

Onsite-Optimierung

Content & Keywords

- Passen die Inhalte zum Thema/Titel der Website?
- Gibt es regelmäßig aktuelle Inhalte?
- Sind Zielgruppen und Keywords definiert?
- Enthält die Website einmalige für die Zielgruppe interessante Inhalte? (Unique-Content ist positiv fürs Ranking - verwenden Sie keine Text-Duplikate von anderen Websites)
- Gibt es keinen doppelten Content auf der eigenen Seite oder Tochterseiten?
Also keine Seiten, die identischen Inhalt haben?
- Stehen alle wesentlichen Infos schon auf der Startseite?
- Sind alle Keywords aus der Perspektive der Suchenden formuliert?
(Auf drei bis fünf konzentrieren)
- Wurden Suchwortkombinationen berücksichtigt sog. Keyword-Phrasen?
(Nutzer geben häufig längere Suchphrasen ein)
- Steht das/die Keyword(s) möglichst am Anfang der Webseite?
- Stehen Keywords in Überschriften? (H1=wichtig bis H5=weniger wichtig)
- Sind die Überschriften und Zwischenüberschriften bezeichnend für den jeweiligen Inhalt?
- Sind die Artikel klar strukturiert, thematisch fokussiert und längere Artikel in thematische Absätze mit entsprechenden Zwischenüberschriften gegliedert?
- Konnte das/die Keyword(s) fett hervorgehoben werden?
- Gibt es hervorgehobene Teaser (Vorspanne) in den Artikeln und enthalten diese Keywords?
- Stehen Keywords in Aufzählungen?
- Steht die Keyworddichte optimal bei drei bis vier Prozent?
(Tipp: tools.sistrix.de/kd/)
- Finden sich die Keywords in Menüpunkten und Rubriken?
- Gibt es (beschreibende) Alternativtexte mit Keywords für Bilder und Videos?
- Ist die Seite für Social-Tagging und Social-Media-Empfehlungen optimiert?
- Gibt es eine aussagekräftige Meta-Description? (< 155 Zeichen)

Für Fortgeschrittene

- Ist die Firmenadresse zu sehen, wenn Googles lokale Suche eine Rolle spielt?
- Haben Sie die optimale Lösung für ihre anderssprachige Website-Version gewählt? Tipp: goo.gl/x83oC
- Verzichtet die Website auf suchmaschinenrelevanten Content in Flash?
(Nicht lesbar für Suchmaschinen)
- Entspricht der Title-Tag der folgenden Syntax:
„Keyword | Category | Website Title“ (max. 65 Zeichen) ?

Navigation & Technik

- Enthält die Domain (URL) das/die Keyword(s)?
- Lädt Ihre Seite (die Startseite) schneller als 1,5 Sekunden?
(Tipp: mehr als 60 Punkte bei <http://developer.google.com/pagespeed>)
- Wurde ein Tracking-Tool integriert um später Zugriffsstatistiken auswerten zu können?
(z.B.: Google-Analytics, E-Tracker)
- Liegt die durchschnittliche Verweildauer auf Ihrer Seite über 30 Sekunden?
- Wurde die Website für die Google Webmastertools registriert?
- Werden Frames vermieden?
- Sind die Verzeichnis- und Dateinamen dem Thema entsprechend benannt?
(Beispiel: „guidelines_firma_xy.pdf“ statt „tmp244536.pdf“)
- Lassen sich Grafiklinks durch Textlinks austauschen?
- Gibt es eine Brotkrumennavigation (Pfad)?
- Sind alle internen und externen Links intakt (keine Broken Links)?
- Sind alle Unterseiten über die internen Verlinkungen erreichbar?
- Ist die interne Linkstruktur so ausgerichtet, dass die meisten Links auf die wichtigsten Seiten führen?
- Ist Ihre Seite für die mobile Nutzung optimiert?
- Wurde eine XML-Sitemap angelegt und bei den Google-Webmaster-Tools bzw. Bing eingetragen?
- Enthalten die Links ein Title-Tag und die Linktexte das/die Keyword(s)?
(Tipp: Title erscheint, wenn man per Maus darüber fährt)

