ALMARON
Traffic & Conversion



SEO-Texteinbindung

Anleitung

Google Partner

www.almaron.de

ALMARON
Traffic & Conversion

Hilfestellung zur Einbindung von SEO-Content

Zur optimalen Umsetzung einer Suchmaschinenoptimierung gehört auch das korrekte Einpflegen der Texte und Bilder. Optimierte Inhalte entfalten erst dann ihre Wirkung, wenn sie inhaltliche wie auch technische Anforderungen erfüllen.

In diesem Dokument geben wir Ihnen eine Hilfestellung, wie Sie von uns erstellte Website-Inhalte oder auch eigenen Content SEO-konform in Ihren Internetauftritt einpflegen. Wir raten Ihnen, sich das Dokument erst durchzulesen, bevor Sie die Einbindung der inhalte vornehmen.

Sollten sich bei der Umsetzung Probleme oder Fragen ergeben, kontaktieren Sie bitte Ihren SEO-Ansprechpartner. Wir helfen Ihnen gerne weiter.

Themenübersicht:

URL-Struktur	Seite 2
Title-Tag	Seite 2
Meta-Description	Seite 2
Überschrift-Strukturen	Seite 3
Teaser-Texte	Seite 4
Inhaltstexte	Seite 4
Aufzählungen & Vorteilslisten	Seite 5
Interne Verlinkungen	Seite 6
Call-To-Action Buttons	Seite 6
Bildeinbindung	Seite 7

URL-Struktur

Die URL-Struktur ist der Dokumenten-/Websitepfad den Sie oben in einer Browserleiste sehen können *(Abb. 1)*.
Falls zu den bereits bestehenden Seiten zusätzlich neue Unterseiten erstellt werden, ist es wichtig, dass bei der Bennenung der Seite bzw. der URL-Struktur (in einigen Website-Systemen gesondert einstellbar) keine Leer- oder Sonderzeichen verwendet werden. Außerdem ist es ebenso wichtig, dass keine Umlaute eingefügt stattdessen ausgeschrieben werden *(Abb. 2)*, da diese Zeichen andernfallls von Systemen kryptisch durch andere Zeichen ersetzt und unverständlich gemacht werden.

Im Normalfall geben wir Ihnen im Textdokument eine vorgeschlagene Bennenung der Struktur bereits vor, sodass es dahingehend keine Probleme geben sollte.

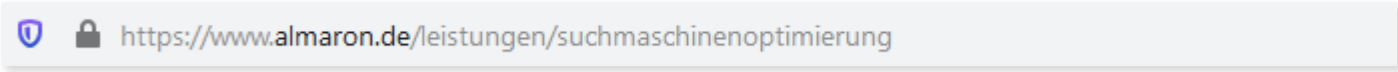


Abb. 1

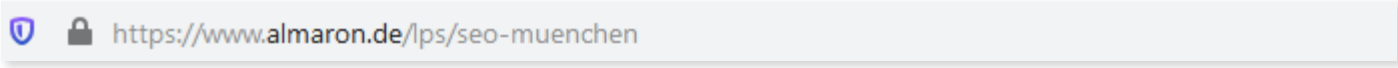


Abb. 2

Title-Tag

Der Title-Tag ist der Seitentitel, welcher auf Googles Suchergebnisseite (SERP) blau hervorgehoben wird (Abb. 3). Hinter ihm verbirgt sich der klickbare Link, der zur dazugehörigen Webseite führt. Jede einzelne Ihrer Webseiten benötigt einen einmaligen Title-Tag zur eindeutigen Identifizierung und Kategorisierung durch Google und Nutzer.

Meta-Description

Neben dem Title-Tag ist die Meta-Description das Erste, was ein Nutzer bei seiner Suche im Netz als Ergebnis und Hinweis auf Ihre Website angezeigt bekommt. Die Meta-Description steht direkt unter dem Title-Tag *(Abb. 3)* und soll dem Betrachter eine knappe Beschreibung liefern, was er auf der dazugehörigen Seite zu erwarten hat.
Um in den Suchergebnissen besser aufzufallen, ist es möglich und empfehlenswert, einige wenige, sinnvoll gewählte HTML-Sonderzeichen (Emojis) in die Meta-Description einzufügen. Unsere Redaktion wird Ihnen hierfür im Dokument hierfür bereits Vorschläge gemacht haben, die Sie übernehmen können.



