



Willkommen



Suchmaschinenoptimierung

Stephan Winter (MSc)

Google Qualified Individual

LEONEX Internet GmbH



Übersicht

- Einleitung & Begriffe
- Geschichte
- Pagerank
- Tools
- On-Page Optimierung
- Off-Page Optimierung
- Vorgehensweise
- Verbotenes
- 10 Tipps für Ihre Internetseite



Begriffe

- PageRank
- Linkpower/Linkjuice
- SERP (Search Engine Result Pages)
- Keyword
- Link <-> Backlink
- Anchor-Text
- No-Follow

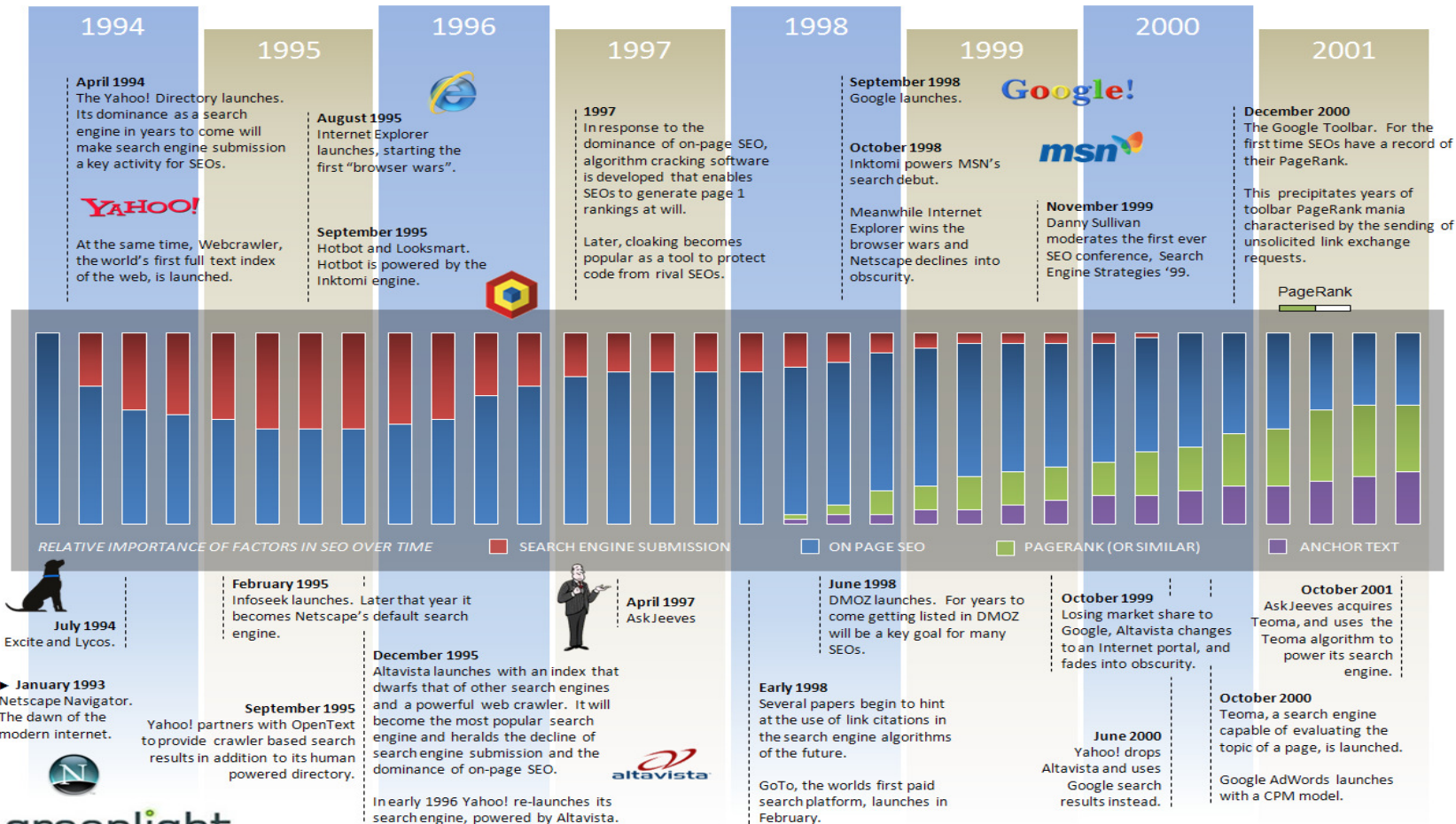


Was kann ich optimieren?

