



Hand aufs Herz: Wie online ist Ihr Unternehmen?

Testen Sie Ihre Website in wenigen
Schritten doch einfach mal selbst!



Hallo!

*Mein Name ist Hans-Peter Heikens.
Als Online Marketing Manager und
Social Media Manager sowie Inhaber der
Agentur „Nordwest-Marketing“
möchte ich Ihnen zeigen, welche Potenziale
Sie Tag für Tag eventuell „verschenken“.*

*Wussten Sie,
dass Tag für Tag knapp 60 Millionen Menschen in Deutschland online sind?
Davon suchen etwa 53 Millionen Menschen Tag für Tag nach
Informationen über Waren und Dienstleistungen.*

Es wird also auch nach Ihnen gesucht!



Wussten Sie,
dass in Bezug auf Online Marketing und Suchmaschinenoptimierung großer Nachholbedarf bei vielen Unternehmen besteht. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Studie, in der die Websites von mehr als 3500 Unternehmen untersucht wurden.

Ist Ihre Website schon optimiert?



„Seien Sie für einen Moment mal Ihr Kunde“

1.

Seien Sie an dieser Stelle mal ganz ehrlich zu sich selbst!

Versetzen Sie sich einmal kurz in die Lage eines potenziellen Kunden, der nach Ihren Angeboten sucht.



Geben Sie im Suchschlitz bei Google bitte einfach einmal ein Produkt oder ein Angebot von Ihnen ein – und zwar so, wie ein möglicher Kunde suchen würde, der Sie nicht kennt – er weiß also auch nicht, in welchem Ort Sie ansässig sind.

Beispiel:

Sie bieten Photovoltaikanlagen an, die Sie komplett montieren?

Suchen Sie wie ein Kunde:

Und? Wie sieht Ihr Ergebnis aus?

Ungefähr 1.310.000 Ergebnisse (0,61 Sekunden)


Intelligente Solarthermie - Volkssolaranlage.com
Anzeige! www.volkssolaranlage.com/
ohne Frostschutzmittel (Glykol) Preiswerte Sonnenwärme für Jederman

Montageschiene Photovoltaik - profiness.de
Anzeige! www.profiness.de/montageschienen
Für Photovoltaik mit Statiken für Spannweiten bis zu 5 Meter
Online-shop Montagesystem - Über uns - Kontakt

Kosten Photovoltaik - Das kosten Photovoltaik-Anlagen
www.energieheld.de/photovoltaik/kosten-pv-anlage
★★★★★ Bewertung: 4 - 40 Abstimmungsergebnisse
Eine Photovoltaik-Anlage kann Ihr Eigenheim **komplett** mit Strom versorgen. Je nach Größe ... Photovoltaikanlage mit Montage schon ab 7.990 €. Anlagengröße ...

**Bezahlte
Suchergebnisse = Adwords**

Google Shopping-Ergebnisse für photovoltaikanlage... Anzeigen



Photovoltaikanlagen
www.solar-thees.de/Photovoltaikanlagen
Hochwertige Photovoltaikanlagen zur Stromerzeugung - Wir beraten Sie!

Solaranlage Montieren
www.heizkesselkaufhaus.de/Montieren
Wir übernehmen die Montage Ihrer Solaranlage. Zum Montage-Angebot!

Solaranlage montieren
www.solartechniker-123.de/
Hier finden Sie den Monteur für Ihre Solar- und Photovoltaikanlage!

Photovoltaik Komplettanlage
wow.com/Photovoltaik+Komplettanlage
Photovoltaik Komplettanlage suchen
Schnelle Ergebnisse hier finden

Photovoltaik Angebot
www.solaranlagen-portal.de/
Angebote für Ihre Planung von PV-Firmen in Ihrer Nähe!

Solarbausatz fix & fertig
www.solarfix.com/
3 - 7 kWp Bausätze für Eigenheim

**Bezahlte
Suchergebnisse = Adwords**

Bilder zu photovoltaikanlage komplett montiert

Unangemessene Bilder melden



Weitere Bilder zu photovoltaikanlage komplett montiert

Aktuelle Preisliste inkl. Montage Photovoltaik ...

www.haustechnik-rommerskirchen.de/Aktuelle-Preisliste-inkl-Montage-...
03.01.2014 - Aktuelle Preisliste inkl. Montage Photovoltaik/Solarstromanlagen
01/2014. Die Preise gelten für Komplettssysteme, bestehend aus: Module LG ...

