

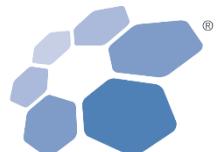


Die 11 größten Inhouse-SEO-Fehler

Wenn Sie SEO inhouse umsetzen, gibt es viele Aspekte zu beachten. In unserem eBook geben wir Ihnen Tipps und Tricks, um die häufigsten Inhouse-SEO-Fehler zu vermeiden. Wir zeigen Ihnen, worauf es ankommt!

» **DIE GRÖSSTEN IRRTÜMER UND ANWENDUNGSFEHLER IM SEO** Wir zeigen Ihnen, was die meisten Unternehmen falsch machen und wie Sie die häufigsten **SEO-Irrtümer** erkennen und vermeiden.

» **BEST PRACTICES MIT KONKRETEM BEISPIELEN** Wir verraten Ihnen **Tipps und Tricks** aus langjähriger Agentur-Erfahrung. Wie Sie erfolgreich SEO inhouse machen und Top-Rankings erreichen können.



PERFORMANCE SUITE

The Future of SEO

Inhaltsangabe

- 04 Intern
Über uns
- 05 Intern
Vorwort
- 06 Content
Fehler 1: Bestehende Inhalte werden nicht genutzt
- 07 Content
Fehler 2: Pauschale Textlängen
- 08 Word
Fehler 3: In Microsoft Word schreiben
- 10 Individualität
Fehler 4: Mangelnde Individualität
- 11 Linkaufbau
Fehler 5: Linkaufbau vernachlässigt
- 13 Technik
Fehler 6: Keine automatische Technik-Prüfung
- 14 Keyword-Analyse
Fehler 7: Keine Keyword-Analyse
- 15 Erfolgskontrolle
Fehler 8: Fehlende Erfolgskontrolle
- 16 Integration
Fehler 9: Fehlende Integration in die Unternehmensstruktur

Inhaltsangabe

18

SEO-Prozesse

Fehler 10: Fehlen von Prozessen

20

Tools

Fehler 11: Fehlender Tool-Stack

21

Performance Suite

Ihr Upgrade für Inhouse-SEO

Über uns

Wir sind als Agentur seit 2008 im SEO aktiv und haben als Agentur eine der höchsten SEO-Sichtbarkeiten der Branche erzielt. Bereits 2012 haben wir mit der **Entwicklung der Performance Suite** gestartet und haben für unsere Kunden das Online-Marketing automatisiert. Aus dem Tool ist eine leistungsstarke Software geworden, die sämtliche Prozesse im SEO abdeckt. Wir weisen SEO den Weg und sind dank unserer Experimentierfreudigkeit einer der technologischen Vorreiter im SEO.

Der durch die **Digitalisierung verursachte Wandel** spielt im Online-Marketing eine zentrale Rolle. Gerade die Corona-Pandemie hat gezeigt, dass Unternehmen in diesem Bereich ordentlich aufholen müssen. Das Problem: Es gibt zahlreiche Tools, die nie alles können, und das Budget ist knapp.

Die genannten Herausforderungen kennen wir selbst aus über 14 Jahren Praxis und haben es dennoch geschafft, als SEO-Agentur in DACH erfolgreich zu sein. Wie? Mit Technologie. Da die am Markt verfügbaren Tools zwar gut sind, aber alle mit den gleichen arbeiten und es somit keiner schafft, sich vom anderen abzuheben, setzen wir auf **unser selbst entwickeltes Tool – die Performance Suite**.

Die Performance Suite GmbH kümmert sich als 100-prozentige Tochter der OSG um die Weiterentwicklung und den Vertrieb des Tools. Somit sind wir eine der ersten Agenturen, die ihr Wissen und ihre Beratung digitalisiert haben.

Unser Ziel ist es, Sie und Ihre Anforderungen zu verstehen und Ihnen die nötigen Hilfen mit auf den Weg zu geben. Mit unserem Tool, dem **Betriebssystem der Digitalisierung**, sichern Sie sich Wettbewerbsvorteile und profitieren von unseren Erfahrungen. Damit haben Sie alle nötigen Werkzeuge, um Ihre digitalen Kanäle selbst zu steuern und zu optimieren – in nur einem Tool!

Die wichtigsten Features der Performance Suite

→ **SEO Management Tool**

Alle Bereiche im SEO mit kompletten Workarounds abgedeckt. Mit hunderten Technik-Checks, eigenem Crawler und Ladezeiten- sowie Security-Tool

→ **Content Suite**

Eigenes Content-Tool zur Erstellung hochwertiger SEO-Texte inklusive automatischer Erfolgsprüfung. Bis zu 60 % bessere Rankings und bis zu 5x schneller ranken.

→ **Backlink Suite**

Bis zu 7x schnelleres Linkbuilding: automatisiertes Finden und Bewerten von Backlinks inkl. autom. Erfolgsprüfung. Kompletter Akquise-Prozess, Wettbewerbervergleich, Monitoring u. v. m.

→ **239 Google-Länder**

Globale Suchmaschinenoptimierung: 239 Google-Länder (z. B. google.it) mit Keyword- und Rankingdaten verfügbar. Optimal für internationales SEO.

→ **Kostenlose App**

Performance Suite als App für alle mobilen Devices verfügbar. Inklusive Push Notifications & Alerts bei wichtigen Ereignissen in der PS.



JETZT FREE ACCOUNT EINRICHTEN:
www.performance-suite.io/free-account

Vorwort

SEO ist für viele Unternehmen der **größte Traffic-Lieferant**. Als Online-Marketing-Anbieter sehen wir seit Jahren den Trend dazu, dass auch kleinere Firmen selbst im SEO aktiv werden. Einige Unternehmen beschäftigen eigene Inhouse-SEO-Mitarbeiter. Der Aufbau einer Inhouse-SEO-Abteilung ist allerdings eine Herausforderung, die auch große Unternehmen zum Umdenken bringt.

Agenturen haben über viele Jahre im SEO Prozesse und Methoden erarbeitet und perfektioniert. Nur dank dieser Prozesse und viel Erfahrung können die Spezialdienstleister effizient und nachhaltig arbeiten.

Doch auch in Unternehmen, bei denen SEO essenziell für ihren Erfolg ist, sind die Inhouse-Abteilungen oft nicht optimal aufgestellt und es werden Fehler gemacht. Zwar gibt es kein Patentrezept für SEO, aber es gibt einige **Stellschrauben**, an denen Firmen drehen können, um ihre Website optimieren und mehr Erfolge zu erzielen.

In diesem eBook zeigen wir Ihnen die **häufigsten Fehler und Irrtümer** bei der Suchmaschinenoptimierung. Oftmals sind fehlerhafte Prozesse in Unternehmen „historisch gewachsen“ oder das Ergebnis von lückenhaftem SEO-Wissen. Ein frischer Blick von außen deckt die eingefahrenen Strukturen auf und kann für den benötigten Schub sorgen.

Vielleicht finden Sie sich in dem einen oder anderen Punkt wieder. Wir stellen den herkömmlichen Umgang mit den Fehlern und unsere **Best Practices** vor. Probieren Sie unsere Tipps und Tricks aus und gehen Sie neue Wege im SEO. Denn um erfolgreich zu sein, müssen Sie die Wettbewerber nicht kopieren, sondern es besser machen.

Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Lesen!

Florian Müller

Gründer und Geschäftsführer der Online Solutions Group GmbH und Performance Suite GmbH



The screenshot shows the Performance Suite SEO dashboard under the 'Content' section. It displays a list of 50 entries, with the first two entries shown in detail. The first entry has a word count of 2588, a content score of 65, and a 17% keyword density. The second entry has a word count of 2765, a content score of 66, and a 13% keyword density. Both entries are categorized as 'Website-Landingpage-Text' and marked as 'Veröffentlicht'. A tooltip for the first entry lists keywords such as 'keyword ranking tool', 'keyword tool', and 'google keyword tool'. The dashboard includes filters for 'Keywords und 2-Monats-Trend', 'Wortanzahl', 'Content Score', 'Duplicate Content', 'Kommentare', 'Export', and 'Aktionen'.

