

trafficmaxx

news

**Content als
Erfolgsfaktor •
Google Keyword-
Planer • Offsite-
Optimierung
2016**

Liebe Leserin, lieber Leser,

grundsätzlich hat sich an einer erfolgreichen SEO-Strategie in den letzten Jahren nicht viel geändert. SEO-Erfolg basiert auf einem optimierten, technischen Fundament, qualifizierten Inhalten und eingehenden Links. Googles Entwicklung hat es für die Website-Betreiber nur etwas anspruchsvoller gemacht – speziell im Linkaufbau. Wie Sie auch heute noch, ergänzend zu umfangreichen Content Marketing Maßnahmen, nachhaltige Links für Ihre Website aufbauen können, stellen wir in diesem Newsletter vor.

Tobias Ihde, Geschäftsführer

► Neue Kunden & Projekte

Wir freuen uns, wieder zahlreiche Neuzugänge in unserem Kundenstamm begrüßen zu dürfen und bedanken uns an dieser Stelle ganz herzlich für das Vertrauen. Einige unserer Neukunden möchten wir kurz vorstellen:

EUROCENTRES

Der Spezialist für Sprachschulen und Sprachreisen Eurocentres hat seine Zusammenarbeit mit uns ausgebaut. Wir unterstützen das Unternehmen mit Sprachschulen in der ganzen Welt in den Bereichen SEO, SEA und Content Marketing.



Auch Agrarfrost setzt auf die hohe Expertise unserer Agentur und vertraut in Sachen Website-Entwicklung und Betreuung ebenso auf unsere Unterstützung wie in der Suchmaschinenoptimierung, die jüngst in unsere Hände gelegt wurde.



In eigener Sache: Wir beschäftigen uns intensiv und leidenschaftlich mit Content. Es darf dabei auch gerne mal bunt zugehen, oder laut, oder verspielt. Einige Projekte aus unserer Spielwiese stellen wir Ihnen gerne auf konstruktiv.de/imagine vor.

► Content als Erfolgsfaktor

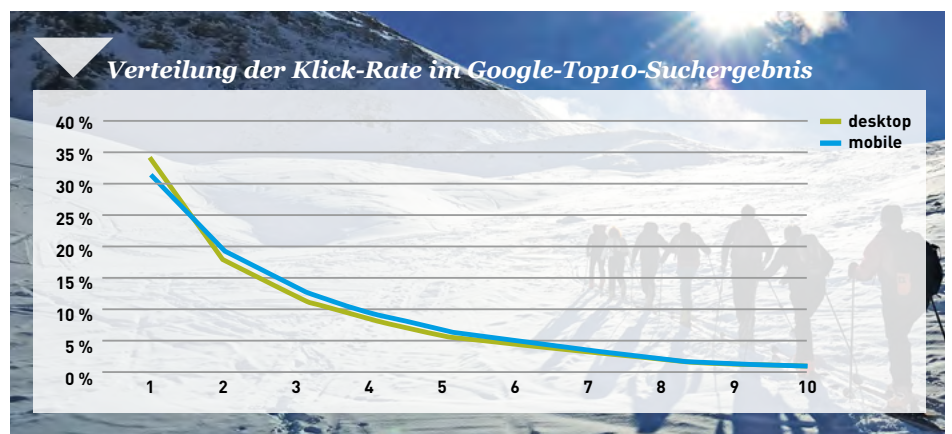
Content ist maßgeblich für den Erfolg einer Website verantwortlich, denn hier liegt nicht nur der Schlüssel zum Erfolg in Suchmaschinen, durch passgenaue und ausgeklügelte Inhalte lassen sich auch Conversionen und Verweildauer deutlich messbar erhöhen. Wir helfen Ihnen gerne, Ihre gesetzten Ziele online zu erreichen und so Verkäufe, Anfragen, Registrierungen oder Downloads stetig auszubauen, während gleichzeitig Sichtbarkeit und Reichweite bei Google gesteigert werden. Analyse und Strategie, Produktion und Redaktion, Erfolgsmessung und Optimierung sind dabei koordiniert und zielgerichtet fein aufeinander abgestimmt.

TIPP Weitere Informationen im Blog: trafficmaxx.de/content

► Google Keyword-Planer

Seit Juni 2016 fasst der Keyword-Planer von Google die Statistiken zum monatlichen Suchvolumen bei vielen vergleichbaren Begriffen zusammen. Die Statistiken zu Singular und Plural, Wortvarianten bei Akronymen, Suffixen oder Schreibweisen mit Leerzeichen und Bindestrich sind seitdem undurchsichtiger. Kostenlos gibt es zudem nur noch Bereichswerte anstatt konkreter Zahlen. Effekt: AdWords-Nutzer müssen wegen des egalisierten Suchvolumens breiter investieren und einen höheren CPC bei Kampagnen berücksichtigen. SEO-Potenzial- und Keyword-Analysen sind nun deutlich umständlicher geworden.

