

# SEO | Suchmaschinenoptimierung

Effizientes eMarketing durch Suchmaschinenoptimierung

## Das Potential

Es ist erstaunlich was man mit einem guten Ranking relevanter Keywords und einer hohen Indexierung erreichen kann. Je mehr Seiten einer Website von den Suchdiensten indexiert sind, desto eher ist es Wahrscheinlich, dass die Suchmaschine einer dieser Seiten unter den Suchergebnissen einer bestimmten Suchanfrage ausgibt. Je populärer die Website ist, desto besser ist die Position (Ranking) der Website unter den angezeigten Suchergebnissen.

Wenn man hier vorne mit dabei ist hat man schon gewonnen. Die ersten Positionen sind extrem wichtig, sie erreichen so tausende von Interessenten. Kein Unternehmen kann es sich leisten diesen **kostengünstigen aber extrem ‚wertvollen‘ Traffic** nicht zu nutzen. Der Traffic welchen man über den ‚Organic Index‘ (keine ‚Sponsored Links‘!) der Suchmaschinen generiert zählt zu dem besten Traffic den man im Netz überhaupt erzielen kann, da dieser kostengünstig und von sehr hoher Qualität ist.

Es ist möglich, so mehrere tausende Besucher mehr im Monat zu erreichen. Diese Besucher sind von sehr hoher Qualität, da diese gezielt nach Ihren Leistungen gesucht haben also bereits ein konkretes Interesse haben. Die Wahrscheinlichkeit eines Kaufabschluss es oder die der Generierung von qualifizierten Leads ist höchstwahrscheinlich!

Lassen Sie es uns an einem Beispiel veranschaulichen...

Stellen Sie sich vor Ihr Unternehmen präsentiert sich auf der wichtigsten Messe Ihrer Branche mit einem der größten, attraktivsten und spektakulärsten Messestände, doch Ihr Unternehmen stellt dort keine Personen als Ansprechpartner ab um in Kontakt mit Interessenten zu treten. Klingt absurd, doch dies ist vergleichbar mit einer Website, welche nicht oder nur schwierig in Suchmaschinen zu finden ist. Die Folge wäre, dass sämtliche Interessenten vorbeilaufen und sich auf einem der nächsten Messestände Ihrer Mitbewerber informieren. Stellen Sie sich nun noch vor, dass diese Messe Tag für Tag stattfindet und Sie so jeden Tag erneut wertvolle Kontakte ‚verschenken‘ indem Sie die Interessenten Ihren Mitbewerbern überlassen - Schenken Sie diese ‚wertvollen‘ Interessenten nicht Ihren Mitbewerbern! ...Nutzen Sie das Potential der Suchmaschinen!

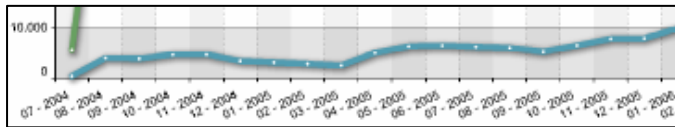
## Das Ziel

Ziel einer Suchmaschinen Optimierung ist es unter relevanten Keywords und Keywordkombinationen in den wichtigen Suchmaschinen auf den vorderen Positionen unter den ausgegebenen Suchergebnissen gefunden zu werden, um so zielgenauen, qualifizierten Traffic und somit eine möglichst hohe Anzahl an qualifizierten Anfragen zu generieren. Zusammenfassend: Ziel ist die deutliche Steigerung der Anzahl an qualifizierten Besuchern um so deutlich mehr Leads oder Sales zu generieren.

## Das Prinzip - Wie funktioniert Suchmaschinen Optimierung?

Zum einen wird die Website so optimiert, dass Suchmaschinen diese gut lesen können. Zum anderen wird auf die Popularität der Website Einfluss genommen um so mehr zielgerichtete Besucher zu erreichen die für mehr höchstrelevanten Traffic sorgen.

### A) Mehr Besucher werden erreicht



→ Anzahl der Interessenten erhöht sich


Durch eine Vielzahl an Top Positionen unter den Suchergebnissen relevanter Keywords bei wichtigen Suchmaschinen werden eine Vielzahl an zusätzlichen Besuchern generiert.