Bestehender Content hat großes Potenzial: Prüfen Sie den Ranking-Erfolg und optimieren Sie den Content nach.

Fehler 1: Bestehende Inhalte werden nicht genutzt

„Wo ist der beste Platz, um eine Leiche zu verstecken? Seite 2 bei Google.“ (SEO-Weisheit)

In vielen Unternehmen „schlummern“ diverse Materialien wie Broschüren oder Präsentationen, die nicht genutzt werden. Aber auch der vorhandene Website-Content wird oftmals nur unzulänglich genutzt. Es wird evtl. laufend neuer Content erstellt. **Alte Inhalte werden nicht auf Erfolg geprüft und nachoptimiert**. Dafür müssen Sie erst einmal wissen, wie Ihre Texte performen und welche optimiert werden sollten. Und dann müssen Sie wissen, wie Sie den Content optimieren – schließlich haben Sie den bisherigen für perfekt gehalten.

Content regelmäßig prüfen

Neuer Content ist **deutlich teurer und aufwendiger**, als bestehenden zu optimieren. Eine Zimmerrenovierung ist einfacher als ein Hausbau.

Wie performt Ihr Content?

- Welche Texte ranken?
- Welche Keywords ranken?
- Welche Positionen?
- Rankt die richtige URL?
- Seit wann ist der Text online?
- Wurden Backlinks erstellt?
- Wie wurde der Content erstellt? Wurde er in Word geschrieben oder mit einem Content-Tool?

Prio: hoch

Content-Tool nutzen

Oft wird der bestehende Content nicht geprüft und optimiert, weil die oben genannten Fragen zu aufwendig zu kontrollieren sind. Daher sollten Sie ein **Content-Tool nutzen, das die Punkte im Blick behält**. Das Tool sollte beliebig viele Texte speichern und die Rankings prüfen. Auch sollten Sie konkrete Tipps zur Optimierung erhalten.

Prio: sehr hoch

Content gezielt optimieren

Nutzen Sie zur Optimierung ein Content-Tool, das Ihnen **konkrete Handlungsanweisungen** gibt. Moderne Tools prüfen automatisch über 100 SEO-Punkte, um maximalen Erfolg zu bringen. Kontrollieren Sie insbesondere die Textlänge, Keyworddichte und Relevanz. Mit echten User-Fragen und verwandten Suchanfragen erhöhen Sie die Qualität des Contents

Prio: hoch

Fehler 1 vermeiden Sie durch diese Schritte:

- » Content regelmäßig prüfen
- » Content gezielt optimieren
- » Content-Tool nutzen

Wichtig: Im Zweifel sind wenige Top-Positionen besser als viele mittelmäßige. Setzen Sie immer auf Qualität.



DAS SOLLTE EIN MODERNES CONTENT-TOOL LEISTEN:
www.performance-suite.io/content-tool

Content

»Fehler 2: Pauschale Textlängen.«

Maßgeschneiderter Content braucht die passende Länge.

Die meisten Firmen arbeiten mit pauschalen Textlängen. Zu Anfangszeiten waren das im SEO 300 Wörter. Mittlerweile liegt die allgemeine „Empfehlung“ bei ca. 800 Wörtern.

Pauschale Angaben machen selten im Leben Sinn. Das gilt auch für die Textlänge im SEO. Auf diese Punkte müssen Sie achten, wenn Sie die optimale Textlänge ermitteln wollen.

» Individualisierung

Pro Keyword und Thema sowie Content-Art muss festgelegt werden, wie lang der Text werden soll. Analysen mit eigenen Crawlern der Top 100 von über 40.000 Keywords haben gezeigt, dass die **Top 10 stets längere Texte** als die URLs auf den Positionen 90 bis 100 haben. Glossar- oder Lexikon-Texte waren häufig deutlich kürzer als die anderen Content-Arten. Für normale Begriffserklärungen sind demnach kürzere Texte als bei Blog-Artikeln ausreichend.

Prio: sehr hoch

» Kalkulation

Eine Möglichkeit ist, sich an den Top 10 bei Google zu orientieren. Rufen Sie dazu die erste Seite bei Google auf und **ermitteln Sie, wie lang die Texte der besten 10 Websites für das Keyword sind.** Häufige Fehler sind, den simplen Durchschnitt oder gar den längsten Text zu nehmen. „Viel hilft viel.“ Doch kann es mitunter teuer und langwierig werden, immer nur mehr Text zu generieren.

Prio: hoch

» Tools nutzen

Auf dem Markt gibt es einige Tools, die dabei helfen, die korrekte Textlänge zu ermitteln. Ein solches **Content-Tool** sollte sich aktualisieren und datengetrieben auf Änderungen im Ranking reagieren, denn die Konkurrenz schläft nicht. Achten Sie darauf, dass Ihnen das Content-Tool plausible Empfehlungen gibt und sich nicht von Global Playern irritieren lässt – wenn Sie Amazon, Wikipedia oder YouTube heißen, spielen Sie mit eigenen Regeln.

Prio: mittel

» Content aktualisieren

Wird die Textlänge überhaupt geprüft, besteht ein **grundätzlicher Fehler darin, den Content nicht zu aktualisieren.** Ihr Content muss wie ein Geschichtsbuch sein, das sich logischerweise immer aktualisiert und weiterschreibt. Prüfen Sie regelmäßig die Performance Ihres Contents und bleiben Sie in der Textlänge konkurrenzfähig. Google belohnt aktuelle und relevante Inhalte.

Prio: hoch



ERFAHREN SIE MEHR ÜBER DIE PERFORMANCE SUITE:
www.performance-suite.io/

Keyword Insights ⓘ

Frage ⓘ Verwandte Suchanfragen ⓘ Leute suchten auch nach ⓘ Knowledge Graph ⓘ

Keyword: keyword-tool * (14 Einträge)

#	Frage	Url	Suchvolumen	CPC (€)	Pos.	Rankende URL	Aktionen	Im Text
1	Ist der Google Keyword Planner kostenlos?	G	0	0.00	-	-	+ HINZUFÜGEN	✗
2	Was machen Keyword Tools?	G	0	0.00	-	-	+ HINZUFÜGEN	✗
3	Was machen Keyword-Tools?	G	0	0.00	-	-	+ HINZUFÜGEN	✓
4	Welches Tool für Keyword Recherche?	G	0	0.00	-	-	+ HINZUFÜGEN	✗

Moderne Content-Tools liefern Ihnen echte Fragen direkt von Google. Auch verwandte Suchanfragen und viele weitere Informationen helfen dabei, den Content für Ihre Zielgruppe relevant zu machen.

Fehler 3: In Microsoft Word schreiben

Nachteile von Word

- Keine SEO-Checks (Prio: sehr hoch)
- Formatierungsfehler (Prio: niedrig)
- Kein Hintergrundwissen (Prio: mittel)
- Kein Duplicate-Content-Check (Prio: hoch)
- Kein Workflow (Prio: mittel)
- Keine Empfehlung für Länge (Prio: hoch)
- Keine Erfolgsprüfung (Prio: hoch)
- Keine Übersicht aller Texte (Prio: mittel)

Keine SEO-Checks

Die meisten Redakteure schreiben ihre Texte in Word. Das Programm ist für einen klassischen Artikel gut geeignet, doch für SEO-Texte ist Word unbrauchbar: Es prüft Ihren Content nicht auf SEO-Kriterien. Für SEO-Texte müssen Sie Suchmaschinen und User Intentionen verstehen. Und kein Marktforschungsunternehmen der Welt ist besser als Google. Moderne Content-Tools erfassen die **Daten direkt von Google** und stellen sie Ihnen zur Verfügung. Dadurch optimieren Sie Ihre Texte maßgeschneidert für Ihre Zielgruppe: Echte Fragen der User, verwandte Suchanfragen und vieles mehr. Je exakter Sie die Bedürfnisse Ihrer Zielgruppe treffen, desto besser ist die Click-Through-Rate (CTR). Und die wiederum ist ein Ranking-Faktor.