TIPP Weitere Informationen dazu: trafficmaxx.de/keyword-planer



Die vorderen Suchergebnisse erhalten im Mittelwert mit Abstand die meisten Besucher.

► Offsite-Optimierung 2016

Auch 2016 zählen Backlinks noch immer zu den wichtigsten Hebeln im Rahmen der Suchmaschinenoptimierung. Google selbst ließ bereits verlauten, dass dies wohl auch auf lange Sicht so bleiben werde. Zugleich ist es in den letzten Jahren sehr viel schwieriger geworden, Backlinks zu generieren, die einem Projekt wirklich helfen. Was also ist auch in Zukunft noch möglich und sinnvoll im Bereich des Linkaufbaus? Glücklicherweise so Einiges.

Alles nur noch Content Marketing?

Google hat gelernt, besser zu verstehen, wie ein bestimmter Backlink zustande gekommen ist. Dadurch konnten die Suchmaschinenbetreiber auch Sanktionen ergreifen, wenn erkannt wurde, dass ein Backlink allein zu Zwecken der Manipulation der Suchergebnisse gesetzt wurde.

Vollzeitkraft zur Blogger-Betreuung zu verdienen.

Ganz ohne Content?

Ganz ohne Content geht es jedoch selten. Inhalte sind es, die verlinkt werden und Inhalte sind es daher auch, von denen

aufbau schnell die Situation, in weitere unternehmensseitige Fachbereiche und Marketing-Strategien vorzudringen. Je nach Unternehmen können das Marketing-Abteilungen, Unternehmenskommunikation, PR, Social Media – um nur einige zu nennen – sein. Die Content-Kreation wird dann in der Umsetzung häufig kompliziert.

Natürlich ist es wünschenswert, wenn Inhalte mehreren Zielen dienlich sind und eine ganze Reihe von Aufgaben innerhalb

Was sind die zwei wichtigsten Rankingfaktoren für Google?

In der Folge verloren weniger wertige Links wie häufig solche aus Bookmark-Portalen, Artikelverzeichnissen oder für die Geld gezahlt wurde, ihre Funktion als verbreitetes Werkzeug in der SEO. Website-Betreiber und SEO-Dienstleister fokussierten sich auf die Generierung hochwertiger Backlinks aus redaktionellen Inhalten. Als vorrangiges Mittel der Wahl gelten seitdem die Disziplinen Content Marketing und Blogger Relations. Beides enorm wichtige Online-Marketing-Disziplinen mit deren Hilfe hochwertige Backlinks generiert werden können. Beides jedoch Maßnahmen, deren eigentlicher Wert gar nicht so sehr im Linkaufbau begründet ist. Und beides Wege, die einen sehr großen finanziellen und zeitlichen Aufwand fordern.

Auch wenn es oftmals den Eindruck erwecken mag, als gäbe es im Linkaufbau nur noch diese beiden Instrumente, finden sich doch noch weitere zielführende Techniken. Auch in 2016 haben Website-Betreiber ganz hervorragende Möglichkeiten, hochwertige und hilfreiche Backlinks auch ohne großes Content Marketing Team oder eine

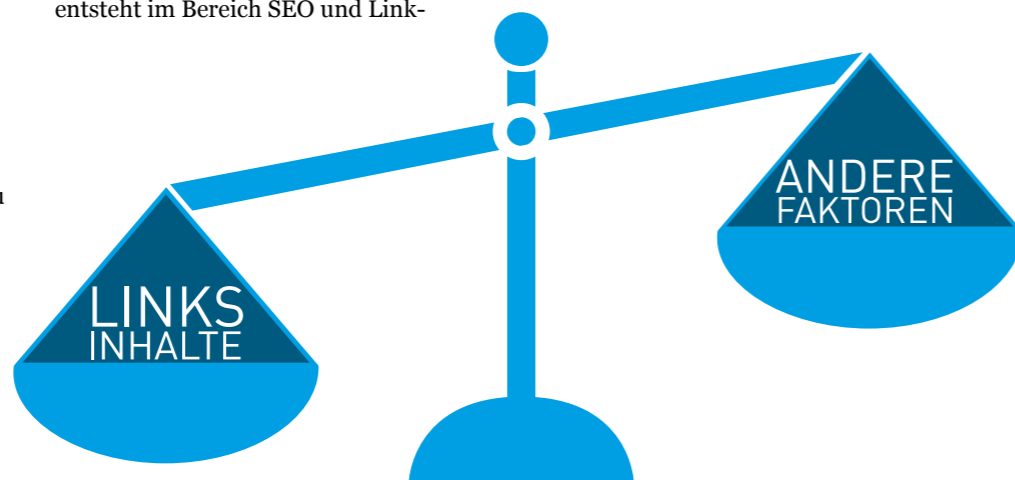
„Content und Links, die auf die Website zeigen.“

