

Keyword-Recherche

Seocampixx

Berlin, 8. März 2009

Stefan Fischerländer



FISCHERLÄNDER&Partner
suchmaschinen • optimierung • consulting

Kurzvorstellung - Stefan Fischerländer

Stefan Fischerländer

- Suchmaschinen-Optimierung: Consulting und Training
- Keyword-Datenbank
- Suchmaschinen-Technologie

Kontakt

- Tel. 0171 - 767 33 81 - stefan@fischerlaender.de

Agenda

Short Head vs. Long Tail in Zahlen

- Einige Zahlenbeispiele aus der Keyword-Datenbank

Es gibt mehr als Head und Tail

- Saisonale Schwankungen
- Tippfehler, Neue Rechtschreibung

Umsetzung

- Einige Tipps zur Umsetzung

Die Bedeutung der Keywords

Jeder nutzt Google.

Also sind Keywords die einzige Möglichkeit, Eure Zielgruppe anzusprechen.

Eine umfassende Keyword-Recherche ist die Basis jeder erfolgreichen Optimierung.

Nicht alle Keywords sind gleich

Navigational Queries

enthalten Firmen- /Produkt- /Marken- /Personennamen
enthalten Domain-Endung: google.de als Suchanfrage!

Transactional Queries

enthalten Kauf- oder Download-Wörter
haben Bezug zu typischen Online-Waren

Informational Queries

enthalten Fragewörter
werden innerhalb einer längeren Such-Session gestellt
enthalten keine Kriterien der anderen beiden Type

Die wahren Top-10 der Suchanfragen

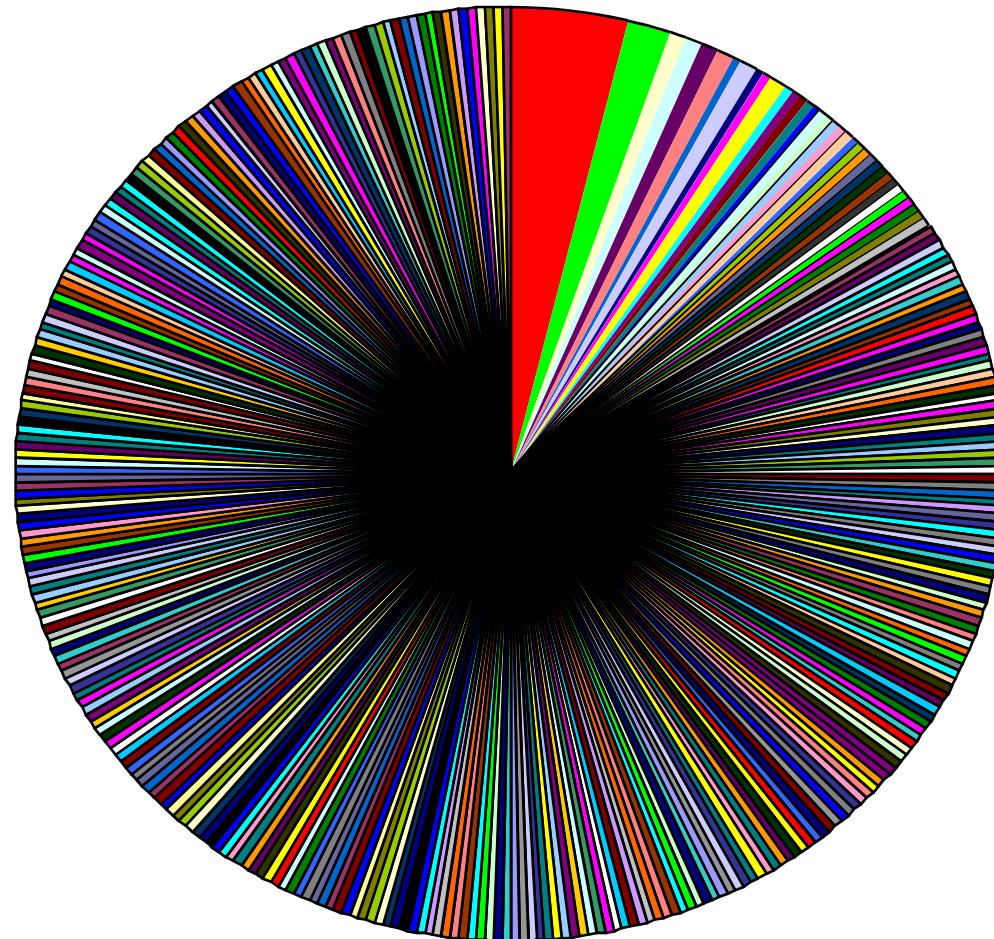
| | |
|--------------|---------|
| google | 1228410 |
| ebay | 1016833 |
| routenplaner | 881113 |
| reisen | 646859 |
| erotik | 610537 |
| chat | 571839 |
| wetter | 439910 |
| shopping | 423956 |
| auto | 391839 |
| grusskarten | 388611 |

Die Macht des Long Tail ...