Beispiel: Statt bisher 150 Besucher pro Monat finden nun 1.800 Besucher pro Monat Ihre Website / Ihren Onlineshop und somit Ihre Produkte und Leistungen

### B) Qualität der Besucher wird verbessert

Die Conversion Optimierung dient der Verbesserung der Qualität der Besucher und hat eine Erhöhung der Conversionrate zur Folge. Hier gibt es bewehrte Methoden, welche die Anfragen bzw. Umsätze einer Webseite oder eines Onlineshops steigern. VISIO.7 kennt diese Methoden, und integriert sie für Sie gewinnbringend in Ihre Webseite.

Erzielt wird dies hauptsächlich dadurch, dass die Lesbarkeit der Website für Suchmaschinen (Visibility) verbessert wird, was zur Folge hat, dass die Suchmaschinen mehr Unterseiten der Website indexieren können. So ist es beispielsweise möglich gezielt die Produktseiten eines Onlineshops zu indexieren. Die Interessenten die nun in den Suchmaschinen nach bestimmten Produkten und Leistungen suchen werden nun nicht auf die Startseite einer Website geführt sondern gelangen nun direkt auf die jeweilige, passende Produktseite. Der User ist nun nur einen Klick von der Bestellung entfernt. Die Abschlussquote bzw. Konversion verbessert sich.



Screenshot google Suchergebnis zum Keyword ‚Briefmarke Papst‘  
Unter den ausgegebenen Suchergebnissen werden gezielt direkt die Produktseite ausgegeben.

- Wichtig ist es möglichst viele Seiten zu indexieren damit je nach Suchanfrage direkt die zum Keyword passenden Seiten angezeigt werden, so gelangt der User mit nur einem Klick genau auf die Inhalte welche er sucht.  
Nun ist der User nur noch einen weiteren Klick vom Lead/Sale entfernt!

Viele Shopsysteme sind allerdings so programmiert dass die Unterseiten also Produktseiten schlichtweg nicht indexierbar sind, hier ist eine Optimierung zwingend erforderlich.

Beispiel: Die Umwandlungsrate (Conversion Rate) verbessert sich, da die zusätzlichen Besucher zielgenau zu dem gesuchten Produkt/Leistung Ihres Onlineshops bzw. Ihrer Website geführt werden.  
Statt jeder 150ste bestellt nun bereits jeder 100ste.

#### Ergebnis

Wenn also vorher von 150 Besuchern pro Monat ein Besucher etwas bestellt hat, so lassen sich nun aus 1.800 Besuchern pro Monat 18 Bestellungen generieren. Die Anzahl Ihrer Bestellungen steigt und erhöht sich um ein Vielfaches!

Was bei einem Shop eine Umsatzsteigerung zur Folge hat können bei einer Website gesteigerte Anzahl an qualifizierten Leads sein.

## Durchführung der Suchmaschinen Optimierung

Mit der richtigen Suchmaschinen Strategie zu nachhaltig mehr Erfolg im Web. Doch Suchmaschinenoptimierung ist als Prozess zu verstehen. Fortlaufende Betreuung und Kontinuität ist äußerst wichtig für einen langfristigen Erfolg.

Im Folgenden sind die verschiedenen Ansatzpunkte sowie der Projektablauf einer Suchmaschinenoptimierung beschrieben.

### Ansatzpunkte

Bei einer nachhaltigen Suchmaschinen Strategie wird zwischen zwei verschiedenen Ansatzpunkten unterschieden. Zum einen ist das die sog. On-site Optimierung. Einflussnehmende Größen liegen hierbei physikalisch an der Website. Zum anderen ist das die sog. Off-site Optimierung. Die Einflussnehmenden Größen liegen hier nicht an der Website selbst, sondern vielmehr am Umfeld der Website im Netz und maßgeblich der Popularität der Website im Netz.

