

**SEO-CHECKLISTE**

**Suchmaschinenoptimierung**


**ist kein Hokus-Pokus.**

**Wir machen Sie sichtbar.**

**KAIPS MARKETING® Kundenausgabe vom 02.2021**

#### **Vertraulichkeitserklärung**

Diese Ceckliste und die unterstützenden Materialien enthalten vertrauliche und geschützte Inhalte von KAIPS MARKETING®. Diese Materialien dürfen zur Verwendung innerhalb Ihres Unternehmens gedruckt oder fotokopiert werden, dürfen jedoch nicht an andere Parteien weitergegeben werden. Dieses Dokument darf nicht vervielfältigt werden. Es ist ausschließlich zur Nutzung für ausgewählte Personen und Unternehmen vorgesehen.

A man with short, reddish-brown hair and a light beard, wearing a white button-down shirt, stands with his arms crossed. He is smiling slightly. The background is a blurred office environment. A green plant is visible in the bottom right corner. Four yellow rectangular boxes are overlaid on the image, containing the text:

**Suchmaschinen wollen  
nur das Beste für  
Nutzer und Anbieter.  
Wir schaffen Relevanz.**

**Einleitung**

# Der erste Schritt ist der wichtigste.

Suchmaschinenoptimierung ist in der Zeit der Digitalisierung ein wichtiger Bestandteil, um sein Unternehmen, das Produkt und die Marke richtig zu platzieren. Organische Nutzer sind nicht nur sehr interessiert an deiner Seite, sondern gleichzeitig auch sehr nachhaltig. Durch relevante Inhalte können Sie so auf sich aufmerksam machen und Ihre Ressourcen schonen. Mehr Budget für noch mehr Marketing. Unser Expertenteam hat aus allen Rankingfaktoren die wichtigsten zusammengestellt und eine kurze Checkliste gebaut.

Willkommen bei KAIPS MARKETING®!  
Wir freuen uns sehr, dass Sie sich für die Suchmaschinenoptimierung interessieren. Unser Unternehmen agiert seit Jahren zuverlässig und nachhaltig auf diesen Markt. Etliche Projekte haben wir inzwischen zu mehr Relevanz in den Suchergebnissen verholfen. Bald gehören auch Sie dazu!

**KAIPS MARKETING®**

**Adresse**

Callisenstraße 27  
24837 Schleswig

**Telefon**

+49 (0) 4621 - 952 941 - 4

**Email**

info@kaips-marketing.de

Einleitung.....	1
Das Mindset .....	2
Alleinstellungsmerkmale .....	3
Inhalte.....	4
Keywords.....	6
User Experience.....	7
External Traffic.....	8
User Signals.....	9

*Are You  
Ready  
To Become  
Visible?*

## Das Mindset

# Das Bedürfnis des Nutzers habe ich klar verstanden.

Google ist eigentlich leicht zu verstehen. Der Kerngedanke hinter Allem: dem Nutzer immer das Beste Ergebnis präsentieren. Folgen Sie diesem Gedanken in jedem Arbeitsschritt, werden Sie mit Sicherheit positive Ergebnisse einfahren. Relevante Inhalte sind das A und O in der Suchmaschinenoptimierung.

## 1. Mindset richtig setzen

- Meine Inhalte sind so interessant, dass ich sie gerne selber lesen würde.
- Mein Content ist so gestaltet, dass all seine Fragen beantwortet werden.
- Meine Seite ist auf eine **klare** Zielgruppe und **ein** Keyword ausgerichtet.
- Meine Texte bieten relevanten Mehrwert für den Nutzer und Leser.
- Mein oberstes Ziel ist es, meine Seite mit hochwertigen Inhalten zu füllen.
- Der Nutzer und seine Experience auf meiner Seite hat oberste Priorität.
- Hinter meiner Optimierung steckt eine konkrete Strategie.

Alleinstellungsmerkmale

# Klare Merkmale lassen mein Unternehmen hervorstechen.

Oberstes Gebot beim Erstellen der Seiteninhalte sollte immer sein, dem Nutzer eine bestmögliche Erfahrung zu geben. Alle Informationen, die er sucht, soll er auf der Seite finden können. Jedoch Suchintention muss auf der Zielseite befriedigt werden.

## 2. Meine USP's sind definiert

Welche Inhalte biete ich meinem Nutzer, die es auf anderen Seiten nicht gibt?

Welche Philosophie habe ich, die meinen Blog hervorstechen lässt?

**Inhalte**

# Die Inhalte verfolgen ein klares Ziel.

## 3. Inhalte

Welches Problem löse ich durch meine Inhalte?

Welche Dinge lösen meine Mitbewerber besonders gut?

Welchen Mehrwert könnten ich meinen Nutzern auf der Seite noch bieten?

Wodurch könnten meine Inhalte noch besser hervorstechen?