Andrey Lipattsev – Google Search Quality Senior Strategist
23.03.2016 Google Q&A

potenzielle Linkgeber überzeugt werden müssen. Im Unterschied zu umfassenden Content Marketing Maßnahmen können wir im Linkaufbau in einigen Fällen jedoch bereits auf bestehende und vielleicht bis dato vernachlässigte Inhalte zurückgreifen.

In den Fällen, in denen ganz neue Inhalte konzipiert und erstellt werden müssen, entsteht im Bereich SEO und Link-

einer interdisziplinären Marketing-Strategie wahrnehmen können. Anders als z. B. in der Online-PR oder im Content Marketing besteht hier jedoch keine grundlegende Notwendigkeit dafür. Denn die Inhalte richten sich nicht selten an eine Zielgruppe, die in der Kommunikationsplanung gar nicht berücksichtigt wurde: potenzielle Linkgeber. In diesem Sinn hat man gute Argumente bei der Hand,



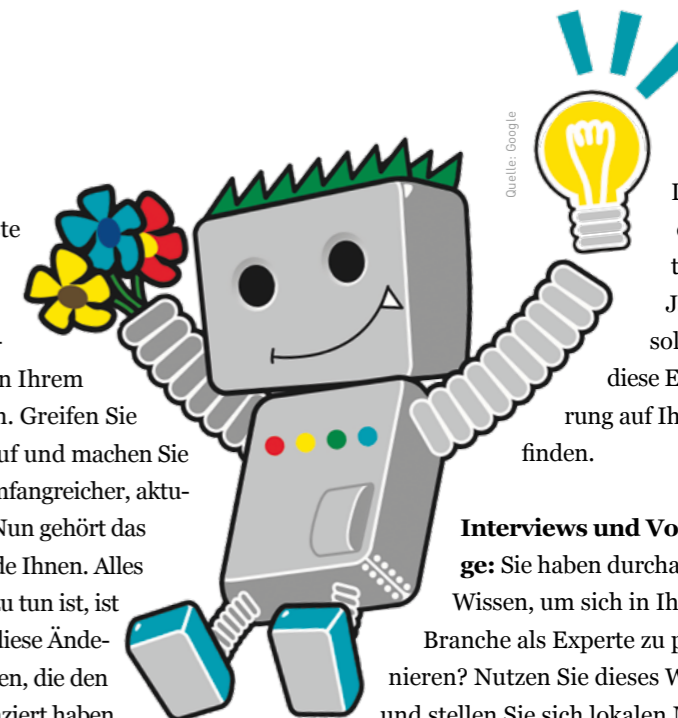
sich von Abhängigkeiten und Zwängen im Kontext einer ganzheitlichen, wohl definierten und strikt einzuhalten- den Unternehmenskommunikation zu befreien. Das spart viel Zeit, ist sehr ergebnisorientiert und schont Ressourcen bereits im Rahmen der Content-Konzeption.

Welche Inhalte generieren Links?

Um gezielt über die Erstellung und Verbreitung von Inhalten Links zu generieren, wurden verschiedene Techniken und Abläufe entwickelt.

Moving Man: Finden Sie gut verlinkte aber nicht mehr aufrufbare Inhalte. Bauen

wenn er auch über das höchste reden kann. Finden Sie prominent verlinkte Inhalte in Ihrem Themenbereich. Greifen Sie diese Inhalte auf und machen Sie diese besser, umfangreicher, aktueller, schöner. Nun gehört das höchste Gebäude Ihnen. Alles was jetzt noch zu tun ist, ist diejenigen auf diese Änderung hinzuweisen, die den Content referenziert haben, der von Ihnen verbessert wurde.



Leben zu erleichtern? Ja? Dann sollte sich diese Erleichterung auf Ihrer Seite finden.

