

DIGITALISIERUNG:

SEO: SO WERDEN SIE IM INTERNET BESSER GEFUNDEN

DIE ZAHL DER INTERNETNUTZER LIEGT IN EUROPA LAUT STATISTA MITTLERWEILE BEI ÜBER 88 PROZENT.

Das Internet ist dabei nicht nur mehr die Informationsquelle Nummer 1, in der Geschäftswelt avanciert die eigene Internetpräsenz immer mehr zum wichtigen Erfolgsfaktor. Auch als Handelsagent sollten Sie dem Rechnung tragen und dafür sorgen, dass Ihre Webseite bei Google auf der ersten Seite der Suchergebnisse erscheint. Warum? Weil nur die Allerwenigsten auf die zweite Seite blicken.

TEXT: ING. ALEXANDER GRAF, M.SC., ONLINEEXPERTE

SERIE

Der digitale Wandel

TEIL 14



Ihre Webseite dient in der Regel als erster Kontaktpunkt zwischen Ihnen und Ihren Kunden. Wollen Sie also neue Kunden generieren, aber auch Ihre Stammkundenbindung erhöhen, sollten Sie Ihr Angebot im Internet so optimal wie möglich präsentieren. Die Webseite selbst ist dabei nur die halbe Miete. Um überhaupt Sichtbarkeit in den Suchergebnissen zu erzielen und aus der meist großen Anzahl an Mitbewerbern hervorstechen, ist eine professionelle Suchmaschinenoptimierung (kurz SEO für Search Engine Optimization) nötig.

MIT SEO AUF DIE ERSTE GOOGLE-SEITE

Suchmaschinen sind die erste Anlaufstelle im Internet, um Informationen, Webseiten oder Angebote zu einem bestimmten Thema zu finden. Google ist hier mit einem

Marktanteil von ca. 80 Prozent in der Desktopsuche und knapp 90 Prozent in der mobilen Suche weiterhin der unangefochtene Marktführer. Um möglichst viele Menschen auf Ihr Angebot aufmerksam zu machen, sollte Ihre Webseite also eine hohe Platzierung in den Google-Suchergebnissen erzielen.

Eine entscheidende Tatsache in diesem Kontext ist, dass weniger als ein Prozent der Internetnutzer bei den Suchergebnissen auf Seite zwei klicken. Das liegt besonders an dem Umstand, dass sie die Ergebnisse mit absteigender Reihenfolge als weniger relevant einstufen. Der digitale Geschäftserfolg steht also in direkter Verbindung zur Position in den Google-Ergebnissen. Und genau hier kommt SEO ins Spiel.

CONTENT IS KING

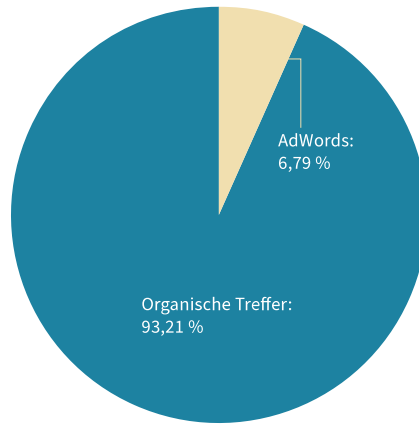
Der Suchmaschinenalgorithmus berücksichtigt bei der Bewertung und Indexierung einer Webseite verschiedenste SEO-Kriterien. Es ist mittlerweile bekannt, dass Google über 200 verschiedene Rankingfaktoren heranzieht. Besonders wichtig darunter sind eine nutzerfreundliche Navigation und Seitenstruktur als auch die Einhaltung bestimmter formaler Kriterien, wie eine übersichtliche Gliederung mit Headline, Zwischenüberschriften und einem Call-to-Action. Auch eine korrekte Rechtschreibung und Grammatik wird als Rankingfaktor herangezogen und signalisiert darüber hinaus Seriosität bei ihren Besuchern.

Die Verwendung von Keywords ist eine der Hauptaufgaben in der Suchmaschinenoptimierung. Diese „Signalworte“ sorgen

dafür, dass Google Ihre Webseite mit der gewünschten Thematik überhaupt erst in Verbindung bringt. Überlegen Sie sich deshalb bereits im Vorfeld, mit welchen Begriffen Sie gefunden werden möchten, und platzieren Sie die entsprechenden Keywords in Ihren Texten. Hier bieten sich zum Beispiel Potenzialanalysen mit Keyword-Recherchen an, die Sie zu den richtigen Ergebnissen führen. Aber übertreiben Sie es bitte nicht. Es gilt stets: Leserfreundlichkeit und zielgruppenorientierte Inhalte sind das Herzstück im Content-Marketing und nehmen am meisten Einfluss auf Ihre Platzierung in den Suchergebnissen. Bloßes Keyword-Stuffing, also die inflationäre Aneinanderreihung von Keywords, schadet hier mehr, als dass es nützt. Google bestraft dieses Verhalten, da es den Lesern keinen Mehrwert stiftet. Veröffentlichen Sie außerdem regelmäßig neue Inhalte, beispielsweise auf Ihrem Unternehmensblog, und sichern Sie Ihren Status als verlässliche Anlaufstelle und Experten für Ihre Zielgruppe. Mit gutem Content überzeugen Sie sowohl die Suchmaschine als auch Ihre Kunden.