#### On-site Optimierung

Bei der On-site Optimierung wird die Website physikalisch optimiert bzw. suchmaschinenfreundlich gestaltet, um so den Suchmaschinen eine Höhere Lesbarkeit der Inhalte zu ermöglichen. Bei dieser Lesbarkeit spricht man von Visibility. Je höher die Visibility desto mehr Seiten werden in den Suchmaschinen indexiert. Ziel muss es sein, so viele Seiten als möglich zu indexieren bzw. im Index der Suchmaschinen zu platzieren.

Zielvorgabe: Visibility der Website optimieren um so eine höhere Lesbarkeit (Visibility) der Website zu schaffen und somit eine bessere Indexierung der Seiten zu erzielen.

#### Off-site Optimierung

Je populärer eine Website ist, desto wichtiger wird diese von Suchmaschinen erachtet. Diese Popularität gilt es zu verbessern bzw. zu erhöhen. Dies kann geschehen indem man verschieden Faktoren optimiert, wie z.B. das platzieren von starken, nach Möglichkeit themenrelevanten Backlinks und Deeplinks um die Link-, domain- und IP- Popularity zu erhöhen. Diese Faktoren wirken sich u.A. auch positiv auf den PageRank der Website aus. Des weiteren sollte man versuchen den eigenen PageRank zu erhöhen durch gezielte Vererbung des PageRank von anderen externen Websites. All dieses hat einen deutlich positiven Einfluss auf das Ranking zu den relevanten Keywords.

Zielvorgabe: Gezielte Vererbung des PageRank von anderen externen Websites. Link-, Domain-, IP- Popularity durch keywordspezifisches, gezieltes Platzieren möglichst starker sowie themenrelevanter Backlinks und Deeplinks um so nachhaltig das Ranking zu relevanten Keywords deutlich zu verbessern.

### Projektablauf



Step 1 | Analyse

Step 2 | Optimierung

Step 3 | Reporting

Step 4 | Support

Der folgenden Seite sind die einzelnen Schritte mit unseren Leistungen im Detail zu entnehmen.

<b>Step 1</b>	<b>Ist-Stand ermitteln</b>
<u>KEYWORD ANALYSE</u> Identifikation, Definition und Selektion relevanter Keywords	
On-site: <u>WEBSITE ANALYSE</u> Analyse der Website, ggf. Optimierung der Website Visibility durch betreuende Agentur nach Vorgabe von VISIO.7	Off-site: <u>RANKING CHECK</u> Ranking der relevanten Keywords ermitteln
<b>Step 2</b>	<b>Keywordspezifische Optimierung der Website</b>
On-site: <u>OPTIMIERUNG KEYWORD VISIBILITY</u> Keywordspezifische Anpassungen bzw. Optimierung der Website insbesondere der URL's und der internen Linkstruktur sowie der Titel, Descriptions und Meta Informationen durch betreuende Agentur nach Vorgabe von VISIO.7.	Off-site: <u>KONZEPT (OPTIMIERUNG KEYWORD RANKING)</u> Erstellung eines Konzeptes zur Keywordspezifischen Optimierung durch externe Links. Definition der Link-Texte und Link-Targets.
	Off-site: <u>KAMPAGNEN PLANUNG</u> Externe Websites auswählen zum buchen der Back- und Deep-Links unter Berücksichtigung der PR Vererbung sowie Link-, Domain-, IP- Popularity und Keyword spezifischer Themenrelevanz.
	Off-site: <u>KAMPAGNEN EINRICHTUNG</u> Buchung der u. Platzierung der Back- u. Deep-Links. Eine Kampagne bezieht sich hierbei immer auf eine selektierte Keyword Kombination und umfasst entsprechend dem ausgearbeiteten Konzept mehrere Backlinks relevanter Websites von unterschiedlichen Domains von verschiedenen IP-Adressen. Eine solche Kampagne stellt immer eine Mischung dar, aus mehreren PR starken Links und einer Vielzahl an PR schwächeren Links. Das Mischungsverhältnis wird ebenso mit dem Konzept ausgearbeitet.
<b>Step 3</b>	<b>Erfolgskontrolle und Reporting</b>
<u>REPORTING</u> Regelmäßiges Reporting zur Linkverteilung und der Link-, Domain-, IP- Popularity sowie Positionierung der Keywords und Keyword-Kombinationen (Ranking) unter den Suchergebnissen der Suchdienste zur Erfolgskontrolle.	
<b>Step 4</b>	<b>Kontinuierliche Betreuung</b>
	Off-site: <u>LINKAUFBAU</u> Ständige Betreuung inkl. Linkaufbau (in Verzeichnissen, Foren, Blogs, etc.) Für einen nachhaltigen Erfolg ist es zunehmend wichtiger geworden Links über einen längeren Zeitraum kontinuierlich aufzubauen (Google Sandbox-Prinzip) <u>FINETUNING</u> Falls notwendig: Anpassung der Back-/Deeplink Link-Texte sowie Link-Targets um auf bislang nicht zufrieden stellende Ranking-Ergebnisse Einfluss zu nehmen.