Abb. 3

Überschriften-Struktur

Beim Einpflegen von Texten spielt die Überschriften-Hierarschie eine entscheidene Rolle. Man spricht hier von H1 und H2 bis H6 (H= Headline). Pro Website gibt es exakt eine H1.

Es ist problemlos möglich, mehrere H2-Überschriften einzustellen, wichtig ist nur, dass eine H2-H6 nicht vor einer H1 stehen darf, da sonst die hierarchische Überschriften-Struktur nicht eingehalten wird.

H1 (Hauptüberschrift)

H2 (Zwischenüberschrift)

H2 (Zwischenüberschrift)

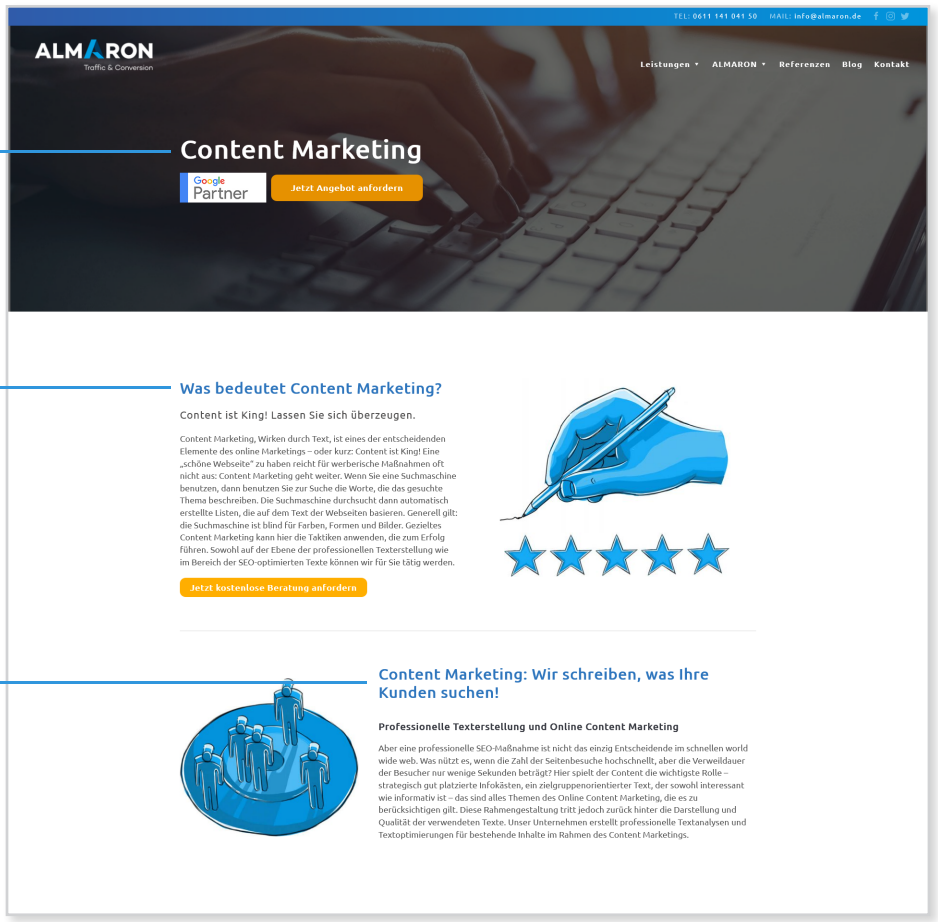


Abb. 4

Teaser-Texte

Teaser-Texte sind optimal um den Leser einen kurzen Einblick in den darauffolgenden Seiteninhalt zu bieten. Außerdem lassen Teaser den eigentlichen Inhaltstext kleiner erscheinen, wenn dieser optisch durch dezente Einstellung hervorgehoben wird *(Abb. 5)*.