Prio: sehr hoch

Formatierungsfehler

Um einfach nur Texte zu schreiben, ist Word sehr praktisch. Aber im Hintergrund werden diverse Formatierungen gespeichert. Kopieren Sie Texte von Word in Ihr CMS, sind oft **HTML-Formatierungsfehler** die Folge. Es kostet Sie viel Zeit, den Code zu bereinigen und die Formatierungen neu zu setzen.

Prio: niedrig

Kein Hintergrundwissen

Ein klassischer Redakteur investiert sehr viele Ressourcen in Recherchen. **Exzellente Content-Tools liefern die Informationen und das Wissen direkt** mit: Durch Top Storys, Twitter, Podcasts und andere semantische Knowledge Hubs erhalten Sie bei der Content-Erstellung die benötigten Informationen. Das spart Zeit und macht Ihren Text relevanter. Vor allem brauchen Sie keinen Doktortitel, um hochwertige Texte zu schreiben: Sie erhalten vom Tool selbst alles, was Sie brauchen, und bauen nebenbei einen wertvollen Wissenspool auf. Im Gegensatz zu Word helfen Ihnen moderne Content-Tools auch bei der Sprachqualität, um z. B. Füllwörter, Modalverben und unpersönliche Sprache („man“) zu reduzieren.

Prio: mittel

Kein Workflow

Ferner sind die Prozesse äußerst wichtig. Ein modernes Content-Tool sollte daher den **kompletten Workflow der Texterstellung** abdecken: vom Projektmanagement und Planen der Texte über die Keyword-Recherche bis zum Lektorat und Korrektorat. Der Prozess sollte möglichst automatisiert ineinander greifen und nach maximaler Effizienz streben.

Prio: mittel

Keine Empfehlung für Länge

In Word können Sie Wörter mit und ohne Leerzeichen zählen. Das ist fein. **Aber wie viel sollen Sie überhaupt schreiben?** Word ist nicht als SEO-Tool ausgelegt, weshalb es Ihnen keine Empfehlungen geben kann, wie lang Ihr Text werden soll.

Prio: hoch

Keine automatische Erfolgskontrolle

Haben Sie jemals den Erfolg Ihres Contents gemessen? Die ausbleibende **Erfolgskontrolle** Ihrer Texte ist einer der häufigsten Fehler im SEO und wird daher weiter unten als eigener Punkt betrachtet. In Word können Sie Texte schreiben, aber den Erfolg nicht messen. Gute Content-Tools ermitteln automatisch die relevanten Werte, sodass Sie stets einen Überblick haben, ob und wie gut Ihre Texte performen – und welche Sie optimieren sollten. Folgende Parameter sind wichtig:

- Entwicklung des Rankings
- Entwicklung des Traffics
- Welche URL rankt?
- Gibt es Backlinks?

Prio: hoch

Kein Duplicate-Content-Check

In Microsoft Word haben Sie **keine Prüfung, ob Ihr Content einzigartig** ist. Bei SEO-Texten ist es sehr wichtig, unique Inhalte zu produzieren. Andernfalls drohen Rankingverluste. Moderne Content-Tools prüfen Ihre Texte auf Duplicate Content und zeigen Ihnen auch die entsprechenden Passagen auf anderen Seiten an. So identifizieren Sie rechtzeitig doppelte Inhalte und optimieren Ihren Content.

Prio: hoch

Keine Übersicht aller Texte

Ihre Texte liegen lose als Word-Dateien auf Festplatten oder einer Cloud herum. Der Speicherort wird vergessen, Dateien werden unterschiedlich benannt und sind nicht mehr auffindbar oder geraten in Vergessenheit. Arbeiten Sie deshalb mit einem Tool, das Ihren gesamten Content an einem Ort speichert und eine Übersicht aller Texte bietet.

Prio: mittel

The screenshot displays a user interface for content optimization. On the left, there's a 'Text bearbeiten' (Text edit) panel with fields for 'Name des Texters' (Florian Müller), 'Textname' (KeywordTool), 'Sprache' (Deutsch), 'Textart' (Website-Landingpage-Text), and 'Meta-Titel' (53 Zeichen). It also shows a 'Keyword-Tool mit AI' button and a note about testing it for 30 days. Below this is a 'Titel (H1)' section with a note that the focus keyword should appear in the H1 title. The right side features a 'Fokus-Keyword' search bar with 'keyword-tool (4400)' and an 'SEO Score' gauge showing 69%. Below the gauge is a 'Wortanzahl' (Word count) section with '2588/1854 Wörter' and '100%'. A 'SEO Check' section provides tips for improving the text, such as ensuring the focus keyword is in the title and using correct spelling. At the bottom, there's a 'Briefing / Kommentare' (Briefing / Comments) section.

Content-Maske in der Performance Suite mit SEO Score, Tipps zur Optimierung, Empfehlungen für die Textlänge und vielem mehr.

Fehler 4: Mangelnde Individualität

Einige Unternehmen bestellen Texte bei Textbrokern oder nutzen Übersetzungen aus dem Englischen. Sie vergessen, dass es für nahezu jedes Keyword bei Google viele hunderttausend bis Millionen Seiten gibt. Wie schaffen Sie es, sich **abzuheben** und in die Top 10 zu gelangen? Das Geheimnis: Machen Sie den Wettbewerb nicht nach, sondern erzeugen Sie den **besten Content**.

Fehler und Probleme

Es spricht nichts dagegen, Texte bei Textbrokern zu bestellen. Oft werden diese Texte aber **kommentarlos und ohne Prüfung übernommen**. Vorteil: Sie haben schnell neuen Content.

Nachteil: Die Texte werden nicht auf die **4 wesentlichen Kriterien** geprüft:

→ **Korrektorat:** Tippfehler sind ärgerlich, Rechtschreib- und Grammatikfehler noch mehr. Vor allem, wenn Sie für die Texte bezahlt und sich auf die Richtigkeit verlassen haben.

→ **Lektorat:** Eigene Tests haben ergeben, dass die Texte, die über Textbroker bestellt werden, eine übermäßig hohe Füllwortquote haben. Häufig über 13 bis 15 Prozent. Zahlen Sie nicht für Luft.

→ **Inhalt:** Ihre Website, Ihre Verantwortung. Nicht immer sind Textbroker inhaltlich korrekt oder präzise. Lassen Sie keine fremden Texte ungeprüft auf Ihre Website.

→ **SEO:** Textbroker schreiben nicht für Suchmaschinen. Wie sollte der Content dann von Google gefunden werden?

So klappt's mit den Textbrokern

Eine anschließende Optimierung bestellter Texte ist **Pflicht**, bevor Sie sie annehmen und bezahlen.

→ Wichtig ist ein **Content-Tool**, womit Sie schnell und einfach die Lesbarkeit und die SEO-Tauglichkeit erhöhen. Sie schreiben schließlich für Menschen und Suchmaschinen gleichermaßen.

→ Die **SEO-Checks** des Tools sollten möglichst leicht verständlich sein.

→ Neben Rechtschreib- und Grammatikprüfungen sollte das Tool den **Sprachstil** verbessern.

→ Arbeiten Sie daten- und informationsgetrieben: **Nutzen Sie reale Fragen und Suchbegriffe**, idealerweise über eine Schnittstelle von Google. Dadurch erstellen Sie maßgeschneiderten Content für Ihre Zielgruppe.

→ Überarbeiten Sie die **Briefings** für die Textbroker anhand Ihrer Learnings und den Vorgaben des Content-Tools.