Traffic nach Suchanfragen auf SuchmaschinenTricks.de

Basis: 17.424 Google-Verweise (KW 04/2006)

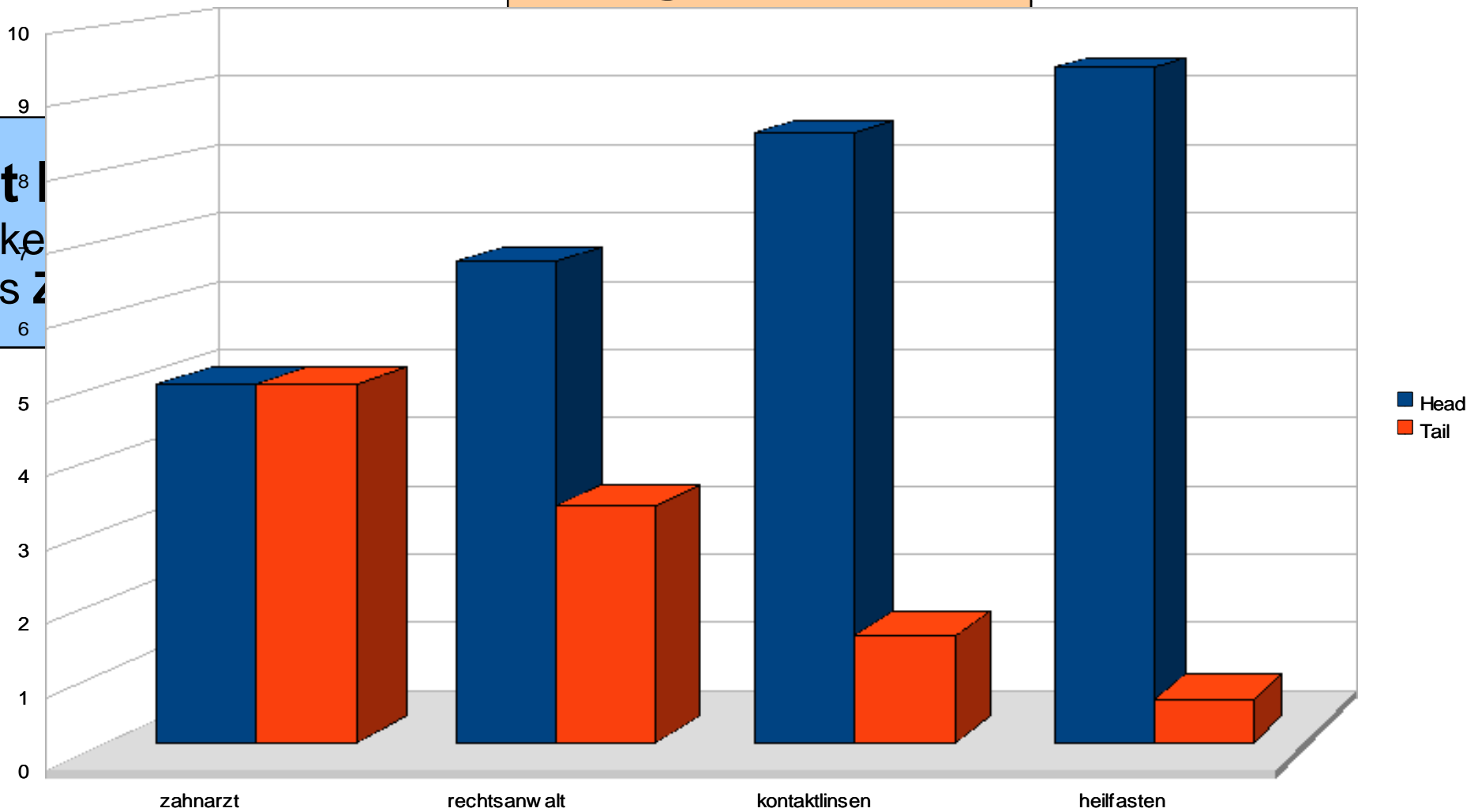
Top-Query: **suchmaschinen** = 667



... aber es gibt auch den Short Head

Long Tail

Short Head
Häufigkeit
Begriffs