The screenshot shows a Google search for "it systemhaus bielefeld". The search bar is at the top with the Google logo on the left and a search button on the right. Below the search bar, there are navigation links for "Alles", "Bilder", "Videos", "News", "Shopping", and "Places". The search results are displayed in a grid format. The first result is an advertisement for "IT-Systemhaus" with a red "Google Adwords" label. The second result is for "mb Systemhaus" with a green "Organisch" label. The third result is for "Netgate IT" with a green "Organisch" label. The fourth result is for "IT-Systemhaus JOBRI GmbH" with a green "Organisch" label. The fifth result is a "Google Places" section showing nearby locations like "LANOS Computer GmbH & Cie KG", "BI-IT", and "Andreas Staude OND Systems". The sixth result is for "TEUTODATA IT-Systemhaus" with a green "Organisch" label. The seventh result is for "IT-Systemhaus Hamburgnet" with a red "Google Adwords" label. The eighth result is for "IT-systemhaus" with a red "Google Adwords" label. The ninth result is for "It systemhaus" with a red "Google Adwords" label. The tenth result is for "JOBRI GmbH" with a red "Google Adwords" label. The eleventh result is for "opticom IT" with a red "Google Adwords" label. A map of Bielefeld is shown on the right side of the search results.



Geschichte der SEO



July 1994
 Excite and Lycos.

January 1993
 Netscape Navigator. The dawn of the modern internet.



greenlight

The SEO History of the Internet, 1994 - 2001

February 1995
 Infoseek launches. Later that year it becomes Netscape's default search engine.

September 1995
 Yahoo! partners with OpenText to provide crawler based search results in addition to its human powered directory.

In early 1996 Yahoo! re-launches its search engine, powered by Altavista.

April 1997
 AskJeeves



Early 1998
 Several papers begin to hint at the use of link citations in the search engine algorithms of the future.

GoTo, the world's first paid search platform, launches in February.

June 1998
 DMOZ launches. For years to come getting listed in DMOZ will be a key goal for many SEOs.

October 1999
 Losing market share to Google, Altavista changes to an internet portal, and fades into obscurity.

June 2000
 Yahoo! drops Altavista and uses Google search results instead.

October 2001
 AskJeeves acquires Teoma, and uses the Teoma algorithm to power its search engine.

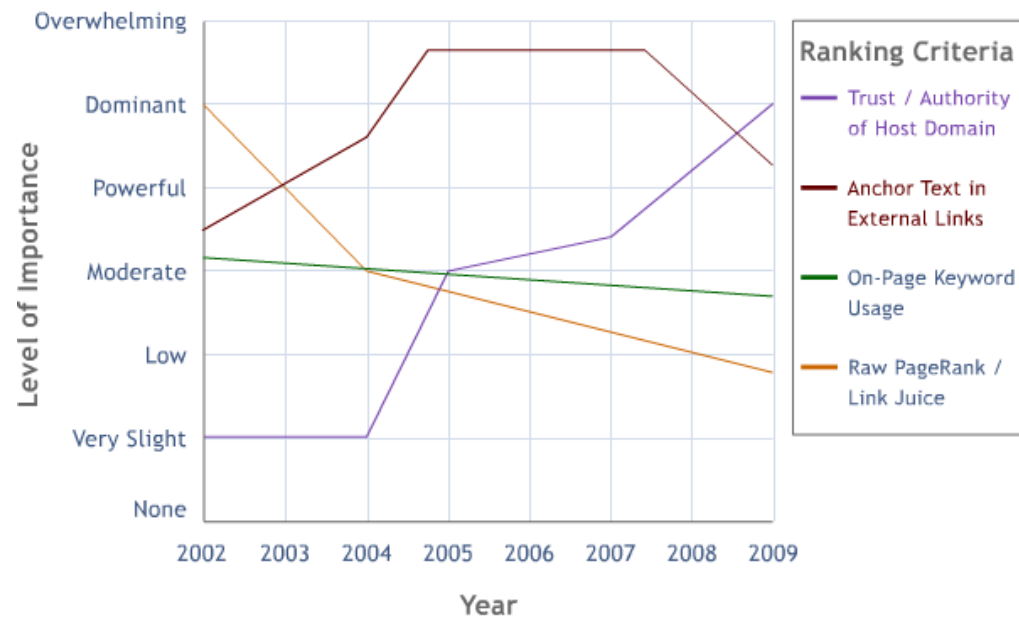
October 2000
 Teoma, a search engine capable of evaluating the topic of a page, is launched.