→ Im besten Fall können Sie **externen Textern** einen limitierten Zugang zum Content-Tool gewähren, sodass die Texte gleich optimiert erstellt werden.

Keyword Rankings:  ÄHNLICHE KEYWORDS FINDEN

Linkaufbau mit der Performance Suite: Lange Zeit hat der Content nicht gerankt. Ein einziger hochwertiger Backlink hat das Keyword in die Top 10 katapultiert.

Fehler 5: Linkaufbau vernachlässigt

„Links still No#1 Ranking Factor“ (Andrey Lipattsev von Google)

Beachten Sie, dass im SEO nicht nur Content eine Rolle spielt. Sie benötigen im Unternehmen auch zuständige Mitarbeiter für Linkbuilding. Websites mit guter Verlinkung und vielen Backlinks ranken tendenziell auch mit kürzeren Texten besser als Websites mit schlechtem Linkprofil.

Linkaufbau ist vor einigen Jahren in Verruf geraten, da vor allem minderwertige Links aufgebaut wurden. Es gab viele Abstrafungen durch Google, und Firmen haben Geld und Traffic verloren.

Wenn Sie im SEO eine gute Performance erreichen möchten, benötigen Sie Backlinks. Das bestätigt auch Google selbst.

Konzept

Es gibt diverse Arten, **wie** die Links aufgebaut werden. Im besten Fall haben Sie einen Mix und ein gesundes Linkprofil. Denn Link-Spam oder Kauflinks können von Google mit dem Ausschluss aus dem Index bestraft werden.

Welches Konzept verfolgen Sie?

- Masse (Webkataloge, Social Bookmarks, etc.)
- Linkmiete (Vorsicht! Hierdurch entstehen dauerhafte Kosten und es ist keine nachhaltige Optimierung möglich)
- Sponsored Posts
- Link-Mix
- Content-Marketing-Links (mit Infografiken & Studien)
- Regelmäßige Erfolgsmessung der Backlinks
- Manuelles vs. automatisiertes Linkbuilding mit KI

Erfahrung

Inhouse-Teams fehlt allerdings oftmals die **Erfahrung** im Linkaufbau. Um intern Know-how aufzubauen, sollten Firmen sich zumindest für eine gewissen Zeit kompetente Unterstützung suchen oder professionelle Backlink-Tools nutzen, die in der Regel aber kostenintensiv und benutzerunfreundlich sind.

Wettbewerbsvorteil

Wer im Linkaufbau aktiv ist, hat in der Regel einen **Vorteil gegenüber Marktbegleitern**, da viele Unternehmen Linkaufbau vernachlässigen. Zwei einfache Analyse-Arten sind, die Backlinks der Top 100 für das jeweilige Keyword zu prüfen und die Linkprofile der Marktbegleiter zu analysieren. Dabei sollte aber immer eine Analyse der Links durchgeführt werden, um nur die hochwertigen Links aufzubauen.

Hier sollten Sie auf Tools setzen, die leicht verständlich sind und viele Prozesse automatisieren: Denn was ein **Backlink-Tool mit KI** macht, muss es Ihnen nicht erst erklären. Mit dem Backlink-Tool der Performance Suite finden Sie beispielsweise automatisch passende Links inklusive automatischer Bewertungen.

Wichtig: Backlinks sind der **wichtigste Rankingfaktor**.

Viele Unternehmen betreiben aber kein Linkbuilding.

Ohne Linkaufbau können Sie jedoch keine Top-Performance erreichen. Gezieltes Linkbuilding ist daher ein Schlüssel zum Erfolg.



MIT EINEM BACKLINK-TOOL AUTOMATISCH LINKS FINDEN:

<https://www.performance-suite.io/backlink-tool/>

Linkbuilding als Game Changer

„Wer Links aufbaut, setzt sich von seinem Wettbewerb ab. Die meisten Firmen vernachlässigen den Linkaufbau und verlieren so wertvolles Potenzial. Das ist aber auch dem Umstand geschuldet, dass einfache und günstige Backlink-Tools bislang rar waren. Der OSG ist hier ein einfaches und doch umfangreiches Tool gelungen, mit dem jeder Inhouse SEO auch ohne SEO Agenturen gutes Linkbuilding betreiben kann.“ – www.drweb.de



Eine Kooperation brachte diese Ranking-Vorteile: Inhaltlich zeigt sich der Linkspender als 100% themenrelevant, daher auch die nachhaltige Konsolidierung auf den oberen Plätzen durch diesen Linkaufbau.



Es gab kein Ranking, als der Backlink aufgebaut wurde. Zwei Tage später springt das Ranking in die Top 10 und bleibt dort.

Gerade bei hart umkämpften Keywords reicht hervorragender Content nicht aus, um in die Top 10 der Suchergebnisseiten zu kommen. In diesem Fall wurde diese Landingpage durch einen gezielten Linkaufbau auf Seite 1 gehievt.



Technik

»Fehler 6: Keine automatisierte Technik-Prüfung.«

Wie Sie Ihre Website technisch fit und sicher machen.

Die **Technik** ist das Grundgerüst Ihrer Website. Nur, wenn die Basics sauber programmiert sind und fehlerfrei laufen, kann Ihre Website eine gute Performance erzielen.

Ladezeiten sind Teil der Core Web Vitals und ein Rankingfaktor. Schnelle Seiten haben Wettbewerbsvorteile!

Ihre Website ist Ihr Business. Mit guten **Security-Tools** schützen Sie Ihr Unternehmen vor Cyberkriminalität.

» SEO-Technik

Für optimales SEO sind zahlreiche Checks nötig. Nutzen Sie **Technik-Crawler**, um automatisiert Statuscodes, Änderungen an der robots.txt und viele weitere Basics zu prüfen. Auch ein Uptime-Check sollte dazugehören, denn Websites sind häufiger down, als Sie denken. Unentdeckte Fehler kann Sie Rankings und Umsätze kosten. Im schlimmsten Fall ist Ihre Website offline oder Ziel von Cyberattacken.

Prio: wöchentlich

» Security

Sparen Sie nicht an Sicherheit. Cyberkriminalität hat sich seit der Covid-19-Pandemie stark verbreitet. Sicherheitslücken gefährden Ihre Geschäftsgrundlage und die Datensicherheit. Nutzen Sie hochwertige **Security-Tools**, die über Sicherheits- und Malware-Checks durchführen. Behalten Sie auch Ihre SSL-Zertifikate im Blick.

Prio: sehr hoch

» Ladezeiten

Google belohnt schnelle Websites mit guten Rankings. Entschlacken Sie daher Ihre Seite von zu großen Bilddateien oder JavaScript-Elementen. **Ladezeiten-Tools** messen die Performance und helfen bei der Optimierung. Übrigens reduzieren Sie Ihren CO2-Fußabdruck mit jedem KB, das nicht geladen werden muss.

Prio: mehrfach täglich

» Automatisierung

Sie können unmöglich alle Checks manuell durchführen. Verschwenden Sie darauf keine Zeit, denn der Schlüssel liegt in der Effizienz. Nutzen Sie Tools, die **automatisch** Technik, Security und Ladezeiten messen. Auch sollten Sie in Echtzeit per Alert bzw. Push Notification informiert werden. Die Tools sollten Ihnen konkrete Handlungsanweisungen geben. Investieren Sie die gewonnene Zeit in Content und Linkaufbau.