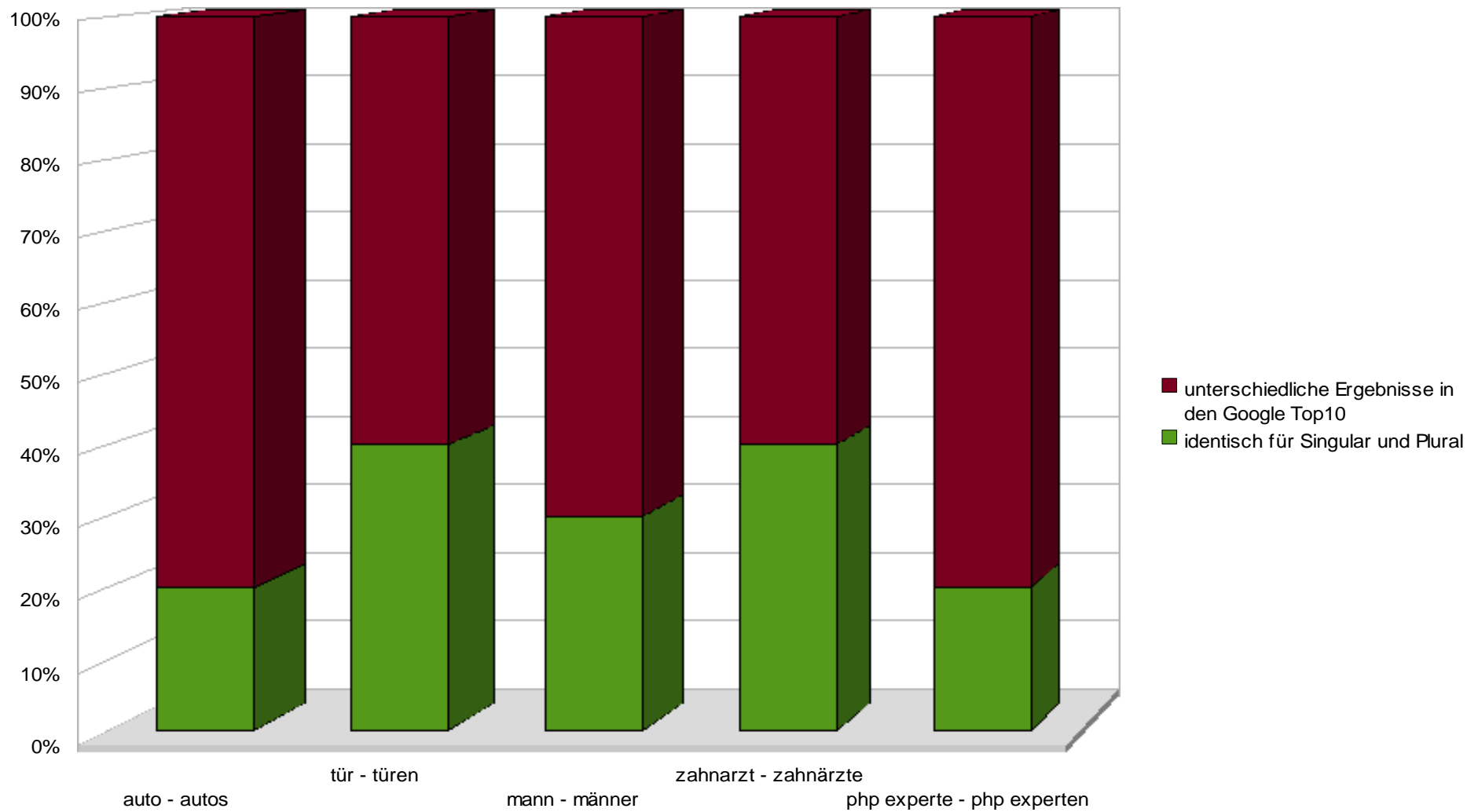


Es gibt mehr als Head oder Tail ...

Beachtet bei der Keyword-Auswahl nicht nur Eure Head- oder Tail-Strategie:

- Singular und Plural
- Saisonale Schwankungen
- Tippfehler
- Rechtschreibreform
- Ihr Firmenname (auch in Falschschreibung!)