Google AdWords launches with a CPM model.



Geschichte der SEO

Importance Levels of Various Ranking Factors in Google's Algorithm Over Time



(Note: This diagram is the personal opinion of Rand Fishkin from SEOmoz)



Pagerank

$$PR(p_i) = \frac{1-d}{N} + d \sum_{p_j \in M(p_i)} \frac{PR(p_j)}{L(p_j)}$$

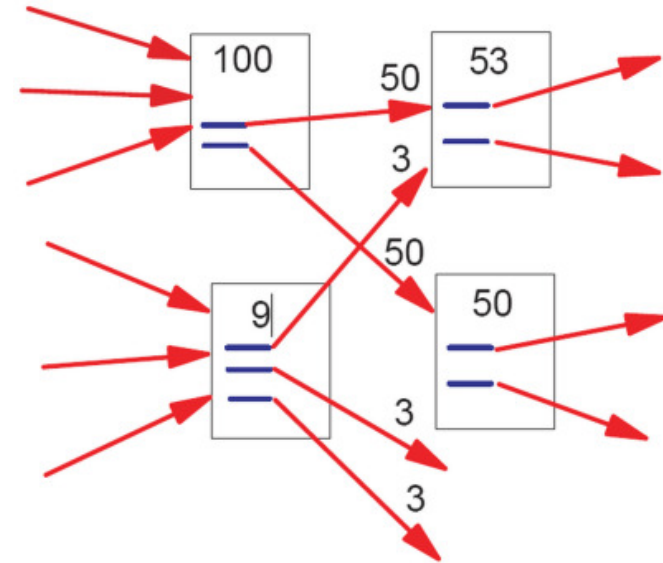
$PR(x)$ = PageRank von Webseite x ,

d = Dämpfungsfaktor,

N = Anzahl aller Seiten im Index,

$L(x)$ = Anzahl der Hyperlinks auf Webseite x ,

$M(P_x)$ = Menge aller Seiten, die auf Webseite x verlinken.



- Random Surfer Modell vs. Reasonable Surfer Modell
- Pagerank seit 2009 nicht mehr angezeigt
 - Deutlich geringere Wichtigkeit!

Nützliche freie Tools (1)

•• www.seitwert.de

- Top10 Ranking
- SEO Analyse
- Domain Tracking (Trafficzahlen)
- Keyword Ranking
- Teilweise kostenpflichtig



•• www.webseoanalytics.com

- Werbefinanzierter freier Bereich
- Auswertungen zur SEO, Backlinks, technische Details, DMOZ-Einträge etc



Nützliche freie Tools (2)

••• www.vrank.com

••• (Nur) Gute Sichtbarkeitsanalyse

- Social Networks
- Online-Medien
- SEO

••• Ausführliche textuelle Reports (PDF)



••• www.woorank.com

••• SEO-Faktoren

••• Lesbarkeit

••• Website-Standards

••• Praktisch für einen einfachen Allround-Blick



••• Yahoo Site Explorer (R.I.P.)



Kostenpflichtige Tools

Tools - analysierte Domain:	Anzahl Backlinks	Anzahl Domains	Anzahl IP-Adressen	Anzahl Hosts	Anzahl Class-C
spiegel.de					
MajesticSEO	11.041.824	160.759	80.784	-	34.069
Raventools	48.118	8.198	-	-	-
Searchmetrics Essentials	35.340.291	69.056	34.382	-	-
SEOlytics	17.274.259	169.515	84.744	-	35.651
SEOMoz Pro (Open Site Explorer)	881.000	20.766	-	-	-
Sitefactor	2.843.790	128.891	63.700	-	27.127
Sistrix	8.443.540	141.770	82.725	237.569	36.523
Xovi	1.125.692	63.039	32.433	24.996	14.099

- In Agenturen wird in der Regel mit mind. 2 Datenquellen gearbeitet

On-Page Faktoren (1)