Prio: mittel



WIE EIN AUTOMATISIERTER TECHNIK-CRAWLER FUNKTIONIERT:
www.performance-suite.io/seo-technik-crawler

Automatisch erstellte Keywordvorschläge anhand des eingegebenen Begriffs	Suchvolumen	Mitbewerber	CPC	
markisen	74000	1	1,09	HINZUFÜGEN
seitenmarkisen	27100	1	0,48	HINZUFÜGEN
seitenmarkise	27100	1	0,48	HINZUFÜGEN
klemmmarkise	22200	1	0,42	HINZUFÜGEN
klemm markisen	22200	1	0,42	HINZUFÜGEN
markisen balkon	18100	1	0,62	HINZUFÜGEN
markise balkon	18100	1	0,62	HINZUFÜGEN
markisenstoff	14800	1	0,82	HINZUFÜGEN
senkrechtmarkisen	12100	1	0,59	HINZUFÜGEN

Im Keyword-Tool erhalten Sie zahlreiche Vorschläge für ähnliche Keywords, sortiert nach Suchvolumen. Speichern Sie gute Keywords und clustern Sie nach Location und Device, um die präzise Ranking-Daten zu bekommen.

Fehler 7: Keine Keyword-Analyse

Tipp

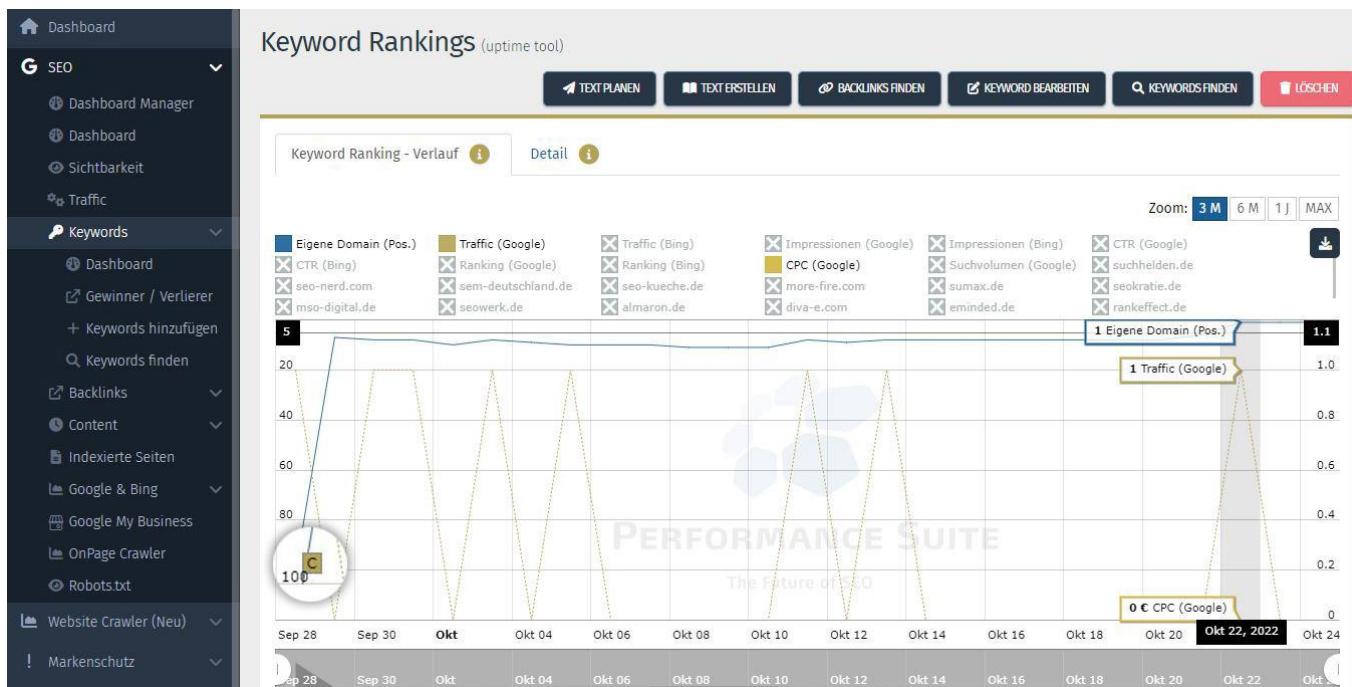
Sie haben ein gutes Keyword gefunden? In Print-Medien können Sie drauflossen schreiben, aber Online-Texte unterliegen den Algorithmen der Suchmaschinen. Interne Tests haben gezeigt, dass die **Beachtung einiger SEO-Regeln zu deutlich besseren Rankings** führt.

Typische Fehler und Vorgehensweisen

- Gerade bei Blogs werden Artikel häufig rein auf Themen ausgerichtet. Eine **Keyword-Analyse wird oftmals nicht gemacht**. Ohne Analyse erstellen Sie Content nur auf gut Glück. Würden Sie Marketingkampagnen ohne Persona-Analyse betreiben oder ein Produkt entwickeln, wovon Sie nicht wissen, ob es nachgefragt ist?
- Sie nehmen das **erstbeste Keyword**, das Ihnen im Brainstorming einfällt.
- Der Online-Text wird **wie ein Offline-Text** geschrieben. SEO-Faktoren werden nicht beachtet.
- Der Text ist **nicht holistisch**: Sie schreiben über ein Thema, ohne zu prüfen, ob verwandte Suchbegriffe oder ähnliche Schreibweisen verwendet werden.

Das sollten Sie bei einer Keyword-Analyse beachten

- Welches Keyword passt **thematisch und wird nachgefragt** (Suchvolumen)? Nutzen Sie ein Keyword-Tools, das schnell und einfach Vorschläge macht.
- Passst die **Such-Intention** des Keywords zu Ihrer Seite? Prüfen Sie die Google-Ergebnisse!
- Nutzen Sie ein Content-Tool mit **SEO-Checks**. Legen Sie z. B. ein Prio-Keyword fest und nutzen Sie es in der Überschrift und den Meta-Daten.
- Moderne Content-Tools geben Ihnen **semantisch verwandte Keywords bzw. Begriffe**. So reichern Sie den Text mit Relevanz und hochwertigen Informationen an. Das ist gut für Ihre Leser und die Suchmaschinen.



Eine C-Flag markiert den Zeitpunkt der Content-Veröffentlichung. Das Uptime-Tool hatte einen sehr guten Start und verbesserte sich bis Platz 1.

Fehler 8: Fehlende Erfolgskontrolle

„Content is King“ (SEO-Weisheit)

Ein weiteres Problem ist die **fehlende Erfolgskontrolle im SEO**. Werden von der Redaktion oder Produktteams Texte erstellt, wird nicht überprüft ob diese Inhalte ranken, oder ob die Artikel positive Userdaten (Absprungrate, Verweildauer, Conversionrate, etc.) erzielen.

So messen Sie den Erfolg

Erstellen Sie eine Liste mit Keywords, wofür Texte erstellt wurden – inkl. der Informationen, wann der Text erstellt wurde und wann er live gegangen ist. Mithilfe von SEO-Tools können Sie nach ein bis drei Monaten prüfen, **ob der erstellte Text rankt**.

Was und wie kann ich messen?

- Wie schnell und gut rankt der Content?
- Wie entwickelt sich der Traffic?
- Welche Auswirkungen haben Backlinks auf das Keyword?
- Welche URL rankt?
- Wie entwickeln sich die Wettbewerber?
- Welche Auswirkungen haben technische Änderungen?
- Welcher Content rankt nicht (mehr) und muss optimiert werden?

Content-Tools nutzen

Einfacher als mit Excel-Listen, die Sie manuell pflegen bzw. mit aktualisierten Daten versehen müssen, ist ein **Content-Tool, das alle Texte und Keywords speichert**. In Kombination mit einem guten Keyword-Tool sehen Sie auf einen Blick die Gewinner und Verlierer sowie Traffic und Ranking. Im Idealfall integrieren Sie die Daten aus der Google Search Console und Google Analytics, um tiefere Einblicke in einem Tool zu haben.

