

Dirk Schiff  
2. Auflage

# Geheimnis SEO



**Der Turbo für Ihre Webseite:**  
Wie Sie bei Google  
gefunden werden

**Neue Kunden und  
mehr Besucher:**  
Soziale Netzwerke  
machen's möglich

**Backlinks, das SEO-Gold:**  
So geht's

**Tipps, Tricks und Know-how  
aus der Praxis eines erfahrenen  
SEO-Experten**

# Inhalt

	<b>Einleitung .....</b>	<b>11</b>
<b>1</b>	<b>Erste Schritte zum Erfolg der eigenen Webseite.....</b>	<b>15</b>
	SEO .....	16
	Onpage-Optimierung .....	17
	Meta-Tags .....	17
	Einen Webseitenamen finden .....	19
	Schlüsselwörter finden und auf der Webseite platzieren .....	22
	Die richtige Seitenbeschreibung und den passenden Titel für die Webseite mit ein paar Klicks.....	24
	Interne Verlinkung inklusive Tag-Cloud.....	26
	Der Ladezeit der Webseite auf die Sprünge helfen .....	28
	Den Besucher der Webseite zum Kunden machen.....	29
	Auf dem direkten Weg mit der neuen Webseite im Google-Index landen .....	31
	Den User auf der Webseite halten .....	34
	Ein Blog ist Gold wert und sorgt für Neukunden – Bloggerstellung in wenigen Schritten.....	39
	Erste wichtige Anmeldungen, damit Sie auch schnell gefunden werden bei Google und Co.....	41
<b>2</b>	<b>Nur mit Backlinks werden Sie gefunden .....</b>	<b>45</b>
	<i>Anmeldung beim Verzeichnis DMOZ.....</i>	<i>46</i>
	Gemeinsam auf der Suche nach starken Backlinks, Anschreiben formulieren und loslegen.....	48
	Wie bekommt man einen Link bei Wikipedia?	
	Mehrwert schaffen und Link zur eigenen Seite setzen oder Plan B.....	56
	Jede Menge Links kostenlos: Branchenbücher, Webkataloge und Co. aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und den USA – der Mix macht's.....	58

	nofollow .....	60
	dofollow .....	61
	Fehlerfreier Linkaufbau in der Praxis mit der eigenen Seite, ohne die Seite aus dem Google-Index zu katapultieren .....	62
	Linktausch kann verboten sein, aber ohne geht es kaum.....	63
	SEO-Software als Instrument.....	64
	RSS-Links kassieren und besser gefunden werden.....	66
	Links in der richtigen Nachbarschaft bzw. Themengleichheit unterbringen.....	68
<b>3</b>	<b>Einführung in Social Media .....</b>	<b>69</b>
	SMO.....	70
	RSS-Feed für die eigene Seite erstellen.....	70
	Wie finde ich RSS-Verzeichnisse? .....	71
	Social-Media-Marketing (SMM) .....	72
	Social Media Monitoring – Tools & Alerts .....	74
	Autoren-Ranking und Social-Media-Auswirkung .....	79
	Kostenpflichtige Social-Media- und SEO-Tools, Social Visibility .....	<b>81</b>
	<b>Social Visibility .....</b>	<b>85</b>
	Facebook.....	86
	Facebook Connect .....	88
	Facebook-Fanseite .....	90
	Twitter.....	93
	Google+ .....	94
<b>4</b>	<b>Neue Kunden und mehr Besucher....</b>	<b>105</b>
	Account anlegen bei Facebook, Twitter, Google+ und Co. ....	106
	Buttons der sozialen Netzwerke auf der eigenen Seite einbauen.....	110
	Bekanntheitsgrad steigern durch Posten von Tweets ...	113
	Das soziale Netzwerk XING und die Verknüpfung der eigenen Webseite .....	114
	Über Foren, Ratgeberseiten und Gruppen können Leser oder Interessenten zu neuen Kunden werden ...	116
	Eine XING-Firmenseite anlegen.....	119

	Empfehlungen sind Gold wert – Accounts bei Qype, Ciao usw. und was es bringt.....	120
	Google Places – Account-Erstellung mit wichtigen Hinweisen.....	122
	SEO für den Google Places-Account und wie dieser Ihre Auffindbarkeit verbessert.....	123
	Wie bringen Sie Kunden dazu, Ihren Service bei Qype, Google oder anderen Netzwerken zu bewerten? .....	124
<b>5</b>	<b>Wichtige Parameter abfragen und verstehen .....</b>	<b>125</b>
	Der Einsatz der Geheimwaffe: Google AdWords Keyword-Tool .....	126
	Kostenlose hilfreiche Tools nutzen und die eigene Seite stärken.....	129
	Die besten kostenpflichtigen Tools .....	131
	Wichtige Funktionen und Parameter für den Linkaufbau unter der Lupe .....	136
	Rankingfaktoren – wissen, worauf es ankommt.....	141
	Unerlaubte Links und Black-Hat-SEO an bestimmten Strukturen früh erkennen .....	144
	Besser White-Hat-SEO als alles übers Knie brechen – White-Hat- versus Black-Hat-SEO.....	145
	Bevor ein Link gesetzt wird, dem Linktauschpartner auf den Zahn fühlen .....	146
	Mit Google Webmaster-Tools sehen, woher die Kunden kommen, und neue Quellen erkennen – mehr Kundschaft und mehr Umsatz generieren .....	149
<b>6</b>	<b>Suchmaschinenmarketing .....</b>	<b>155</b>
	Google AdWords – einfach starten mit Werbung zum halben Preis .....	156
	Ausgaben im Auge behalten: Statistik führen und AdWords gezielt einstellen .....	161
	Andere Werbemaßnahmen wie Facebook-Anzeigen buchen – gezahlt wird nur bei Klick .....	164
	Affiliate-Marketing bringt neue Besuche .....	165