Oft reicht hierbei das „fetten“ der Textschrift, eine leichte Farbabweichung oder eine minimal größere Text-Schrif. Bitte beachten Sie, dass zu viele oder zu extreme Änderung eher unpassend wirken können.

Inhaltstexte

Nach Überschrift und Teaser folgt der Inhaltstext. Hierbei gibt es keine besonderen Einstellungen zu berücksichtigen. Um den Lesefluss positiv zu beeinflussen, sollte die Zeilenlänge nicht länger als etwa 70-80 Zeichen betragen. Auch ist es hilfreich, längere Textabschnitte in sinnvoll unterteilte Absätze zu gliedern *(Abb. 5)*.



Abb. 5

Aufzählungen & Vorteilslisten

Listen sind immer ein guter „Eye-Catcher“ und erregen die Aufmerksamkeit von Nutzern. Es gibt nur wenige Dinge die Sie bei der Einbindung berücksichtigen müssen.

Der Unterschied zwischen Aufzählungen (sogenannte Bulletpoint-Listen) und Vorteilslisten mit Häkchen ist der, dass eine lange Liste vermeintlicher Vorteile schnell unseriös wirken kann. Normale Aufzählungen wie etwa die Auflistung Ihres Leistungs- oder Produktsortiments können hingegen länger ausfallen, ohne Ihre Glaubwürdigkeit zu beeinträchtigen.

Kurze (Vorteils-)Listen von 3-5 Punkten eignen sich sehr gut zur Auflockerung von Texten, können aber auch direkt darunter oder darüber gesetzt werden. Gestalterisch bieten sie viele Möglichkeiten *(Abb. 6)*.

Längere Listen können für eine angenehmere Lesbarkeit und Übersicht in mehrere Spalten aufgeteilt werden: 8 Punkte beispielsweise können Sie in 2 Spalten à 4 Zeilen teilen *(Abb. 7)*.
Sollte eine Liste überaus lang sein, ist es ratsam ihr einen eigenen Abschnitt zu widmen *(Abb. 7)*.



Abb. 6



Abb. 7

Interne Verlinkungen

Interne Verlinkungen verweisen von einer Unterseite Ihrer Website auf eine andere.
Diese Verlinkungen sollen nicht nur Lesern eine einfache Bedienung ermöglichen, sondern zeigen auf, dass Ihre Website strukturiert und intern vernetzt ist.

Solche Verlinkungen können in verschiedensten Formen eingebunden werden: als einzelnes Wort in einem Textabschnitt oder in einer Liste mit Aufzählungen sowie als Button *(Abb 8)*.

Wichtig ist, dass die Verlinkung optisch auffällt und auf die thematisch korrekte Unterseite weiterleitet. In den zugesandten SEO-Texten sind diese für Sie bereits hinterlegt. Sollte Ihr Website-System die Verlinkungen beim Kopieren der Texte nicht übernehmen, müssen Sie die Verlinkungen händisch setzen.



Abb. 8

Call-To-Action Buttons

CTA-Buttons sind ideal zur Auflockerung von Texten, zur Gestaltung der Website und zur Vereinfachung der Kontaktaufnahme für Nutzer. Daher ist es oftmals ratsam, Buttons sehr auffällig zu gestalten, damit sie direkt ins Auge springen und Aufmerksamkeit erregen *(Abb 9)*.

Verlinken Sie die CTAs auf Ihre Kontaktseite oder zu einem Kontaktformular. Selbstverständlich können Sie die mit der Gestaltung der Buttons variieren *(Abb.8)*.



Abb. 9

Bildeinbindung

Zu einer vollumfänglichen Suchmaschinenoptimierung gehört auch die korrekte Einbindung von Bildern. Wichtige Aspekte dabei sind inhaltliche und technische Eigenschaften.