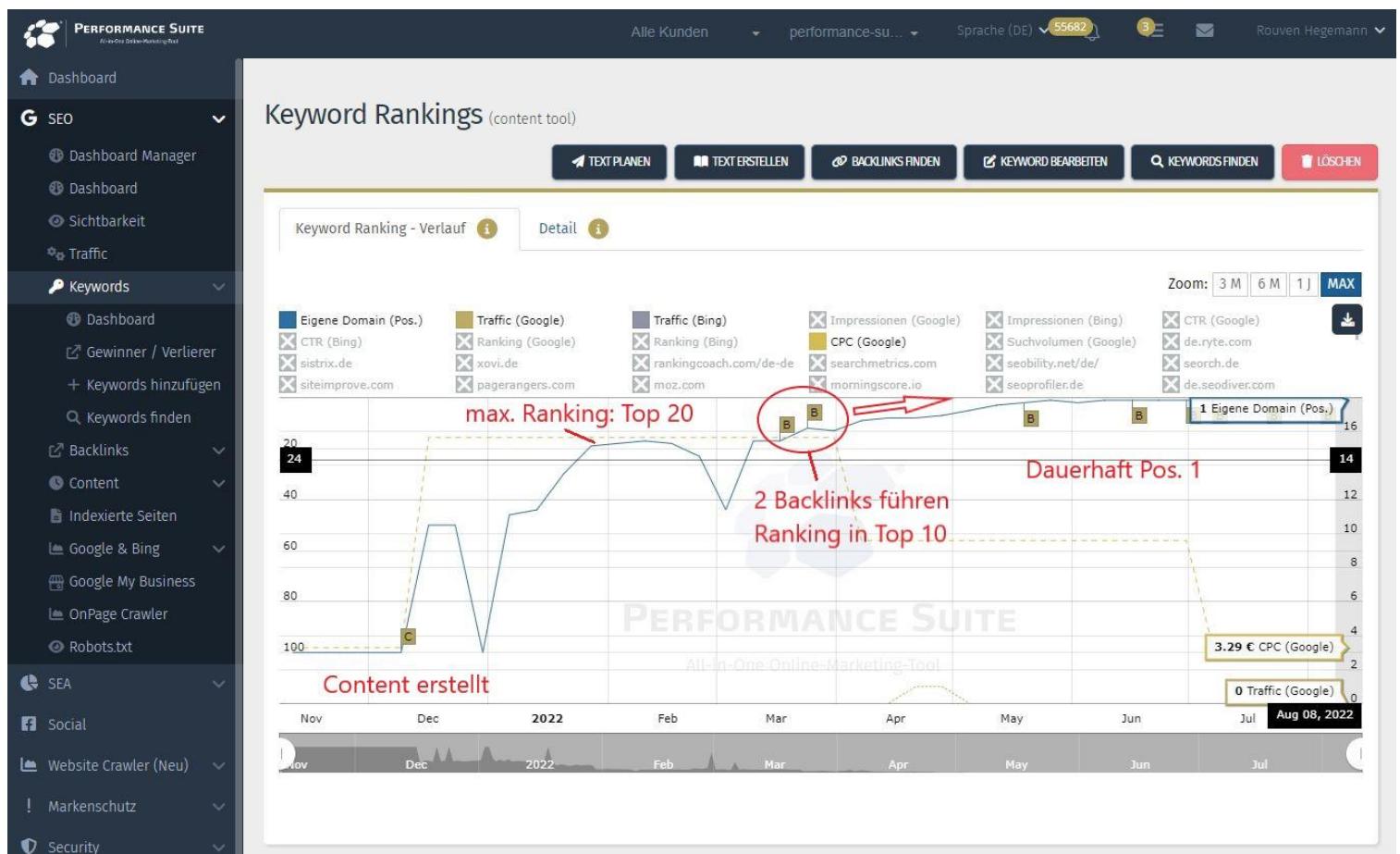
Messen Sie den ROI im SEO

Auch im SEO können Sie mit den richtigen Tools den **Return on Investment** messen: Dazu müssen Sie ermitteln, wie Ihr Content performt, d. h. wie sich das Ranking und der Traffic entwickeln. Dies können Sie ins Verhältnis zum Aufwand der Content-Erstellung setzen. Gleicher gilt für Backlinks bzw. Sponsored Posts und technische Änderungen durch Entwickler. Voraussetzung ist ein SEO-Tool, das die Erfolge misst und speichert.

Behalten Sie Ihre Rankings im Blick und optimieren Sie ggf. bestehenden Content nach. Ohne Messung kein Learning. Oftmals ist das Optimieren besser, als immer neuen Content zu produzieren. Nutzen Sie die Erfolgskontrolle auch dazu, **Best Practices** zu ermitteln, etwa hochwertige Linkpartner und beliebte Themen Ihrer Zielgruppe.

Wichtig: Die Erfolgsmessung sollte vom Content-Tool **automatisch vorgenommen** werden, etwa durch Flags zum Zeitpunkt der Veröffentlichung. Dann sehen Sie exakt, wie gut Ihr Text performt und ob er optimiert werden muss.

Die 3 Säulen des SEO-Erfolgs



Der Content (die C-Flag zeigt die Veröffentlichung) erreicht die Top 20. Aber obwohl er alle SEO-Kriterien erfüllt, schafft er es nicht in die Top 10. Erst hochwertige Backlinks (B-Flags) bringen das Keyword auf höhere Positionen – bis auf Platz 1.

Content

Prüfen Sie, ob Ihr Content rankt. Wenn nicht, dann lohnt sich eine Optimierung.

- Rankt eine URL? Ist es die richtige?
- Wie verhält sich das Ranking?
- Sind Top-Positionen in Sicht?
- Wie ist der 2-Monats-Trend?
- Gibt es Traffic?

Content is King

Backlinks

Linkbuilding steht im Zentrum des Erfolgs. Haben Sie das Potenzial genutzt?

- Gibt es Rankingänderungen?
- Welche Backlinks zeigen Impact?
- Welche Kooperationspartner sind hochwertig?
- Haben sich Sponsored Posts gelohnt?

Backlinks still #1 Ranking Factor

Technik

Wie wirken sich Technik-Änderungen auf die Performance aus?

- Wie verhält sich die Sichtbarkeit?
- Verbessern sich die Ladezeiten?
- War ein Relaunch erfolgreich?
- Wie performe ich im Vergleich zum Wettbewerb?
- Wo lohnen sich Optimierungen?

Basis und Gerüst Ihrer Website



UNSER CONTENT-TOOL IM A/B-TEST

<https://www.onlinesolutionsgroup.de/blog/smarteres-content-tool-vs-word-was-rankt-besser/>



Fehler 9: Fehlende Integration in die Unternehmensstruktur

In vielen Unternehmen ist SEO **noch kein Teil der Unternehmensstruktur** und es fehlt das Verständnis für die Maßnahmen. SEO ist ein langfristiger Prozess, bei dem es Monate oder Jahre dauern kann, bis Ergebnisse sichtbar werden und sich der ROI einstellt. Unsere Tipps kommen aus hunderten Gespräche und Analysen mit langjähriger Praxis-Erfahrung.

Typische Fehler und Vorgehensweisen

- Meistens arbeiten die Abteilungen mit **unterschiedlichen Tools und Listen**. Das erschwert die Vergleichbarkeit der Zahlen, Leistungen und Parameter.
- Jede Abteilung hat **eigene KPIs**, die nicht auf ein gemeinsames Ziel einzahlen. Das Know-how über die Zusammenhänge der Kennzahlen fehlt, insbesondere der SEO-Kennzahlen. Online-Marketing funktioniert aber nur, wenn das Unternehmen ganzheitlich und zielgerichtet arbeitet.
- Sind **typische Zahlen nicht messbar** (z. B. Kosten-Umsatz-Relation im SEO), sinkt die Akzeptanz für mittel- bis langfristig notwendige Maßnahmen. Das Budget wird entzogen, weil keine sofort messbaren Umsatz- oder Absatzzahlen ermittelt werden. Es wird „mal eben etwas SEO ausprobiert“ und dann fallen gelassen. Das ist, als würden Sie mit Sport aufhören, weil Sie nicht nach einer Woche eine Goldmedaille gewinnen. Sie brauchen eine Strategie und Konstanz.