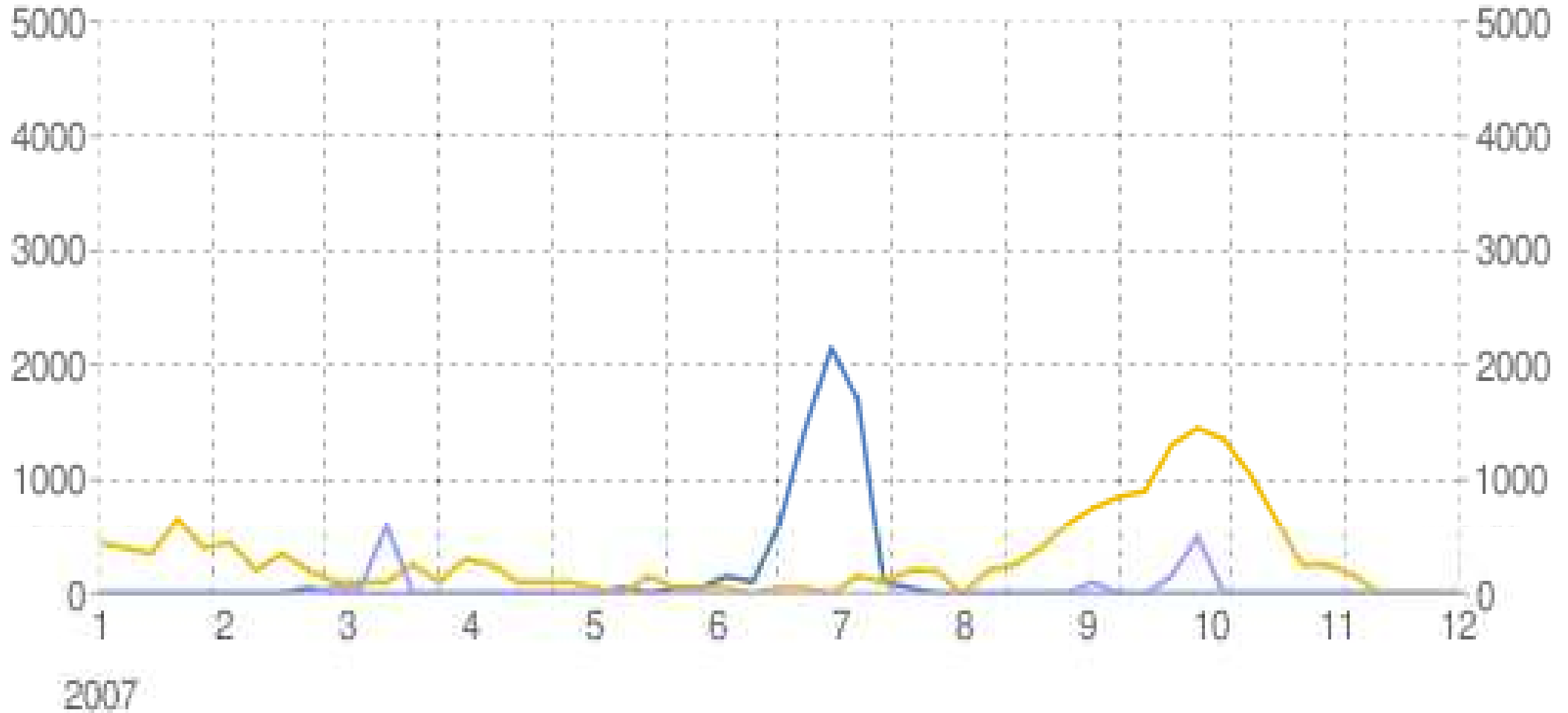
Unterschied Singular - Plural in den Top10



Nutzt aktuelle Themen!

- Suchanfragen sind saisonal abhängig
- Themen, die Menschen bewegen, spiegeln sich in den Suchanfragen wider.
- Um aktuelle Themen anzusprechen, müsst Ihr rechtzeitig mit der Optimierung beginnen.
- Erstellet Euch einen Optimierungskalender für saisonal wiederkehrende Themen: Winterreifen, Tour de France, usw.
- Antizipiert bevorstehende „Hypes“ und nutzen diese zum Linkaufbau.