Technische Kriterien:
- Optimale Bildformate: .jpg, .png, .gif, .svg, tif, .webp
- Optimale Bildauflösung: bei 72-300 dpi, bitte nicht größer als 2000×2000px
- Geringe Dateigröße: 300-400 KB(wenn nicht optimal, bitte komprimieren)

Inhaltliche Kriterien:
- Urheberrecht/Lizenz des Bildes ist geklärt
- Darstellung passt zu der Seite und zum Inhalt des Textes
- *Bildtitel** enthält keine unausgeschriebenen Umlaute, Leer- oder Sonderzeichen und entspricht dem dargestellten Motiv
- Zusätzliche Bildbeschreibung (sogenannter *„Alt-Tag*“*) entspricht dem dargestellten Motiv
- Es werden auf der Unterseite nicht zu viele Bilder verwendet

Anwendungsbeispiel:

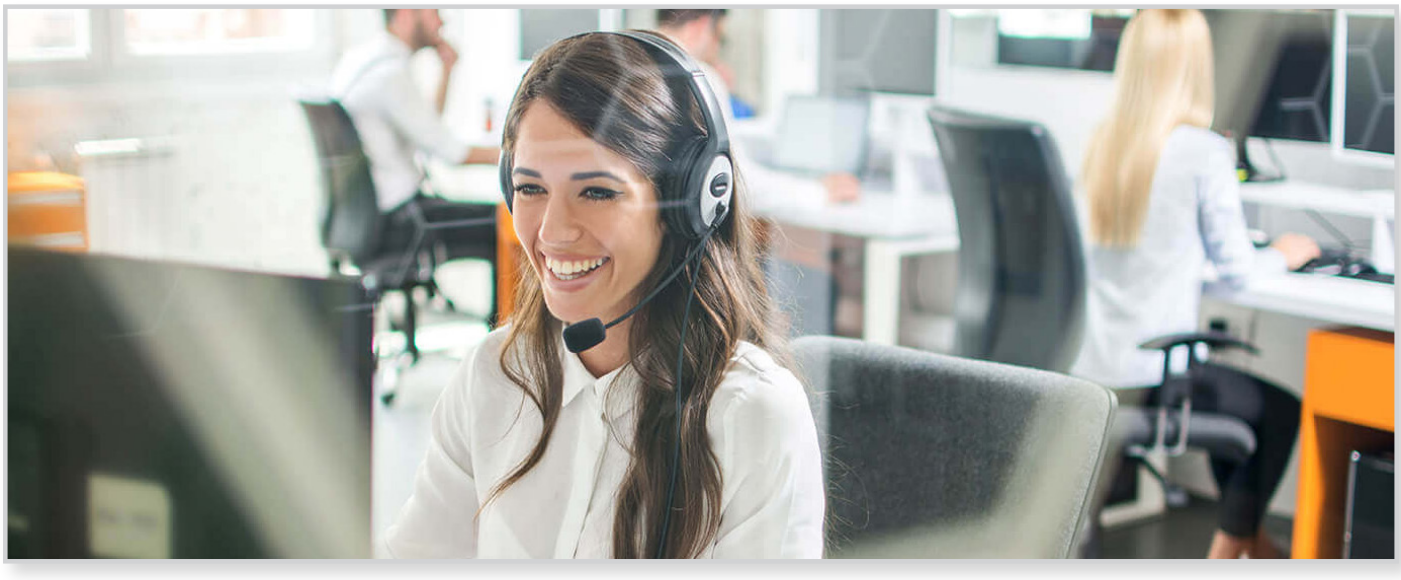


Abb. 11

Möglichkeit 1:
Das Bild *(Abb. 11)* zeigt einen Mitarbeiter, der telefonisch Support leistet:
- Bildtitel: „IT-Service-1.jpg“
- Alt-Tag: „IT-Service-Mitarbeiter-Telefon“ *oder* „IT Service Mitarbeiter am Telefon“

Möglichkeit 2:
Das Bild *(Abb. 11)* zeigt einen Mitarbeiter, der Support via Fernzugriff leistet:
- Bild Titel: „IT-Service-2.jpg“
- Alt-Tag: „IT-Service-Mitarbeiter-Fernzugriff “