ORGANISCHER TRAFFIC SCHLÄGT BEZAHLTE WERBUNG

SEO zielt auf organischen Traffic ab. Das bedeutet, dass Sie Ihre Webseite im Zuge der Suchmaschinenoptimierung so gestalten, dass sie in den Ergebnissen prominent platziert und so von Ihrer Zielgruppe gefunden wird. Google Ads meint hingegen das Schalten bezahlter Anzeigen, die ebenfalls in den oberen Suchergebnissen bei Google erscheinen. Der Haken an der Sache: Ihre Webseite wird dementsprechend gekennzeichnet, sodass die Nutzer zwischen einem normalen Suchergebnis und einer bezahlten Anzeige unterscheiden können. Organische Suchergebnisse werden sehr viel häufiger angeklickt als bezahlte Werbung.



Die Grafik zeigt dies sehr deutlich: 93,21 Prozent der gesamten Klicks fallen auf organische Treffer, während bezahlte Anzeigen nur 6,79 Prozent aller Klicks auf Google ausmachen. Ein Grund ist: Organische Treffer müssen zuvor die entsprechenden Qualitätskriterien erfüllen, um ein gutes Ranking zu erzielen, und sind daher beliebter. Abgesehen von ein paar Nachteilen können Google Ads gerade bei Produkteinführungen und für neue Unternehmen Erfolge erzielen. Leider verbrennen viele Unternehmen voreilig Geld, besonders, wenn im Vorfeld keine professionelle Beratung eingeholt wurde. In der Regel ist es langfristig zielführender, organischen Traffic durch SEO zu erzielen. Das erreichen Sie mit einer fortlaufenden SEO-Optimierung Ihrer Webseite und einem monatlichen Reporting darüber, was gut lief und wo Verbesserungspotenziale vorliegen.

DESIGN UND TECHNIK IM EINKLANG

Ihre Internetpräsenz sollte natürlich nicht nur inhaltlich, sondern auch optisch überzeugen können. Das Design nimmt zusätzlich großen Einfluss auf die Usability und entscheidet somit, ob sich neue Besucher schnell auf Ihrer Seite zurechtfinden. Da knapp die Hälfte der

Webseiten-Aufrufe in Österreich heutzutage über mobile Endgeräte erfolgen, ist ein Responsives Design bzw. die mobile Optimierung der Seite dringend notwendig. Und auch lange Ladezeiten beim Seitenaufruf sorgen für Frust bei den Besuchern – für Google also zu Recht ein Grund, die Seite mit einem schlechteren Ranking zu bestrafen. Die Ladezeit ist zwar nur eines von vielen SEO-Kriterien, kann die Position im Ranking jedoch stark beeinträchtigen. Auch hier sind also Optimierungsmaßnahmen im Zuge von SEO gefragt.



ING. ALEXANDER GRAF, M.Sc.

ist Inhaber der Agentur Alexander Graf Consulting. Durch seine langjährige Erfahrung im Marketing und Sales unterstützt er diverse Kunden erfolgreich. Von der Gründung und Zielgruppenanalyse bis zur laufenden Marktbearbeitung und einem Erfolg bringenden Onlineauftritt.

office@ag-consulting.at
www.ag-consulting.at

SUMMARY

Laut Statistik Austria betreiben bereits 99 Prozent der großen, 94 Prozent der mittleren und immerhin 90 Prozent der kleinen Unternehmen in Österreich eine Webseite (Stand 2021). Der Anteil der suchmaschinenoptimierten Webseiten ist dabei immer noch sehr gering. Unternehmen verschwenden somit großes Potenzial ihres digitalen Geschäftserfolgs. Die Suchmaschinenoptimierung ist in Zeiten der Digitalisierung essenziell für Ihren Geschäftserfolg. Je besser das Ranking, desto höher die Klickrate auf Ihrer Webseite. Kombiniert mit hochwertigem Content und einem anspruchsvollen Design, generieren Sie in Zukunft mehr Traffic und somit auch mehr Neukunden und bessere Stammkundenbindung für Ihre Handelsagentur.

IHR KOSTENLOSER WEBSEITEN-CHECK

Die ersten 20 Anfragen erhalten eine kostenlose Analyse ihrer Webseite. Dabei werden Antworten und auch konkrete Handlungsempfehlungen zum Beispiel zu folgenden Fragen geliefert:

- Wie wird meine Webseite derzeit auf Google gefunden?
- Wie werden die aktuellen Google-Kriterien erfüllt?
- Ist meine Seite responsive, das heißt, wird sie auf allen Endgeräten optimal dargestellt?

Spezialrabatt: Zusätzlich wird ein Spezialrabatt von 10 Prozent auf Ihre Erstbestellung bis zum 31. Dezember 2022 angeboten.