Montage von Photovoltaikanlagen - So gelingt die Montage

www.solaranlage-ratgeber.de/photovoltaik/photovoltaik.../photovoltaik...
Einige zukünftige Betreiber der Solaranlage möchten ihre Anlage selbst montieren.
Dann steht zunächst die Auswahl des richtigen Montagesystems an.



Das ist das so genannte „organische Suchergebnis“

Sind Sie hier zu finden - auf Seite 1 oder auf Seite 2?

Nein?

Insgesamt verteilen sich 71,33% der Klicks auf die erste Ergebnis-Seite bei Google, allerdings nehmen die ersten fünf Suchergebnisse schon 67,60% ein. Das bedeutet, Sie brauchen auf der 3. Seite gar nicht mehr zu schauen. Da werden Sie kaum noch „entdeckt“. Sollten Sie dort „hinten“ zu finden sein, ist das das erste Zeichen dafür, dass Sie Ihre Potenziale nicht oder falsch nutzen.

„Der Google-Robot ist für Sie äußerst wichtig“

3.

Erschrecken Sie jetzt bitte nicht – aber ich möchte Ihnen einen Google-Robot vorstellen.



Tausende dieser „Robots“ sind 24 Stunden am Tag im Netz unterwegs, um nach neuen Websites oder neuen Inhalten auf Websites zu suchen, damit diese bei Google indexiert werden können.

Verweigern Sie einem solchen „Robot“ den Zugang zu Ihrer Website, was wir immer wieder erleben, weil in der Programmierung Fehler gemacht wurden, kann diese von Google natürlich nicht indexiert werden.

Also: Gestatten Sie den „Robots“, Ihre Website zu besuchen.

So einfach können Sie kontrollieren, ob ein „Robot“ Ihre Website „betreten“ darf:

Geben Sie in den Suchschlitz die URL Ihrer Startseite ein und erweitern diese mit folgenden Zeichen: /robots.txt

www.nordwest-marketing.de/robots.txt

Nun, wie sieht Ihr Ergebnis aus?

Steht dort beispielsweise folgendes:

User-agent: *

Disallow: /wp-admin/

Übrigens: Haben Sie gar keine robots.txt, wird der „Robot“ alle Ihre Inhalte besuchen – auch die, die er eigentlich gar nicht besuchen soll. Darum empfiehlt es sich, in der robots.txt die Inhalte auszuschließen, von denen der Robot „die Finger“ lassen soll.

„Bloß nicht 6003b97195.jpg“

4.

Wie heißen eigentlich die Fotos auf Ihrer Website? Haben diese auch Namen wie „156893_dr.445.jpg“ oder „6003b97195.jpg“?

Wussten Sie, dass viele Menschen über die Bildersuche bei Google nach Themen suchen? Wussten Sie, dass Fotos, die „156893_dr.445.jpg“ heißen, nicht gefunden werden können? Wie auch?



Klicken Sie doch einfach mal mit der rechten Maustaste auf ein Foto auf Ihrer Website. In dem Fenster, das sich öffnet, haben Sie die Möglichkeit, auf „Bild speichern unter“ zu klicken. Dort können Sie den Namen des Bildes Ihrer Website sehen. Nun? Ist Ihr Foto richtig betitelt, beispielsweise mit „Symbolbild-eCommerce-seonovum.png“?

Es gibt noch etwas, worauf Sie gerade bei Fotos achten sollten – auf den s.g. Alt-Text (Alternativer Text). Klicken Sie einfach mit der rechten Maustaste auf ein Foto auf Ihrer Website. Ganz unten in dem Fenster klicken Sie auf „Element untersuchen“. Es öffnet sich ein Fenster, in dem Sie direkt in den Quellcode Ihrer Website schauen können. Die Zeile (<img....) ist automatisch markiert. Finden Sie in der Zeile folgendes: ... alt=“...“. Oder ist bei Ihnen das s.g. „Alt-Attribut“ gar nicht vergeben? Das wäre schlecht, denn Google bewertet dies. Das, was im Alt-Attribut steht, wird nämlich blinden Mitmenschen mit einem s.g. Screenreader vorgelesen, da diese ja das Foto nicht „sehen“ können.

„<meta>Tags

So schwierig ist das gar nicht – aber notwendig!“

5.