## Case Study

Kunde: Haus der Briefmarke, Darmstadt  
Art: Handel / Onlineshop  
Zielgruppe: Briefmarkensammler  
Artikel: Briefmarken und Sammlerzubehör insgesamt ca. 14.000 Artikel

Anhand eines Onlineshop lässt sich das Potential einer Suchmaschinenoptimierung besonders gut aufzeigen, da der Erfolg nicht zuletzt an den Verkäufen und somit an den Umsätzen zu messen ist.

Unser Kunde zählt heute zu einem der größten Briefmarken Onlineshops Europas und hat sich als solcher in den letzten Jahren dank erfolgreicher Suchmaschinen Strategie im Internet etablieren können. Auch wenn man meinen sollte, dass die Zielgruppe von der Altersstruktur eher älter ist und somit eventuell weniger Internet affin, so täuscht das. Briefmarken sind mit weit über 70 Mio. Treffern allein zum Keyword ‚Briefmarken‘ ein äußerst hart umkämpfter Markt im Internet. Vergleichbar mit dem Markt von Versicherungen (ca. 60 Mio. Treffer zum Keyword ‚Versicherungen‘). Somit zählt dieses Umfeld zu den härtest umkämpften überhaupt, was eine besondere Herausforderung für VISIO.7 als betreuende Agentur und der einhergehenden Suchmaschinenoptimierung darstellte.

### Ausgangssituation

Eigenentwickeltes Shopsystem, sehr ausführliche Inhalte sowie gute Datenpflege zu den weit mehr als 10.000 Artikeln. Das Unternehmen investierte monatlich ca. Eur 1.500,- in Sponsored Links (Google Adwords), der daraus resultierende Traffic konvertierte relativ schlecht, so dass sich die Ausgaben kaum rechneten. Zudem kam hinzu, dass ein deutlicher Trend abzusehen war, da ‚Sponsored Links‘ zunehmend teurer werden.

### Zielvorgabe

Kundenvorgabe war es, für ein geringeres Budget mindestens ebenso viele Besucher zu generieren. Der Anspruch für VISIO.7 ging jedoch noch darüber hinaus: VISIO.7 wollte mit dem geringeren Budget mehr und vor allem wesentlich qualifiziertere Besucher erreichen um so nicht nur die Anzahl an Besuchern zu steigern sondern auch die Conversionrate zu verbessern, was nicht nur Budget einsparen sollte, sondern sich auch deutlich positiv auf die Umsätze auswirken sollte.

### Lösung

Zum einen wurde der komplette Shop physikalisch bzw. on-site für Suchmaschinen optimiert, indem die Visibility (Lesbarkeit) für die Suchmaschinen deutlich verbessert wurde. Ziel hierbei war es vor allem die Unterseiten bzw. insbesondere die Produktseiten mit den vorhandenen ausführlichen Detailbeschreibungen zum jeweiligen Produkt von den Suchmaschinen indexieren zu lassen. Dies war einer der wichtigsten Ansätze, da trotz der hohen Anzahl an Artikeln mit ausführlichen Beschreibungen keine der Produkte in den Suchmaschinen zu finden waren.

