



FELIX CONTENT MARKETING

MAXIMIERE DAS POTENZIAL DEINER WEBSITE

MESSBAR UND IN LOGISCHEN SCHRITTEN





WEBSITE CHECKLISTE

INHALTSVERZEICHNIS

1. TECHNISCHES SEO

- Google Search Console einrichten
- Indexierungsprobleme prüfen

2. KEYWORD-ANALYSE

- Relevante Keywords identifizieren

3. INHALTSOPTIMIERUNG

- Prüfe den Inhalt deiner Website auf Qualität:
- Überschriftenstruktur analysieren

4. WEBSITE-GESCHWINDIGKEIT

- Teste deine Ladezeiten



WEBSITE CHECKLISTE

INHALTSVERZEICHNIS

5. MOBILE OPTIMIERUNG

- Mobile First ist Googles Liebling

6. USER EXPERIENCE (UX)

- Navigation und Benutzerführung
- Call to Actions (Handlungsauforderung)

7. BONUS

1. TECHNISCHES SEO

Google Search Console einrichten:

Überprüfe zu Beginn, ob deine Website ordnungsgemäß in der Google Search Console (GSC) eingerichtet ist. Dieses Tool hilft dir, die Sichtbarkeit deiner Website in den Suchergebnissen zu verstehen und zu verbessern.

Indexierungsprobleme prüfen:

Mithilfe der Google Search Console kannst du deine Indexierung bei Google überprüfen. Die Indexierung sagt aus, ob deine Website in der Google Datenbank gelistet ist. Hier kommt es häufig vor, dass Seiten überhaupt nicht auftauchen.



Hier findest du das passende Video.
Klick einfach auf den YouTube-Button

2. KEYWORD-ANALYSE



Relevante Keywords identifizieren:

Mithilfe der Google Search Console kannst du Suchbegriffe identifizieren, für die deine Seite in der Suche gelistet wird. Besonders wichtig sind hier die sogenannten Schwellen-Keywords.

In der Position 11-14 hast du die Möglichkeit mit wenig Aufwand auf die 1. Seite in Google zu klettern.

Tools wie die Übersuggest Chrome Extension geben dir Hinweise auf Keywords, die deine Wettbewerber besetzen. Schau dort gerne mal rein und nimm ein paar Inspirationen mit.

Fokussiere dich auch auf Long-Tail-Keywords. Diese bestehen aus mehreren Begriffen, die der eingegebenen Suche näher kommen.



**Hier findest du das passende Video.
Klick einfach auf den YouTube-Button**

3. INHALTSOPTIMIERUNG



Prüfe den Inhalt deiner Website auf Qualität:

Auch hier kannst du dich bei deinen Wettbewerbern inspirieren. Gib dafür einfach dein gewünschtes Suchwort ein und schaue dir die ersten Plätze in Google genauer an.

Was steht auf diesen Seiten? Sind die Inhalte ähnlich aufgebaut? Handelt es sich um Verkaufsseiten oder um reine Informationen?

Hier bekommst du einen guten Anhaltspunkt für deine eigene Website und die Inhalte. Denn eins sollte dir bewusst sein.

Die ersten Plätze in Google oder anderen Suchmaschinen lösen das Problem oder die Fragestellung der Zielgruppe. Du solltest also hier nicht unbedingt aus der Reihe fallen und ein völlig anderes Thema beschreiben.



**Hier findest du das passende Video.
Klick einfach auf den YouTube-Button**

3. INHALTSOPTIMIERUNG



Überschriftenstruktur analysieren:

Einer der Hauptfehler, den ich auf den Websites meiner Kunden feststelle, ist eine fehlerhafte Überschriftenstruktur.

Sogenannte "H-Tags"

Um den aktuellen Stand bei dir oder deinen Wettbewerbern schnell zu analysieren, kannst du wieder eine Chrome Extension nutzen. SEO META 1 Click eignet sich hervorragend für diese Analyse und du bekommst in wenigen Augenblicken die Ergebnisse auf dem Silbertablet präsentiert.

Deine Seite sollte sauber strukturiert und aufgeräumt sein.

Merke:

1x H1 <-- Das ist die wichtigste Überschrift und verweist auf den Inhalt deiner Seite. Abwärts kannst du H2, H3, H4, H5 und H6 wählen.

Wichtig ist, keine Überschrift zu überspringen.