•• HTML-Struktur

- H1/h2/h3-Tag
- (Meta-Tags) -> Keine Auswirkung, aber wichtig für Darstellung
- Bildbeschreibungen
- Validität (validator.w3.org)

•• Verlinkung

- URL-Struktur
- URL-Bezeichnung
- Anchor-Texte
- Ausgehende Links



On-Page Faktoren (2)

•• Allgemein

- Duplicate Content (www.) (Lösung: robots.txt -> Exclude / NoIndex)
 - 301 Redirect
- Google Sitemap.xml
- Text statt Bild
- Ladegeschwindigkeit
- Keyword-Ratio (Keyword Stuffing) 3-4%
- Keyword-Proximity / Relevance / Semantics
- Domainname / -alter
- Domain Neighborhood



Off-Page Faktoren (1)

- Linkpopularität (Anzahl eingehender Links)
- Domainpopularität (Anzahl eingehender „Domains“)
- IP-Popularität (Anzahl eingehender IP-Adressräume)
- TrustRank
 - Gute Websites: Aktuell, gepflegt, überwacht, aktiv
 - Schlechte Websites: Spamseiten, SEO-Manipulation
 - Vererbung von Trust



Off-Page Faktoren (2)

•• Verlinkungen

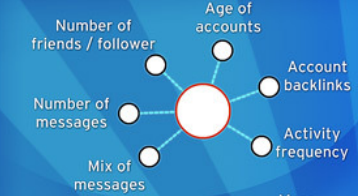
- Nofollow-Attribut (Foren-Spam)
- Anchor-Links
- Link-Title
- Context (Reasonable Surfer Model)
- Position (Header, Content, Footer)
- Anzahl ausgehender Links (Verlust Link Juice?)



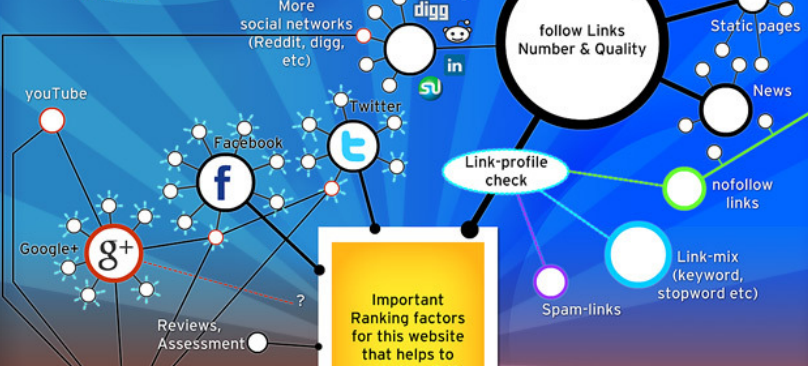
Google Ranking Factors

by Martin Missfeldt
www.tagSeoBlog.com

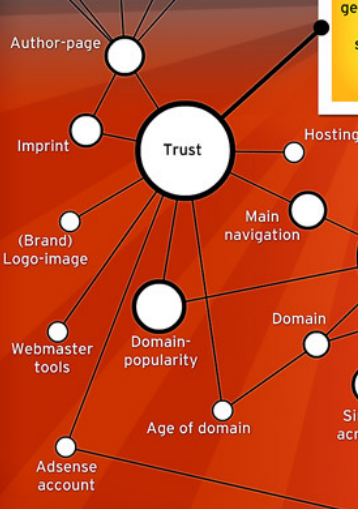
Social



Backlinks



Important Ranking factors for this website that helps to get a better listing in the Google search results.



Author / Brand

Onpage



Metriken

- Google Position (Achtung: Location-Based!)
- Pagerank nicht mehr aussagekräftig
- Qualitative & quantitative Rankings
 - Xovi OVI (Online Value Index)
 - Sistrix OpenLinkGraph
- Alexa Ranking

Domaininformationen	
streamplus.de	
Rankings	1.503 ↑ +15 (1,01%)
OVI	181,66 ↑ +3,00 (1,68%)
Backlink	2.239
Domainpop	433
Adword	549
Google-Index	5.800
Pagerank	4
Alexa Rank:	95.262
Dmoz Link:	1
Online seit:	1.1.2009

Vorgehensweise bei der SEO (1)