# Einzigartige Inhalte, schaffen Relevanz.

Der Inhalt der Seiten ist ausschlaggebend für deren Wertung und Positionierung in den Suchmaschinen. Das gilt nicht nur für Google, auch für alle anderen. Der Content muss jedoch nicht nur inhaltlich abgestimmt sein, sondern auch optisch ansprechend sein. Eine gute Struktur, sinnvolle Abschnitte und ein Inhaltsverzeichnis helfen immer.

- Meine Artikel sind einzigartig (Unique Content)
- Ich verzichte bestmöglich auf Duplicate Content.
- Meine Artikel sind optisch ansprechend und gut strukturiert.
- Jeder meiner Artikel hat eine klare Kernaussage.
- Meine Artikel werden durch zusätzliches Material perfekt ergänzt. (Bilder, Videos, Anleitungen)
- Meine Beiträge verfügen über Einleitung, Hauptteil und Fazit sowie einem Inhaltsverzeichnis.
- Meine Textgröße, Abschnitte und Bilder sind für den Leser optimiert, sodass das Lesen leicht fällt.

## Keywords

# Meine Keywords habe ich klar angepasst & definiert.

Die Inhalte werden immer um das Keyword herumgebaut. Eine perfekte Semantik sorgt dafür, dass Google der Seite eine höhere Wertung zuspielt. Viele verschiedene Themen, die auf dem Haupt-Keyword basieren ergänzen die Inhalte. Merke: Jede Seite wird nur auf ein einziges Keyword optimiert.

## 4. Keywords

Meine Headline bringt den Nutzer zum Aufrufen.

Mein Titel aussagekräftig und trifft die Suchintention.

Ich habe Keywords nur sinnvoll verwendet und betreibe kein Keyword-Stuffing.

Mein Artikel ist gut recherchiert, übersichtlich und strukturiert. In jedem Fall findet der Nutzer alle Informationen, die er benötigt ohne lang zu suchen.

Für jeden Beitrag habe ich eine individuelle und passende Meta-Beschreibung erwähnt. Mein Keyword steht immer an erster Stelle.

Die Meta-Beschreibung habe ich so angepasst, dass ich mich damit von anderen Suchergebnissen abheben kann.

Meine Keywords habe ich auch in dem Dateinamen der Bilder hinterlegt.

Füllende Wörter, Umlaute, Umgangssprache und Sonderzeichen habe ich vermieden.



## User Experience

# Das Erscheinungsbild

# ergänzt meine Inhalte.

Die Optik ist inzwischen ein ausschlaggebender Einflussfaktor dafür, ob der Nutzer auf der Seite bleibt oder nicht. Ein stimmiges und vor allem ansprechendes Design kann den User noch mehr von der Thematik und der Marke überzeugen, als eine veraltete HTML-Website.

## 5. UX aka User Experience

Meine Seite ist so gestaltet, dass sich der Nutzer leicht orientieren kann.

Meine Seite habe ich in einer einwandfreien Hierarchie aufgebaut.

Die Navigation meiner Seite bewegt dem Nutzer zum Klicken.

Die Seiteninhalte sind optisch so optimiert, dass sie leicht zu lesen sind.

## 6. Links

Meine Beiträge und Seiten habe ich sinnvoll intern verlinkt.

Die Ankertexte stimmen mit dem Inhalt der verlinkten Seite überein.

External Traffic

# Möglichkeiten effektiv nutzen, für mehr User.

## 7. Externer Besucherstrom

Welchen Mehrwert bieten meine Social Media oder Werbe-Beiträge?

Welche Kanäle nutzt meine Zielgruppe?

Welche Post-Frequenz kannst du einhalten, ohne, dass die Qualität der Inhalte nachlässt?

## User Signals

# Regelmäßiges Tracking der Daten ist wichtig.

Veränderungen, ob negativ oder positiv müssen ja erst einmal ausgewertet werden. Nur dann haben wir die Möglichkeit darüber zu urteilen. Regelmäßiges Tracking und ausführliches analysieren ist dabei unerlässlich.

## 8. User-Signals

Ich kontrolliere regelmäßig die Entwicklung meiner \*Click-Trough-Rate.

Ich kontrolliere regelmäßig die Entwicklung der \*Bounce-Rate.

Ich kontrolliere regelmäßig die Entwicklung der \*Dwell-Time.

Ich kontrolliere regelmäßig die Entwicklung der wiederkehrenden User.

\*Die CTR zeigt an wieviel Prozent der Nutzer in den Suchergebnissen auf die Seite klicken.

\*Die Bounce-Rate zeigt an, wieviel Prozent der Nutzer ohne Interaktion innerhalb weniger Sekunden wieder verlassen.

\*Die Dwell-Time zeigt an, wie lange die Nutzer auf der Seite bleiben.

Die Suchmaschinenoptimierung ist sicherlich kein "Zuckerschlecken". Genau deswegen haben wir hier auch unsere Berufung gefunden. Die tägliche Herausforderung ist den unterschiedlichsten Projekten lässt unsere Flamme täglich aufleuchten.

Gerne können wir auch einmal ganz unverbindlich über Ihr Projekt sprechen. Scannen Sie einfach den rechten QR-Code mit