ALMARON
Traffic & Conversion

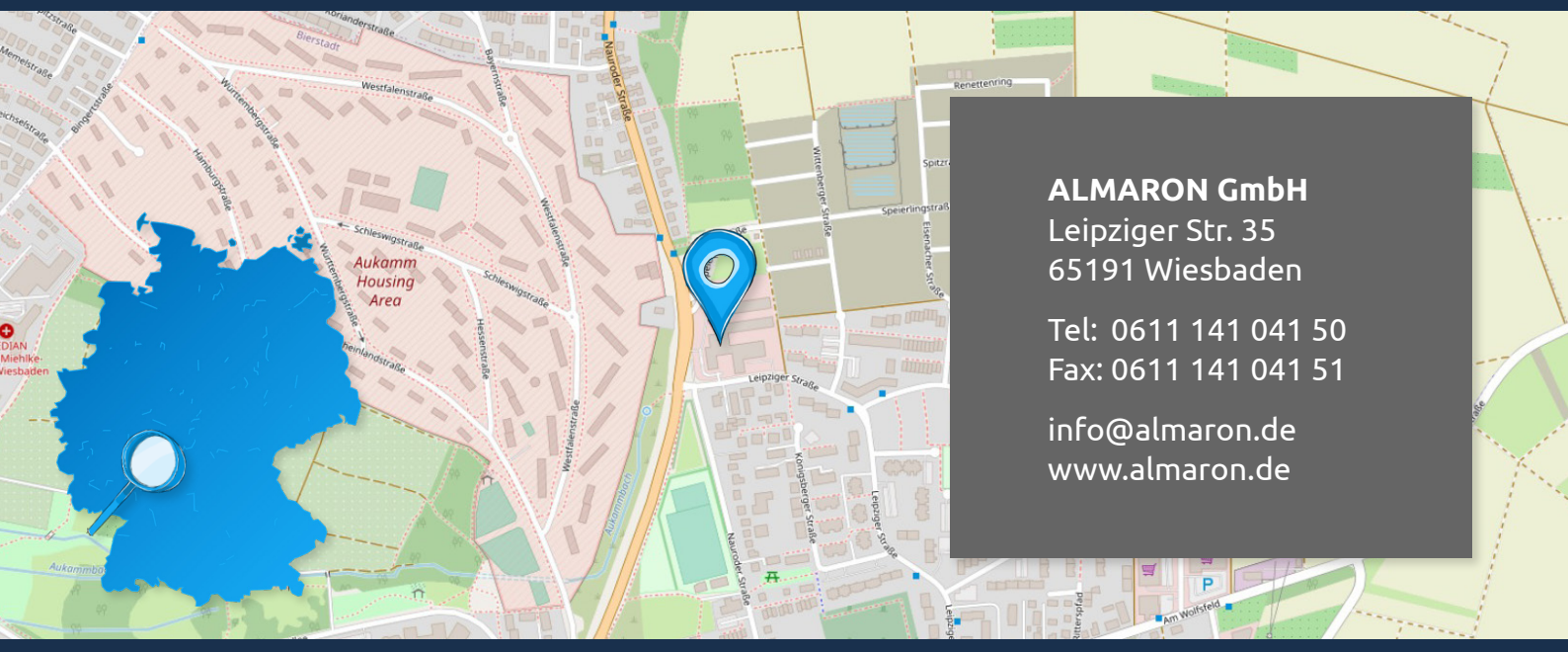
Zusammen Ihr Unternehmen voranbringen!

Wir arbeiten gerne für Ihren Erfolg!

ALMARON ist eine der sichtbarsten Online Marketing Agenturen Deutschlands – und das nicht von ungefähr: Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Suchmaschinenwerbung (SEA) sind zwei unserer Kernkompetenzen.

Unsere Begabung und Erfahrung geben wir an unsere Kunden weiter, indem wir Sie online ins Sichtfeld Ihrer Wunschzielgruppe rücken.





ALMARON GmbH
Leipziger Str. 35
65191 Wiesbaden

Tel: 0611 141 041 50
Fax: 0611 141 041 51

info@almaron.de
www.almaron.de

Google Partner

www.almaron.de