Vielleicht haben Sie schon einmal etwas von den s.g. Meta-Tags gehört. Nein? Das macht nichts. Meta-Tags sind gerade für Suchmaschinen wichtige Informationen, die im Quellcode einer jeden Website (im s.g. „head“-Bereich) hinterlegt sind und die gerade auch bei Google für das Ranking ein hohes Ansehen genießen. Viel zu oft werden diese Meta-Tags allerdings sträflich vernachlässigt.

Beginnen möchte ich mit dem Meta-Tag „description“. Schon hier finden wir bei einer Website-Analyse viele Fehler. „Der Meta-Tag “description” einer Seite gibt Google und anderen Suchmaschinen eine Zusammenfassung darüber, wovon eine Seite handelt“, heißt es in den SEO-Grundlagen von Google. Ganz wichtig sind dabei 2 Dinge:

- Die Verwendung unterschiedlicher Meta-Tags für jede einzelne Seite hilft sowohl Nutzern als auch Google*
- Die Meta-Description sollte in der Regel nicht länger als 150 Zeichen (inkl. Leerzeichen) sein*

Im Webmaster-Blog von Google heißt es weiter:

„Wir möchten, dass das Snippet das Suchergebnis präzise widerspiegelt. Wir ziehen es oft vor, die Meta-Descriptions der Seiten anzuzeigen (sofern diese erhältlich sind), da sie dem User eine klare Vorstellung vom Content der Seite vermitteln.“

Google selbst erklärt die Aufgabe einer „description“ in den *SEO-Grundlagen* sehr übersichtlich und verständlich (Grafik rechts).

Ob Ihre Seite (jede einzelne Seite Ihres Web-Auftritts) eine „description“ verwendet, können Sie selbst sehr einfach feststellen.

Gehen Sie dabei wie folgt vor:

1. Klicken Sie mit der rechten Maustaste auf irgend eine Seite Ihres Web-Auftritts und klicken dann auf „Seitenquelltext anzeigen“



2. Sie befinden sich nun direkt im Quellcode Ihrer Website. Erschrecken Sie nicht, das sieht schlimmer aus, als es ist. Innerhalb der oberen Zeilen finden Sie eine Zeile, die wie folgt beginnt: „<meta name=“description“...“ Die Zeile sollte sich wie folgt fortsetzen „content=“.....“! Das, was nach „content“ geschrieben steht, ist Ihre Meta-Description. Nun, passt sie zu dem, was Google in der Grafik rechts oben beschreibt und was Sie bisher gelesen haben?

```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Sammelkarten - Sammelkarten kaufen, Baseball News, Preise</title>
<meta name="description" content="Auf Brandon's Baseball Sammelkarten finden Sie eine riesige Auswahl alter und aktueller Baseball Sammelkarten. Wir bieten außerdem Baseball News und Veranstaltungen.">
</head>
<body>
```

(1) Hier beginnt der Description-Meta-Tag unserer Homepage und gibt uns einen kurzen Überblick über das Angebot der Website.



(2) Ein Nutzer führt eine Suche nach [baseball sammelkarten] durch. Unsere Homepage wird als Ergebnis angezeigt. Teile des Description-Meta-Tags finden als Snippet Verwendung.



(3) Ein Nutzer führt eine Suche nach [seltenste baseball sammelkarten] durch. Eine unserer untergeordneten Seiten erscheint als Suchergebnis. Ihr individueller Description-Meta-Tag wird als Snippet verwendet.



Ganz ehrlich, wie ist Ihr erster Eindruck?

*Haben Sie bei der Kontrolle dieser wenigen Punkte
schon Fehler in Ihrer
eigenen Website gefunden? Ja?*

*Wussten Sie, dass Google mehr als 200 Faktoren untersucht, bevor
Ihre Website in den Google-Index aufgenommen wird?
Und wussten Sie, dass die Einhaltung dieser Faktoren
letztlich darüber entscheidet,
auf welchem Platz Ihre Website bei einer
passenden Suchanfrage dem Nutzer angezeigt wird?*

*Wenn Sie Zweifel daran haben, ob Ihre Website wirklich
für Google & Co. optimiert ist, dann lassen Sie mich doch einfach
einmal einen Blick darauf werfen.*

*Ich kann Ihnen ganz genau sagen, wie präsent Sie in den Suchmaschinen sind
und wo die Schwachstellen Ihrer Website liegen.*

Rufen Sie mich einfach an: 0 15 11 | 55 28 005

