

On-Site Optimierung

Content & Keywords

- Passen die Inhalte zum Thema / Titel der Website?
- Gibt es regelmäßig aktuelle Inhalte?
- Sind Zielgruppen und Keywords definiert?
- Enthält die Website einmalige, für die Zielgruppe interessante Inhalte?
(Unique-Content ist positiv für das Ranking)
- Gibt es doppelten Content auf der eigenen Seite oder den Tochterseiten?
- Stehen alle wichtigen Informationen schon auf der Startseite?
- Sind alle Keywords aus der Perspektive der Suchenden formuliert?
- Wurden Suchwortkombinationen berücksichtigt sog. Keyword-Phrasen?
- Steht das / die Keyword(s) möglichst am Anfang der Webseite?
- Stehen Keywords in Überschriften? (H1=wichtig bis H6=weniger wichtig)
- Sind die Überschriften und Zwischenüberschriften bezeichnend für den jeweiligen Inhalt?
- Sind die Artikel klar strukturiert, thematisch fokussiert und längere Artikel in thematische Absätze mit entsprechenden Zwischenüberschriften gegliedert?
- Konnte das / die Keyword(s) fett hervorgehoben werden?
- Gibt es hervorgehobene Teaser (Vorspanne) in den Artikeln und enthalten diese Keywords?
- Stehen Keywords in Aufzählungen?
- Steht die Keyworddichte optimal bei 3-4%?
- Finden sich die Keywords in Menüpunkten und Rubriken wieder?
- Gibt es Alternativtexte mit Keywords für Bilder und Videos?
- Ist die Seite für Social-Tagging und Social-Media-Empfehlungen optimiert?
- Gibt es eine aussagekräftige Meta-Description?

Für Fortgeschrittene

- Ist die Firmenadresse zu sehen, wenn Googles lokale Suche eine Rolle spielt?
- Haben Sie die optimale Lösung für Ihre anderssprachige Website-Version gewählt?
- Verzichtet die Website auf suchmaschinenrelevanten Content in Flash?
- Entspricht der Title-Tag der folgenden Syntax: „Keyword | Website Title“ ?

Navigation & Technik

- Enthält die Domain (URL) das/die Keyword(s)?
- Lädt Ihre Seite (die Startseite) schneller als 1,5 Sekunden?
- Wurde ein Tracking-Tool integriert, um später Zugriffsstatistiken auswerten zu können?
- Liegt die durchschnittliche Verweildauer auf Ihrer Seite bei über 30 Sekunden?
- Wurde die Website bei Google Webmaster Tools registriert?
- Werden Frames vermieden?
- Sind die Verzeichnis- und Dateinamen dem Thema entsprechend benannt?

- Lassen sich Grafiklinks durch Textlinks austauschen?
- Gibt es eine logische Navigation?
- Sind alle internen und externen Links intakt (keine Broken Links)?
- Sind alle Unterseiten über die internen Verlinkungen erreichbar?
- Ist die interne Linkstruktur so ausgerichtet, dass die meisten Links auf die wichtigsten Seiten führen?
- Ist Ihre Seite für die mobile Nutzung optimiert?
- Wurde eine XML-Sitemap angelegt und bei den Google Webmaster Tools bzw. Bing eingetragen?
- Enthalten die Links ein Title-Tag und die Linktexte das/die Keyword(s)?

Für Fortgeschrittene

- Wurden unwichtige Links ggf. mit rel="nofollow" gekennzeichnet?
- Sind alle Links für Suchmaschinen erkennbar?
- Wurden die PDF-Dokumente entsprechend optimiert?
- Werden Weiterleitungen über Redirect 301 gesteuert?
- Wurden GEO -Tags gesetzt, wenn die lokale Suche eine Rolle spielt?
- Für Blogs: Wurde das Protokoll „PubSubHubbub“ eingerichtet?
(RSS-Feed wird dann aktiv an Google übermittelt, dies kann in den Google Webmastertools eingestellt werden)
- Ist eine robots.txt-Datei angelegt, um die Suchmaschine zu leiten?
- Ist der Quellcode fehlerfrei?
- Beschränkt sich die URL auf eine max. Tiefe von vier Ebenen?
- Verzichtet die Website auf dynamische Adresszeilen (URL) mit vielen Sonderzeichen und Parametern?

- Wurde eine benutzerdefinierte 404-Fehlerseite angelegt?
- Werden Session-IDs vermieden?

Offsite-Optimierung

Allgemein

- Ist die Domain über ein halbes Jahr im Netz?
- Sind alle Seiten im Google-Index zu finden?

- Stimmt der beschreibende Text in der Ergebnisanzeige der Suchmaschinen?
- Liegt der PageRank bei Google auf Dauer mindestens über dem Wert 3?
- Gibt es Content-Duplikate Ihrer Website, die von fremden Websites gemacht wurden und in Suchmaschinen höher ranken als Ihre eigenen?

Vernetzung & Backlinks

- Existieren bereits genügend Backlinks?
- Wurde aktiv nach Möglichkeiten gesucht, die Domain im Web zu hinterlassen, um Links einzusammeln?
- Wurde die Website in Linklisten eingetragen?

- Existiert eine „gesunde“ Backlinkstruktur und führen genügend Links von unterschiedlichen Adressen auf Ihre Website?
- Variiert der Text auf den Backlinks, so dass nicht der Hauptteil der Links exakt den gleichen Text enthält?
- Gibt es einen Wikipedia-Eintrag zu Ihrem Unternehmen/Produkt (falls dafür geeignet) mit entsprechendem Backlink?
- Veröffentlichen Sie regelmäßig Content auf soziale Netzwerken, in dem Sie auf Ihre Website verweisen?
- Passt der Text und das Umfeld der Backlinks thematisch zu Ihrer Website?
- Gibt es ausreichend sinnvolle interne und hochwertige externe Links mit hohem PageRank?
(Aber auf keinen Fall mehr als 100. Besser wenige qualitativ hochwertige!)
- Wurde ein Eintrag im Open Directory Project (DMOZ) in einer passenden Kategorie beantragt?
- Wurde nach vier Wochen kontrolliert, ob der DMOZ-Eintrag schon freigeschaltet wurde und der Antrag ggf. wiederholt?
- Wurde das Unternehmen bereits bei „Google MyBusiness“ mit der Firmenadresse angemeldet?
(Google nutzt diese Angabe für die lokale Suche)
- Wurde Ihr Online-Shop im „Google Merchant Center“ angemeldet und mit Produkt-Feeds versorgt?

Am besten wäre es, wenn Sie uns die Checkliste vor unserem Detail-Gespräch zusenden an folgende E-Mail Adresse:
info@bg-media-solutions.de

Ihre Kontaktdaten

Firma

Branche

Kontaktperson

Straße, Hausnummer

PLZ, Ort

Telefon Fax

E-Mail

Webadresse

Bei Fragen schreiben Sie uns einfach eine E-Mail info@bg-media-solutions.de oder rufen Sie uns an **+49 (0) 160-587 45 40**

BG-Media-Solutions
Eckardtstr. 36 | 58453 Witten | Deutschland
Tel.: +49 (0)160/587 45 40
Mail: info@bg-media-solutions.de
Web: www.bg-media-solutions.de