So integrieren Sie Inhouse SEO im Unternehmen

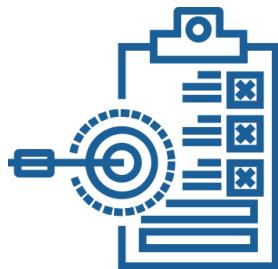
- SEO muss **zentral und in allen Abteilungen integriert** werden. Hilfreich dabei ist es, die SEO-Abteilung bei Team- und Abteilungs-Meetings einzubeziehen. Das können beispielsweise Marketing-Meetings sein, aber auch Meetings mit Grafikern, Programmierern, Redakteuren oder Produktteams.
- Nutzen Sie **deshalb Tools, die möglichst alle Abteilungen integrieren** (z. B. SEO, SEA, Inbound Marketing, Projektmanagement und Technik) und Daten aufbereiten.
- Alle Beteiligten im Unternehmen sollten darauf aufmerksam gemacht werden, wie SEO zur Zielerreichung beiträgt und was dazu nötig ist. Dafür kann auch ein KPI-Dashboard hilfreich sein, das regelmäßig mit allen Stakeholdern besprochen wird. **Marketing-Tools mit KI bündeln komplexe Datenmengen und bereiten sie auf, um Synergien, Erfolge und Potenziale zu zeigen.** Dadurch wird SEO zum integralen Bestandteil einer Unternehmensstrategie.



Fehler 10: Fehlen von Prozessen

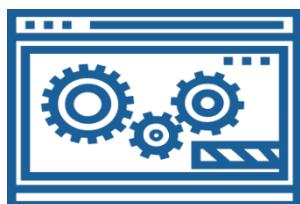
Im SEO ist es vor allem wichtig, **Prozesse** zu finden, die eine effiziente Arbeitsweise im Team ermöglichen. Oftmals fehlen in Inhouse-Teams diese Prozesse, und gerade bei großen Unternehmen ist eine effiziente Arbeitsweise nur erschwert möglich. Es geht um Fragen wie:

- Wie finde ich Themen und wer erstellt den passenden **Content**?
- Wie soll die **Abstimmung** zwischen Programmierer und SEO erfolgen?
- Was ist das richtige **Reporting** für die jeweiligen Stakeholder?
- Wie werden Workarounds **dokumentiert**?
- Wer ist für **Technik** zuständig?
- Wer ist für **Wettbewerbs-Überwachung** zuständig?
- Wer kümmert sich um das **Linkbuilding**?
- Wie stimmen wir Texte mit der **PR-Abteilung** ab?
- Wie kommen die SEOs an die **Daten** aus Abteilungen wie SEA, Affiliate oder Analyse?
- Gibt es **Checklisten**?
- Wie **fehleranfällig** sind die Aufgabenbereiche? Wie schnell werden neue Mitarbeiter eingeschult?
- Wer ist für laufende **Keyword-Analysen** zuständig?



Leicht verständliche Prozesse

Mit einfach verständlichen Prozessen sinkt die Fehleranfälligkeit. Außerdem können Sie auch **Anfänger** ohne große Einschulung mitarbeiten lassen. Das spart Ressourcen bei den erfahrenen Mitarbeitern und macht das Arbeiten effizienter. Je komplexer der Workaround, desto länger dauert die Einarbeitung und desto mehr kann schiefgehen.



Weitgehend automatisierte Prozesse

Je mehr Prozesse Sie an das SEO-Tool abgeben können, desto mehr Ressourcen haben Sie frei. Automatisierungen nehmen Ihnen Arbeit ab, beschleunigen den Workaround und reduzieren die Fehlerquote. Zugleich können automatisierte Prozesse mehr Parameter abdecken und somit bessere Synergien schaffen. **Automatisierung durch KI** bringt Ihnen wertvolle Wettbewerbsvorteile



Gut dokumentierte Prozesse

Dokumentieren Sie Ihre Prozesse **klar verständlich und leicht abrufbar**. Sind die Workarounds nirgendwo hinterlegt oder nur schwer auffindbar, schleichen sich Fehler ein. Wichtige Schritte oder Checks werden übersprungen. Dokumentieren Sie auch, wann wer was zu welchem Zweck wie gemacht hat. Nur so können Erfolge und Misserfolge nachvollzogen werden. Nutzen Sie Tools mit KI, die große Datenmengen speichern.



Regelmäßige Prüfung der Prozesse

Streben Sie nach Effizienz, um Ihre **Prozesse schlanker und erfolgreicher** zu machen. Dadurch generieren Sie Wettbewerbsvorteile und bessere Ergebnisse. Dazu müssen Sie die Resultate prüfen und auf die Prozessschritte zurückführen können. Dafür sind gut dokumentierte und leicht verständliche Workarounds unabdingbar.



Nutzen Sie Online-Marketing-Tools zur Automatisierung. Ideal sind Tools, die möglichst viele Bereiche wie Technik, Keywords, Content und Backlinks abdecken.

Fehler 11: Fehlender Tool-Stack

Die meisten Firmen nutzen die gleichen Standard-SEO-Tools. Bei den eingesetzten Tools handelt es sich in den meisten Fällen um reine Analyse-Tools, in denen die Firmen meist nur ihre SEO-Sichtbarkeit prüfen. Das Problem dabei ist, dass durch **die passive Analyse der SEO-Werte die SEO-Performance nicht verbessert** wird. Nutzen Sie Tools nicht nur zur Analyse, sondern vor allem auch zur **aktiven Optimierung**. Hierzu werden jedoch andere und mehr Tools benötigt, die bei der täglichen Arbeit helfen.

Tools brauchen Sie zum Beispiel für:

- **Finden von passenden und neuen Keywords**
- **Unterstützung bei der Erstellung SEO-optimierter Inhalte**
- **Finden von SEO-Fehlern und Problemen**
- **Vorgabe von effizienten SEO-Prozessen**
- **Automatisches Finden hochwertiger Backlinks**
- **Automatische Erfolgskontrolle**

→ Kosten für viele Tools

Testen Sie regelmäßig neue Tools, um Ihren Wettbewerbern voraus zu sein. **Je mehr Tools Sie nutzen, desto teurer** wird es allerdings auch für Sie. Neben den monatlichen Gebühren kommen die Verwaltung der verschiedenen Accounts und das Zusammentragen der Daten hinzu.

→ All-in-One-Tool

Optimal wäre ein **All-in-One-Marketing-Tool** wie die Performance Suite, die alle Bereiche abdeckt und beliebig vielen Usern in Ihrem Team zur Verfügung steht. Idealerweise sollten Sie nicht nur Geld sparen, sondern auch einen Free Account nutzen können.

Fazit

Jeder der genannten Fehler kann den SEO-Erfolg verhindern. Häufig sind es bei Inhouse-Teams nur die letzten 10-15 Prozent, die den Firmen zum Erfolg fehlen. Auch wenn Inhouse-Mitarbeiter für SEO da sind, sollten dem Team auch **die richtigen Tools** zur Verfügung stehen, die eine effiziente Arbeit möglich machen. Nur so wird SEO transparent und prozessoptimiert.

Um die größten SEO-Fehler zu vermeiden, ist es notwendig, die **Suchmaschinenoptimierung als Basis Ihrer Online-Marketing-Strategie** zu sehen und fokussiert umzusetzen. SEO macht man „nicht mal eben so“. Wenn Sie SEO inhouse umsetzen, haben Sie den Vorteil wertvoller und intensiver Firmen- und Branchen-Insights. Allerdings laufen Sie auch Gefahr, auf dem derzeitigen SEO-Wissen zu verharren und die Dynamik der großen Suchmaschinen zu unterschätzen. Oder kennen Sie das neueste Google-Update mit seinen Auswirkungen?