Desweiteren wurden die on-site Maßnahmen begleitet von gezielten off-site Back- und Deeplink Kampagnen um so, keywordspezifisch mehr Popularität zu erzielen um das Ranking zu den relevanten Keywords zu optimieren. Hierbei versteht es sich von selbst, dass es entscheidend ist, Top Positionen (Top10) zu einer Vielzahl an Keywords zu erzielen. Nach einer umfassenden Keywordanalyse wurden drei Keywords selektiert, welche mit besonderem Nachdruck für ein besseres Ranking optimiert werden sollten. Ein umfassendes, regelmäßiges Reporting zur Erfolgskontrolle komplettiert die Lösung.

## Ergebnis

**Indexierung:** Über 58.000 Seiten konnten allein bei Google indexiert werden.  
Zum Vergleich: Die Deutsche Bahn Website hat 6.790 Seiten im Index platziert, was an sich bereits einen guten Wert darstellt. Die Porsche Website hingegen schafft es lediglich auf 53 Seiten im Index.

**Geschwindigkeit:** Eine schnelle Indexierung ist ebenfalls wichtig. So legt der Kunde heute einen neuen Artikel an und wird mit diesem (ohne ihn explizit zu optimieren, alleine aus dem Grund dass der Shop an sich optimiert wurde) 2-3 Tage später auf Top Positionen gefunden. Beispiel: Kardinal Ratzinger wurde zum Papst gewählt, Eine entsprechende Briefmarke wurde im Shop als Artikel angelegt. Die Produktseite war unter dem Keyword ‚Briefmarke Papst‘ innerhalb weniger Tage (bis zum heutigen Tag) auf Platz 1 bei Google zu finden.

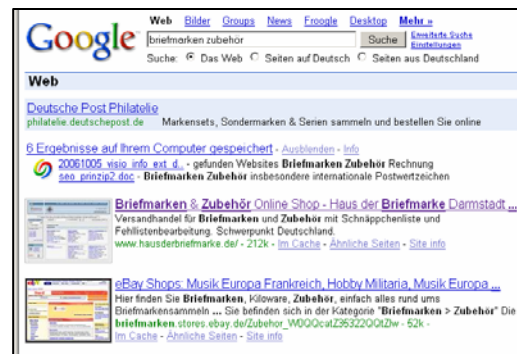
**Ranking:** Neben den drei selektierten Keywords konnten tausende weiterer Keywords unter den Top Positionen platziert werden. Die drei wichtigsten Keywords konnten alle unter den Top 4 bei Google platziert werden. Hierzu zählen folgende Keywords:

Briefmarken	Position 2	von 82 Mio. gefunden Websites	(Direkt hinter eBay, vor Wikipedia)
Briefmarken Zubehör	Position 1	von 13 Mio. gefunden Websites	
Briefmarke	Position 4	von 1,7 Mio. gefunden Websites	

Ergebnisse 1 - 10 von ungefähr 82.300.000 für **briefmarken**. (0,04 Sekunden)



Ergebnisse 1 - 10 von ungefähr 13.600.000 für **briefmarken zubehör**. (0,06 Sekunden)



Ergebnisse 1 - 10 von ungefähr 1.760.000 für **briefmarke**. (0,04 Sekunden)



Alleine zu diesen 3 Keywords konnten folgende Anzahl an Platzierungen erreicht werden:  
(gemessen wurden nur wichtige Suchmaschinen wie Google, MSN, Yahoo)

Anzahl Top 1 Positionen:	371
Anzahl Top 5 Positionen:	565
Anzahl Top 10 Positionen:	595

Die erzielten Ergebnisse haben sich auf die Besucherzahlen, Konversion, Bestellungen und Kosten wie folgend dargestellt ausgewirkt:

Verlauf:

	Monatl. Kosten		Besucher/Monat	Conversionrate	Sales
Ausgangssituation mit ‚Sponsored Links‘	Eur 1.500,-	→	~ 4.000	1%	40
Ohne ‚Sponsored Links‘	Eur 0,-	→	~ 2.000	1%	20
Nach Suchmaschinenoptimierung	Eur 1.000,-	→	~ 6.000	1,5%	90
	Nach 6 Mon.	→	~ 8.000	1,5%	120

1. Anzahl der Besucher erhöhen (Traffic)
  2. Qualität der Besucher erhöhen (Conversion Rate)
- Bestellungen + Umsätze steigern (Sales / Leads)



Ließen sich noch vor der Optimierung aus 4.000 Besuchern lediglich 40 Bestellungen generieren. So lassen sich nach der Optimierung, aus 8.000 Besuchern sogar 120 Bestellungen generieren. Das bedeutet, dass wir aus doppelt so vielen Besuchern dreimal so viele Bestellungen erzielen.