Videovermarktung über YouTube mit Einbindung auf Ihrer Webseite .....	166
Videos auf der eigenen Webseite ohne Verwendung von YouTube .....	170
Linkbait – durch gezielte Aktionen Links kassieren .....	171
Newsletter auf der eigenen Seite und Bekanntheitsgrad steigern .....	172
Newsletter-Werbung über fremde Seiten buchen .....	174
<b>7</b>	
<b>Texte bei der Suchmaschinen-optimierung.....</b>	<b>177</b>
Bestimmte Texte gehören auf die Seite: Impressum, „Über uns“, Kontaktdaten usw. ....	178
Nachrichten und Texte: Formulierung und Wirkung....	179
Wie kommt man an Texte, wenn man selbst nicht schreibt? Content-Marktplatz und -Anbieter als Lösung.....	179
Wie werden Texte für die Suchmaschinen optimiert? ..	181
Marken- und Urheberrecht.....	183
<b>8</b>	
<b>Feintuning, Tipps und kleine Kniffe .....</b>	<b>185</b>
Geheimtipps aus erster Hand: Quellen finden, die nicht jeder kennt.....	186
Google News: So gelangt man hinein und bekommt 1.000 Besucher pro Tag mit nur einem Text .....	192
Links in der richtigen Dosierung – Beispiele, wie man es nicht machen sollte .....	197
Rich Snippets: Shopping-Ergebnisse des eigenen Onlineshops bei Google .....	202
Google Shopping für den eigenen Onlineshop nutzen und Ihre Artikel in den Suchergebnissen anzeigen lassen .....	205
SEO: Texte richtig formatieren, um besser gefunden zu werden.....	206
Linkkauf ist manchmal sinnvoll .....	211
Die richtigen Wörter zur richtigen Seite verlinken – Unterseiten müssen auch verlinkt werden.....	213

	Optimierung von Google Verticals: Bilder, Videos, regionale Ergebnisse.....	214
	Pinterest: Was ist das und wozu dient es? .....	217
<b>9</b>	<b>Neuerungen am SEO-Markt .....</b>	<b>219</b>
	Was beinhaltet das Panda-Update? .....	220
	Wichtige Informationsquellen im Internet zum Thema SEO.....	222
	SEO-Veranstaltungen: Wissensvorsprung mitnehmen .....	227
	Was bietet Google+ und wie können Sie es effektiv nutzen? .....	230
	Content ist immer noch der König: Warum? .....	234
	Social Signals: Was ist das und was bringt es? .....	236
	Die Auswirkung von Social Signals auf das Ranking bei Google .....	237
	Google-Rankingfaktoren .....	237
	Was sind Social Signals? .....	238
	Wie wirken sich Social Signals aus?.....	238
	Fehler im Content und doppelten Content korrigieren .....	244
	SEO nach Richtlinien von Google mit Webmaster-Tools als Instrument .....	245
	Ausblick: Mobiles Internet jetzt schon als Chance nutzen .....	248
	Änderungen bei Google außerhalb des Panda-Updates inklusive Author-Tag .....	250
	Google ändert den Algorithmus und plant semantische Suche.....	255
	Long-Tail-Keywords statt Money-Keywords .....	257
	Linkstrategien .....	259
	Linkverteilung und PageRank.....	262
	Markenstudie kurz nach dem Penguin-Update.....	263
	Journalistische Texte zeigen mehr Wirkung als reine SEO-Texte .....	270
	Dem Panda- und dem Penguin-Update entsprechen – aber wie? .....	273
	Betroffen von Penguin und Panda – und wieder herauskommen mit gutem Ranking .....	275

Penguin-Update.....	277
Was wertet Google genau als Webspam? .....	278
Neues SEO-Google-Tool zur Aberkennung von Links: disavow-Tool .....	284
von Google.....	284
SEO für Facebook: Graph Search kommt.....	286
Graph Search .....	287
Google, SEO und die Graph Search .....	287
Facebook SEO .....	288
SEM- und SEO-Recht in der Praxis .....	288
<b>Anhang.....</b>	<b>293</b>
Exklusivinterview mit dem internationalen SEO- Experten Rand Fishkin, Mitgründer von SEOmoz .....	293
<b>Index.....</b>	<b>297</b>