- Step 1: Ziele definieren
 - Welche Zielgruppe / Keywords?
 - Was ist meine Conversion?
 - Was biete ich meinen Besuchern?
- Step 2: On-Page SEO
 - „content is king“
 - Fehler beheben (Validator)
 - Texte, Auszeichnung und Semantik optimieren
 - Keywords positionieren (Keyworddichte)



Vorgehensweise der SEO (2)

•• Step 3: Off-Page SEO

- Linkpartnerschaften initiieren
- Links aus sozialen Netzwerken generieren
- Places-Profil pflegen
- Organische Backlinks in organischer, zeitlicher Reihenfolge
- Gesunder Link-Mix
- Guter Content sorgt automatisch für Backlinks
- Einfache Backlinks über Web-Newsportale
- Foren-/Blog-Kommentare (follow?)

•• Step 4: Wettbewerb beobachten

- Welche Links werden genutzt?
- Welche Inhalte werden publiziert?

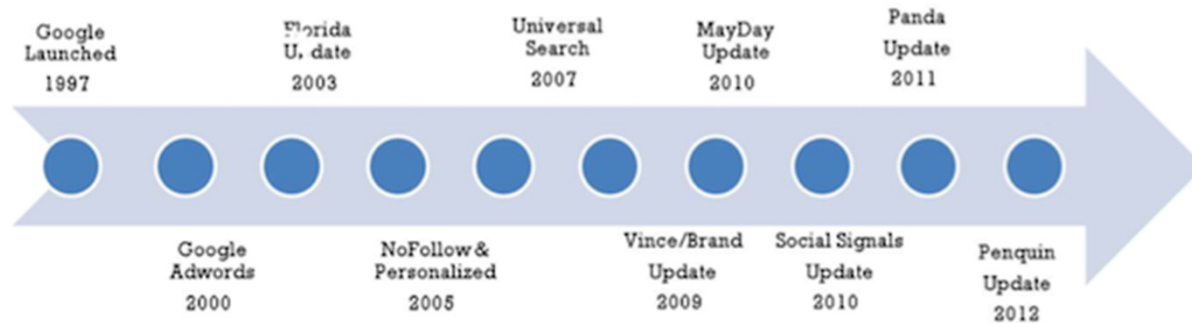


Verbotenes

- Anderer Content für Suchmaschine / Besucher (Cloaking)
- Link-Käufe
- Versteckter Text oder Links (hellgrau auf weiß)
- Überoptimierung / Keyword Stuffing
- Ergebnis: Penalty (-30 / -950 / sandbox)



Aktuell: Penguin Update



- Abstrafung für viele „einfache“ SEO-Techniken
 - Keyword-Stuffing in den Anchor-Texten
 - Link-Tausch Netzwerke aufgefliegen
 - Kein konsequenter Link-Tausch
 - Aktualität einer Seite wichtiger
 - Google+ Relevanz weiter gestiegen

Wenn die Besucher da sind!



10 Tipps für Ihre Internetseite (1)

- Prüfen Sie Ihre Besucherzahlen der Website; Sind Sie zufrieden?
- Innerhalb von 5 Sekunden muss klar werden, was Ihre Seite anbietet
- Identifizieren Sie die TOP 10 Keywords für Ihre Produkte / Leistungen
- Auf jeder Seite muss die Möglichkeit zur Kontaktaufnahme bestehen
- Klären Sie das Thema „Social Media“



10 Tipps für Ihre Internetseite (2)

- Alle wichtigen Informationen über der 600px Linie
- Reduzieren Sie Text durch aussagekräftige Bilder / Illustrationen
- Strukturieren Sie die Website so, dass man in max. 3 Klicks zu jeder Seite gelangt
- Verzichten Sie auf Flash
- Bleiben Sie aktuell



Warum LEONEX?

- Zertifiziert
- Aktiv (z.B. BVDW-Mitglied, www.laeuft.de,
Aktive Mitgestaltung von SEO Stammtischen)
- Mehr Erfolg bei gleichem Budget
- Transparente Preisstruktur inkl.
Leistungsgarantie (z.B. SEO)
- Wir wissen, was wir (nicht) können!



Einige zufriedenen Kunden



beate uhse

AVIS



fairJets®
früher zuhause.



Vielen Dank für ihre Aufmerksamkeit!

- Wissen Sie, wie gut ihre Website läuft? Kostenlos prüfen:

www.laeuft.de

- Mein Angebot:
Kostenloser Quick-Check

