie die Verwendung von Keywords. Suchende stellen in der Sprachsuche keine kurzen Anfragen wie "Rezept Apfelkuchen", sondern bedienen sich ausformulierter und natürlicher Phrasen wie zum Beispiel: "Wie kann ich einen Apfelkuchen backen". Hier kommen überwiegend Long-Tail-Keywords zum Einsatz.

Um das maximale Potenzial aus der Suchmaschinenoptimierung zu schöpfen, sollten Werbetreibende Wert darauf legen, beide Kanäle zu bedienen und eine Top-Platzierung zu belegen. Neben den gewöhnlichen, zumeist eher kurzen Suchanfragen mit einem Short-Tail-Keyword, sollten die Seiten um weitere Fragen ergänzt werden, um auch für die Sprachsuche gelistet zu werden.

Neueste Studien beweisen zudem, dass vor allem lokale Suchanfragen im Fokus stehen. Das ist auch nachvollziehbar, denn eine Suchanfrage ist zu Fuß oder im Auto deutlich leichter per Sprache zu formulieren, als per Hand einzutippen. Unternehmen sollten daher die Optimierung auf lokale Suchanfragen im Hinterkopf behalten. Dieser Punkt geht einher mit der Erstellung des Google Unternehmensprofils aus unserer Nummer 6 der SEO-Tipps.

Zusammenfassung

Unser abschließender Tipp für alle, die sich im SEO-Dschungel überfordert fühlen: SEO ist ein Marathon, kein Sprint. Bis die Änderungen ihre volle Wirksamkeit erzielen, können 3-12 Monate vergehen.

Ziel ist es, die Sichtbarkeit einer Webseite langfristig und nachhaltig zu steigern und dauerhafte Verbesserungen vorzunehmen. Der große Fokus sollte dabei immer auf den Nutzer:innen liegen und einen Mehrwert für die angesprochene Zielgruppe mit sich bringen.

Wir von der Skillisch Marketing GmbH hoffen, dass Dir unsere SEO-Tipps helfen und zu einer weiteren Steigerung Deiner Sichtbarkeit führen. Dabei wünschen wir viel Spaß und maximale Erfolge! Wir sehen uns auf der ersten Seite von Google.



Noch Fragen? Dann melde dich bei Uns!



Kontakt:



www.skillisch.de



+ 0351 89 73 21 35



hello@skillisch.de