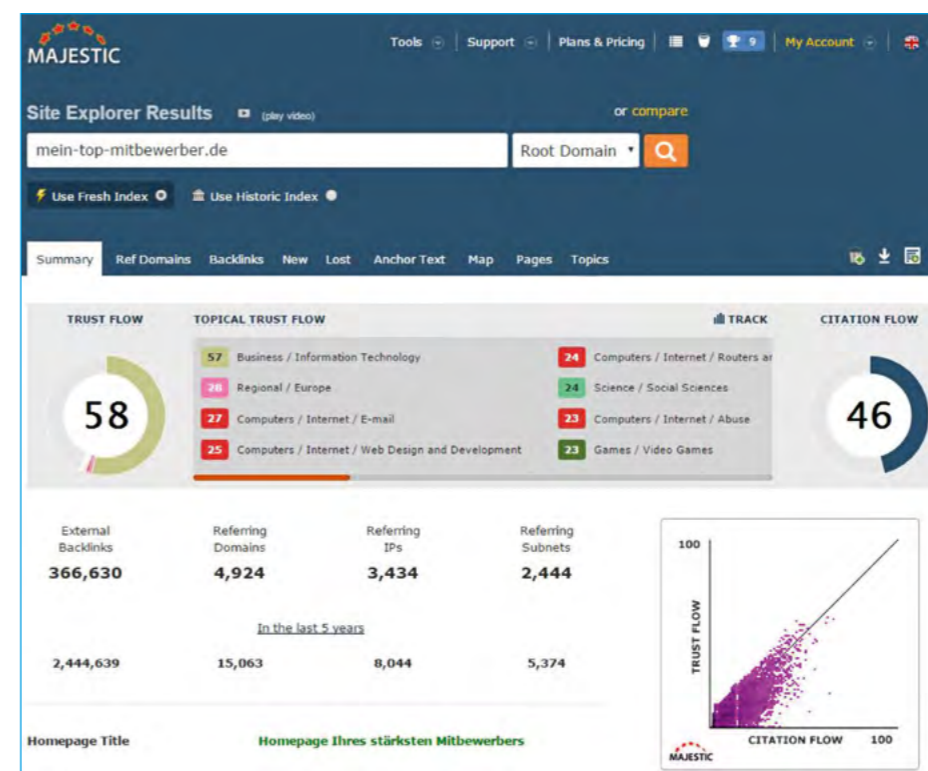
Interviews und Vorträge: Sie haben durchaus das Wissen, um sich in Ihrer

Branche als Experte zu positionieren? Nutzen Sie dieses Wissen und stellen Sie sich lokalen Medien als Interviewpartner zur Verfügung.

Sprechen Sie an Universitäten, Fachhochschulen oder Schulen. All das wird hochwertige Links generieren. Oder gelten doch eher andere als ausgewiesene Experten? Dann laden Sie diese zu einem kurzen Interview. Idealerweise erhalten Sie so nicht nur einen Backlink von der Website des Interviewpartners, sondern unter Umständen auch von anderen interessierten Medien.

Ego-Baiting: Es gibt in Ihrem Umfeld Websites, Redakteure und Mitspieler, die besonders hervorzuheben sind? Tun Sie genau dies und stellen Sie den Service oder die jeweiligen Personen ausführlich vor. Und nun lassen Sie diejenigen wissen, dass eine sehr positive Erwähnung auf Ihrer Seite zu finden ist. Als Dank winken häufig Reichweite in sozialen Netzwerken und ein Backlink von den entsprechenden Websites.

Contests und Gewinnspiele: Nutzern die Chance zu geben, etwas Hochwertiges zu Gewinnen oder sich auf andere Weise auszuzeichnen, ist etwas, was im Netz gerne Erwähnung findet. Initiieren Sie einen Wettbewerb oder rufen Sie ein Gewinnspiel aus und setzen Sie dafür hochwertige Landingpages um. Auch hier werden im Erfolgsfall soziale Signale und Backlinks generiert.



Über Backlinkdatenbanken lässt sich schnell herausfinden, welche Inhalte besonders gut verlinkt sind und welche daher einen genaueren Blick lohnen.

Sie diese Inhalte nach und verbessern Sie diese. Nun weisen Sie all die Redakteure, die bisher den „verschwundenen“ Inhalt verlinkt haben, auf die Änderung und auf Ihr äquivalentes und verbessertes Angebot hin.

Skyscraper Technik: Niemand redet gern über das zweithöchste Gebäude,

Tools & Nützliches: Findet sich in Ihrer Branche ein kleiner, aber immer wieder durchzuführender Prozess? Etwas, was man doch eigentlich ein Computerprogramm erledigen lassen könnte? Braucht es hier vielleicht einen frei verfügbaren Rechner oder würde gar schon eine Excel-Vorlage genügen, um vielen Nutzern das