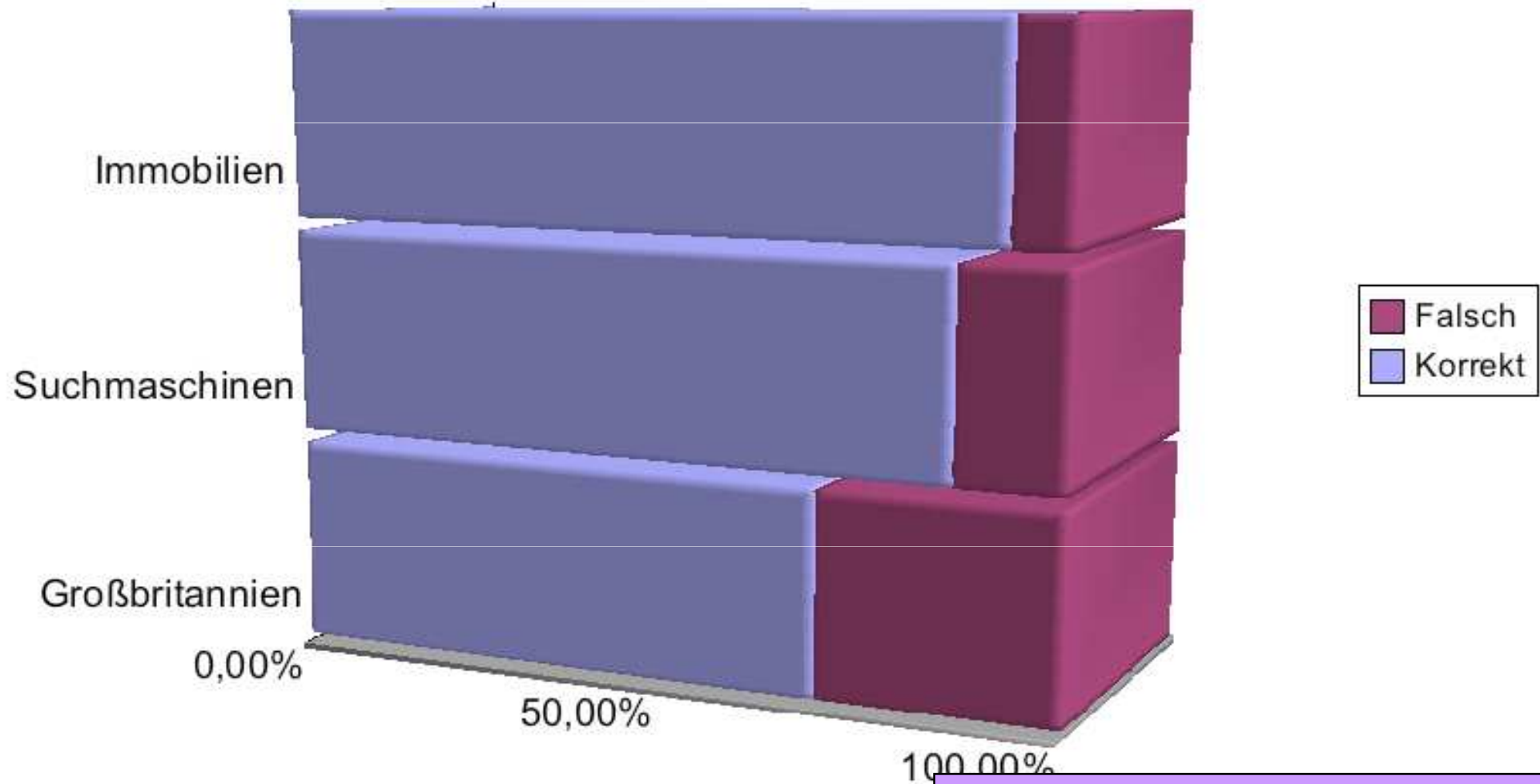
Rätselspiel: Suchbegriffe raten I



Rätselspiel: Suchbegriffe raten II



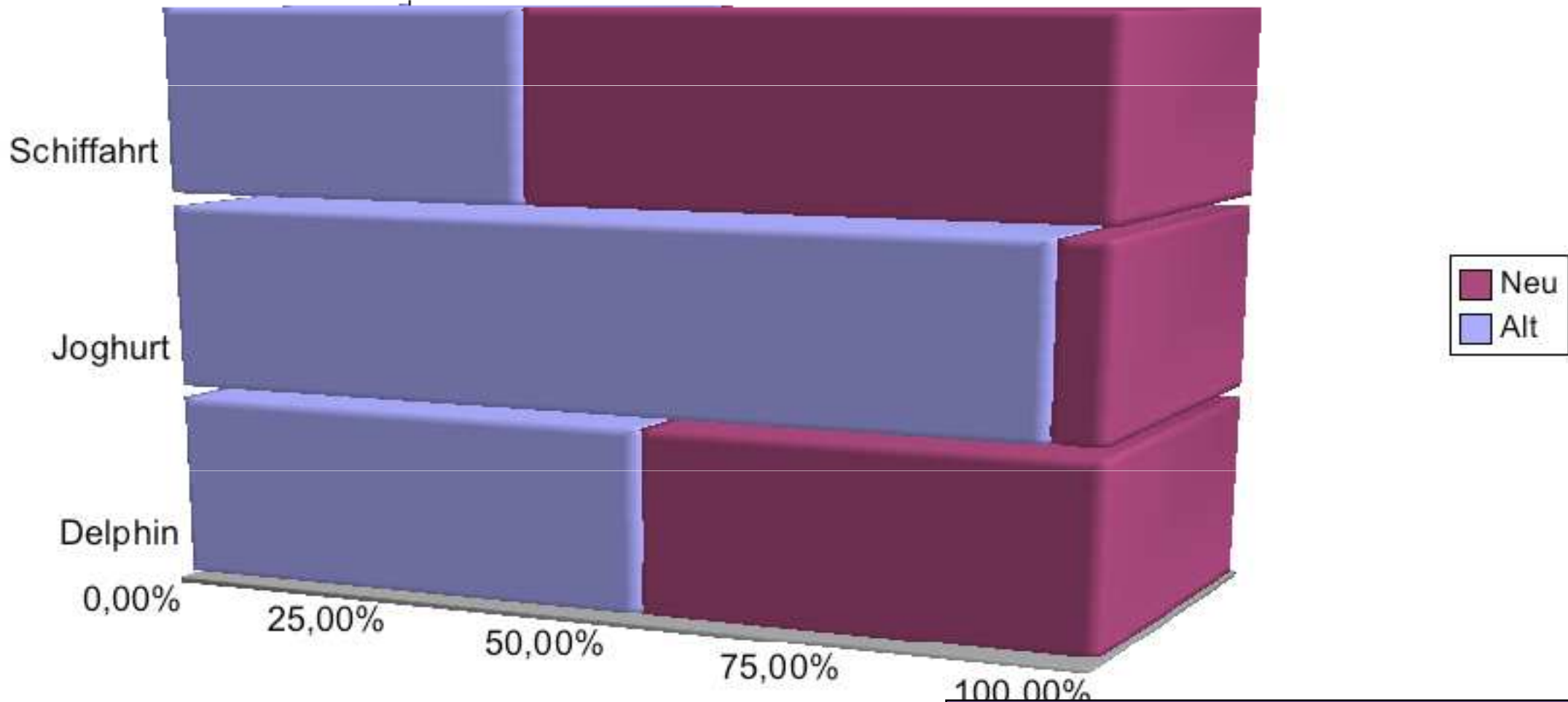
Tippfehler



Daten aus Q1/2007

Im Laborexperiment:
9,2 Prozent aller Anfragen
enthielten Tippfehler.

Rechtschreibreform



Der Anteil der neuen Schreibweisen nimmt zu, aber sehr langsam.

Umsetzung auf der Website

Long Tail-Optimierung erfordert viele Inhalte

- Suchmaschinenfreundliches CMS (Blog, Online-Shop, etc.) ist Voraussetzung.
- Gute Verlinkung nötig, um viele Unterseiten in den Google-Index zu bekommen.
- Verlinkt intern mit geeigneten Linktexten.

Umsetzung auf der Website (2)

Tippfehler und Schreibweisen

- Ihr benötigt optimierte Seiten für Tippfehler und die diversen Schreibweisen Eurer Keywords.
- Das Dilemma: Dies kann sich negativ auf das Image Eurer Website auswirken.
- Lösungsideen:
 - Geht offensiv damit um, etwa mit einer kleinen Textbox: „Alternative Schreibweisen“ auf jeder Seite.
 - Nutzt Tippfehler und alternative Schreibweisen nur für Eure SEM-Kampagnen.
 - Denkt an die Reservierung von Domains und leitet den Type-In-Traffic weiter.

www.fischerlaender.de

Vielen Dank für Eure Aufmerksamkeit!

suchmaschinen**tricks** 

Keyword  Datenbank