Für Fortgeschrittene

- Wurden unwichtige Links ggf. mit rel="nofollow" gekennzeichnet?
- Sind alle Links für Suchmaschinen erkennbar? (Tipp: Spidersimulation)
- Wurden die PDF-Dokumente entsprechend optimiert? (Tipp: Acrobat Professional > Datei > Eigenschaften > Titel eintragen)
- Werden Weiterleitungen über Redirect 301 gesteuert? (vor allem wichtig beim Umzug/Relaunch einer Website)
- Wurden GEO-Tags gesetzt, wenn die lokale Suche eine Rolle spielt?
- Für Blogs: Wurde das Protokoll „PubSubHubbub“ eingerichtet? (RSS-Feed wird dann aktiv an Google übermittelt, dies kann in den Google Webmastertools eingestellt werden)
- Ist eine robots.txt-Datei angelegt um die Suchmaschine zu leiten?
- Ist der Quellcode fehlerfrei (alle Tags geschlossen, keine Endlosschleifen in Skripten) ?
- Beschränkt sich die URL auf eine max. Tiefe von vier Ebenen? (Beispiel: <http://www.mysite.com/eben2/ebene3/ebene4.htm>)
- Verzichtet die Website auf dynamische Adresszeilen (URL) mit vielen Sonderzeichen und Parametern? (Tipp: mod-rewrite verwenden)
- Wurde eine benutzerdefinierte 404-Fehlerseiten angelegt? (Tipp: <http://goo.gl/mz50z>)
- Werden Session-IDs vermieden?

Offsite-Optimierung

Allgemein

- Ist die Domain über ein halbes Jahr im Netz? (Wenn nicht, taucht die Website noch nicht unbedingt in den Suchergebnissen auf.)
- Sind alle Seiten im Google-Index zu finden? (Tipp: bei Google: www.meine-domain.de, dort die Anzahl der gefundenen Domains vergleichen)?
- Stimmt der beschreibende Text in der Ergebnisanzeige der Suchmaschinen, damit auch häufig genug darauf geklickt wird?
- Liegt der PageRank bei Google auf Dauer mindestens über dem Wert 3? (Tipp: www.seitwert.de)
- Gibt es Content-Duplikate Ihrer Website, die von fremden Websites gemacht wurden und in Suchmaschinen höher dastehen als Ihre eigenen?

Vernetzung & Backlinks

- Existieren bereits genügend Backlinks? (Tipp: <http://seo-united.de/backlink-checker>)
- Wurde aktiv nach Möglichkeiten gesucht, die Domain im Web zu hinterlassen, um Links einzusammeln?
- Wurde die Website in Linklisten eingetragen? (Wenn ja, ist es wichtig im Quelltext zu überprüfen, ob Links dort das Attribut „nofollow“ beinhalten. Dann nutzt der Backlink wenig.)
- Existiert eine „gesunde“ Backlinkstruktur und führen genügend Links von unterschiedlichen Adressen aus auf Ihre Site?
- Variiert der Text auf den Backlinks auf natürliche Weise, so dass nicht der Hauptteil der Links exakt den gleichen Text enthält?
- Gibt es einen Wikipedia-Eintrag zu Ihrem Unternehmen/Produkt (falls dafür geeignet) mit entsprechendem Backlink?
- Veröffentlichen Sie regelmäßig Content in Social Media, in dem Sie auf Ihre Website verweisen?
- Passt der Text und das Umfeld der Backlinks thematisch zu Ihrer Website?
- Gibt es ausreichend sinnvolle interne und hochwertige externe Links mit hohem PageRank? (Aber auf keinen Fall mehr als 100. Besser wenige qualitativ hochwertige!)
- Wurde ein Eintrag im Open Directory Project (DMOZ) in einer passenden Kategorie beantragt?
- Wurde nach vier Wochen kontrolliert, ob der DMOZ-Eintrag schon freigeschaltet wurde und den Antrag ggf. wiederholt?
- Wurde das Unternehmen bereits bei „Google Places“ mit der Firmenadresse angemeldet? (Google nutzt diese Angabe für die lokale Suche)
- Wurde Ihr Online-Shop im „Google Merchant Center“ angemeldet und mit Produkt-Feeds versorgt?

© K12 Agentur für Kommunikation & Innovation GmbH

Charlottenstr. 43 Tel.: 0211 5988 1630 kontakt@k-zwoelf.com
40210 Düsseldorf Fax: 0211 5988 1699 www.k-zwoelf.com