Vorher / Nachher – Vergleich:

	Vorher	Faktor	Nachher	Zuwachs
Kosten / Monat	1.500,-	1/2	750,-	- 50%
Besucher / Monat	4.000	x 2	8.000	+ 100%
Conversion Rate	1,0 %	x 1,5	1,5 %	+ 50%
Bestellungen / Monat	40	x 3	120	+ 200%
Page Impressions	30.000		50.000	

Die Suchmaschinenoptimierung wirkte sich in diesem Fall so aus, dass wir **bereits innerhalb von 6 Monaten** die Anzahl der **Bestellungen verdreifachen** konnten, zu der **Hälfte der bisherigen Kosten**. Was einer **Effizienz-Steigerung von 400%** entspricht!

Nachhaltiger Erfolg dank der richtigen Suchmaschinen Strategie!



Thomas Gompf, Geschäftsführer  
thomas.gompf@hausderbriefmarke.de

#### Statement

Seit der Optimierung findet man unsere Produkte bei Google auf den vordersten Plätzen unter den Suchergebnissen. Dadurch können wir heute auf AdWords verzichten und haben trotzdem doppelt bis dreifach mehr Besucher als zu Zeiten wo wir versucht haben zusätzliche Besucher über AdWords auf unsere Website zu holen. Die Kaufabsicht der Besucher ist enorm gestiegen, da die Besucher über die Suchmaschinen zielgenau auf die Produktseiten in unserem Onlineshop geführt werden. Die Anzahl der Bestellungen hat sich in kürzester Zeit dank der Optimierung von VISIO.7 verdreifacht somit konnten wir deutliche Umsatzzuwächse verzeichnen.

## VISIO.7 als zuverlässiger eMarketing Partner

VISIO.7 mit Sitz in Offenbach wurde im Jahr 2000 gegründet und betreut seitdem branchenübergreifend eine Vielzahl an Unternehmen im Bereich eMarketing insbesondere bei der Suchmaschinen Optimierung. VISIO.7 besteht derzeit aus einem Team von 6 Mitarbeitern.

## Unsere Kunden

Cisco Systems GmbH, TetraPak GmbH & Co, Tomorrow Focus AG, Philasearch.com GmbH, Flir Systems GmbH, O-Viva GmbH&Co KG, Pflüger GmbH&Co KG, Süddeutsche Zeitungszentrale Presse-Grosso GmbH, triplemind.com OHG (urlaub.com, urlaubstage.de, tourismus.de, unterkunft.de, ferienwohnung.com, apartments.de, pauschalreisen.com, skandinavien.info, ostsee.info, ungarland.info, bulgarien.info, andalusien.info, dalmatien.info)



Fakten sprechen für sich ...

Für unsere Kunden haben wir mittlerweile **weit über 100.000 relevante Keywords unter den Top10** Positionen bei den Suchdiensten wie Google, MSN, Yahoo, etc. positioniert.

## Kontakt

Lassen Sie sich von uns persönlich und völlig unverbindlich beraten. Gerne zeigen wir Ihnen anhand einer CaseStudy wie positiv sich unsere SEO Maßnahmen auf Ihre Website auswirken und wie Ihr Unternehmen davon profitiert.

Sollten Sie Interesse daran haben über Ihre Website zukünftig mehr qualifizierten Traffic zu erzielen, würden wir uns über ein unverbindliches, persönliches Gespräch freuen.

VISIO.7 | new media solutions

Berliner Strasse 257  
DE-63067 Offenbach

Fon +49 (0)69 850 989 -20  
Fax +49 (0)69 850 989 -29

info@visio7.com  
www.visio7.com