Hier findest du das passende Video.
Klick einfach auf den YouTube-Button

4. WEBSITE-GESCHWINDIGKEIT

Teste deine Ladezeiten:

Du glaubst deine Website ist rasend schnell? Weit gefehlt. über 60% aller Websites haben massive Ladeprobleme. Im Desktop Bereich fällt es oft kaum auf. Aber Mobil gibt es einige Probleme.

Mit Google Lighthouse kannst du dem Problem auf die Spur gehen. Das kostenfreie Tool zur Analyse befindet sich bereits im Google Chrome Browser.

Damit lassen sich Ladezeiten, Performance und SEO-Themen analysieren und du bekommst direkt einige Vorschläge, was du optimieren kannst.

Hier hat z.B. der Austausch eines einzigen Bildes bei einer Kundin die Ladezeit von 12 auf 3 Sekunden reduziert.



**Hier findest du das passende Video.
Klick einfach auf den YouTube-Button**

5. MOBILE OPTIMIERUNG



Mobile First ist Google's Liebling:

Bis heute werden die meisten Websites auf Basis eines Desktop-First Ansatzes designed und entwickelt. Was grundsätzlich kein Problem ist. Sofern später an die mobile ansicht gedacht wird.

Vielleicht hast du es schon mal bemerkt, dass eine Seite die du mit dem Smartphone aufgerufen hast, total verschoben war.

Schriften und Bilder ragten über den Rand des Displays hinaus und es war einfach nur ein Krampf zu navigieren.

Stell dir vor, das passiert auf deiner Website. Dann ist der Besucher schneller weg als das letzte Element geladen wurde.

Achte darauf, dass deine Website auf allen gängigen Endgeräten sauber läuft.



**Hier findest du das passende Video.
Klick einfach auf den YouTube-Button**

6. USER EXPERIENCE (UX)



Navigation und Benutzerführung:

Hier nutze ich gerne das Beispiel "Apple-Iphone" lässt sich aber auf jedes gängige Smartphone übertragen, welches du gewöhnt bist.

Je leichter sich dein Besucher auf der Website zurecht findet, desto höher ist die Chance, dass dieser sich für dich und deine Leistungen interessiert und einträgt.

Nutze die Blickführung auf deiner Website. Wir Menschen in dieser Region lesen von links nach rechts. So kannst du zum Beispiel ein Bild oben Links auf deiner Seite einbauen und rechts einen Text einfügen. So wie in meinem Beispiel.

Rechts oben im Menü sollte der erste Kontaktbutton platziert werden.

Achte auf gute Kontraste. Vermeide es, wenn möglich, Texte direkt auf Bildern zu platzieren. Das beeinflusst die Lesbarkeit massiv.



**Hier findest du das passende Video.
Klick einfach auf den YouTube-Button**

6. USER EXPERIENCE (UX)



Call to Actions (*Handlungsaufforderung*):

Ein großer Fehler auf einigen Websites ist der Verzicht auf passende Call to Actions. Mal im Ernst, deine Website hat doch ein festes Ziel. Interessenten (Leads) zu potenziellen Kunden / Mitarbeitern zu machen.

Du solltest in regelmäßigen Abständen passende Handlungsaufforderungen platzieren. Sogenannte CTA's.

Diese animieren den geeigneten Besucher einen Schritt weiter zu gehen.

Das könnte dein Newsletter, ein Kontaktformular oder ein Whitepaper sein.



Hier findest du das passende Video.
Klick einfach auf den YouTube-Button

7. BONUS



Pareto:

Oft bewirken 20% Aufwand etwa 80% des Erfolgs. Und genau das empfehle ich dir an der Stelle.

Sei nicht zu kritisch mit dir selbst und teste die Ergebnisse lieber in kleinen Schritten. Oft bewirkst du einen großen Hebel, wenn die Überschriftenstruktur deiner Seite sauber aufgebaut ist und die Inhalte schnell laden.

Du könntest auch warten, bis du die 100% erreicht hast. Du wirst allerdings schnell feststellen, dass der Fall nie eintritt und du keine messbaren Ergebnisse erzielst.

Starte noch heute mit der Optimierung deiner Website.



Du konntest deine Website optimieren?



Perfekt. Das war mein Ziel.

Wenn du irgendwo nicht weiter gekommen bist und Unterstützung benötigst, schreib mir gerne eine MAIL

Alternativ kannst du dir auch einfach und unkompliziert einen Beratungstermin reservieren.

Klick einfach auf den Kalender