Neben SEO-Tools mit KI empfehlen wir daher ein **hybrides Arbeiten mit einer Agentur**. Und seien es nur wenige Stunden im Monat, um auf dem Laufenden zu bleiben: Denn Agenturen haben branchenübergreifendes Wissen und sind gut als Sparring-Partner.



JETZT FREE ACCOUNT ERSTELLEN:
www.performance-suite.io/free-account

SEO Management Tool

»Ihr Upgrade für Inhouse-SEO



Florian Müller, Geschäftsführer der Performance Suite GmbH und Online Solutions Group GmbH

Mail: fm@onlinesolutionsgroup.de

Social: [LinkedIn](#)

Unsere Performance Suite ist **Ihr Upgrade für Inhouse-SEO**: Das SEO Management Tool mit Künstlicher Intelligenz bündelt die komplexen Datenmengen und automatisiert viele Prozesse: von der Keyword-Analyse bis zu den SEO-Checks und dem Finden hochwertiger Backlinks bis zur Erfolgsprüfung und vielem mehr. Sie sparen Zeit und Geld, während Sie die Effizienz Ihrer SEO-Maßnahmen maximieren. Starten Sie jetzt mit einem Free Account!



JETZT FREE ACCOUNT ERSTELLEN:
www.performance-suite.io/free-account

FEATURES DER PERFORMANCE SUITE

- Free Account
- Kostenlose App
- Künstliche Intelligenz
- Keywordanalysen
- Optimierung der Technik
- Content Suite
- Backlink Suite
- Regionales, nationales und internationales SEO
- Projektmanagement
- Ladezeiten-Optimierung
- Security-Tool
- Suchmaschinenmarketing (SEM / SEA)
- Automatische Erfolgsprüfung

IHRE VORTEILE MIT DER PERFORMANCE SUITE

- 1 Tool für das gesamte Unternehmen
- Automatische Absicherung der Technik inkl. Push Notifications
- Schnellere Keyword-Recherche
- Hochwertigen, relevanten Content erstellen
- Natürlicher und nachhaltiger Linkaufbau
- Transparenz und automatische Erfolgsmessung
- Dank über 4.000 Erklärtexten Know-how im Online-Marketing aufbauen
- Agentur-Erfahrung aus der Praxis im Tool integriert
- Optional: Service und Beratung durch die Online Solutions Group

Performance Suite

»Das sagen unsere Kunden.«

Kundenstimmen zum neuen SEO Management Tool

Als **einziges echtes All-in-One-Tool**, das uns bekannt ist, bündelt die Performance Suite das gesamte Online-Marketing.

Wenn Sie SEO inhouse umsetzen, ist die Performance Suite **das perfekte Upgrade**. Es automatisiert dank Künstlicher Intelligenz zahlreiche Prozesse und enthält das Know-how aus langjähriger SEO-Praxis.

Doch lesen Sie selbst, was unsere **Kunden** dazu sagen.:

» Content

„Ich habe schon etliche Content-Editoren getestet. Dieser hier ist definitiv der Beste! [...] Hier bekommst Du das wohl umfassendste und beste Werkzeug an die Hand, um richtig gute Texte zu schreiben. Texte, die deutlich besser ranken werden, als Du es bisher gewohnt bist. [...] Ein echt klasse Tool, dass ich mir sofort bestellt habe.“

Seoagentur-hamburg.de

» Online-Marketing

„Wow, die OSG Performance Suite ist eine echte „eierlegende Wollmilch-Sau“! SEO, SEA, Security, Projektmanagement, Kundenkommunikation ... das Komplettpaket stellt ein Füllhorn an Möglichkeiten dar.“

Startupwissen.biz

» SEO

„Das beste Tool auf dem Markt! [...] Speziell wenn man viele Produkte hat, bekommt man einen super Report geliefert aus dem die ganzen fehlenden SEO Angaben hervorgehen.... Sehr zu empfehlen.“

Frank Thomaschewsk via seo-vergleich.de

» Onpage & Content

„Ein Bilderpool als eigene Mediathek, ein Kommentar-Feature für die digitale Zusammenarbeit und individuelle Workflows für Abnahme und Lektorat setzen dem Tool die Krone auf und machen die Performance Suite mit zu einem der umfangreichsten Onpage- und Content-Tools auf dem aktuellen Markt.“

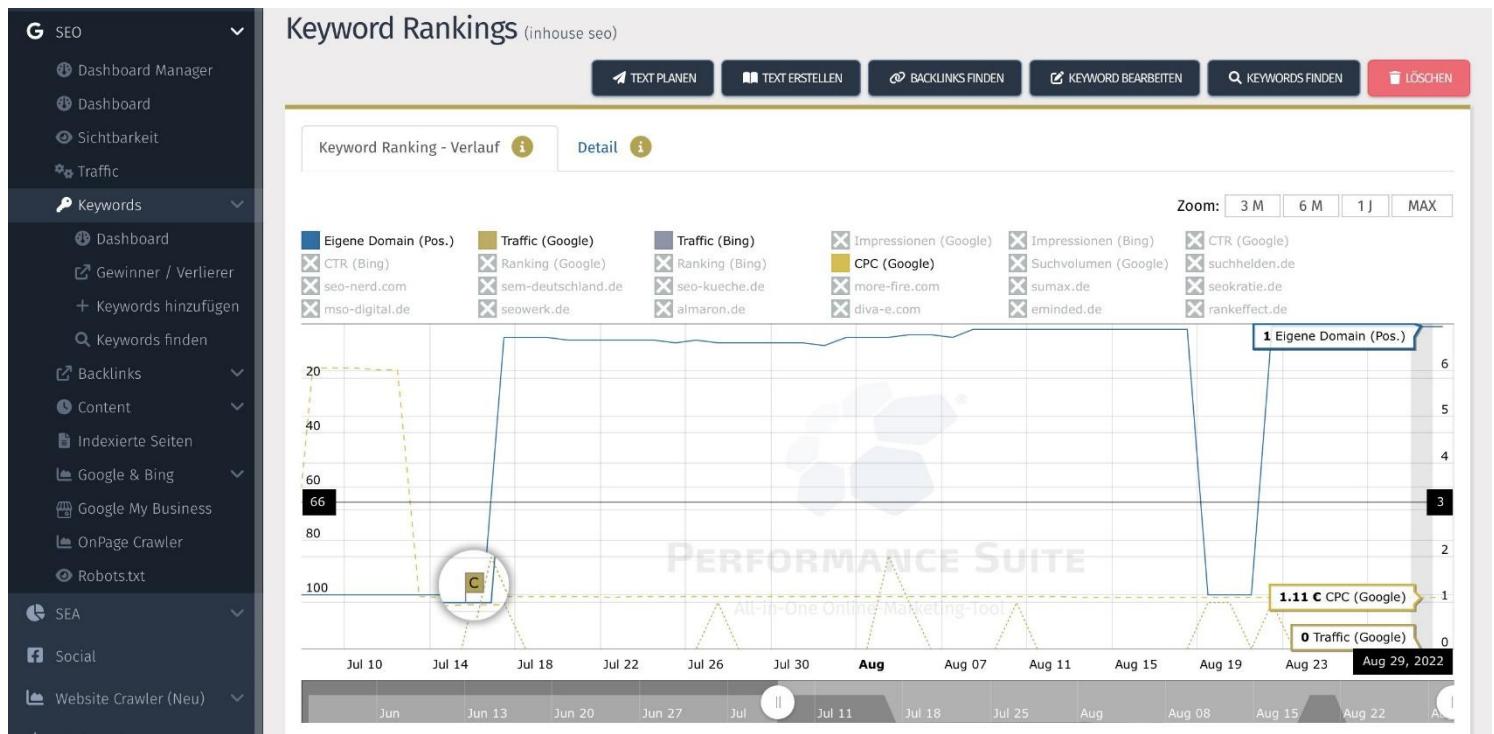
Trusted.de



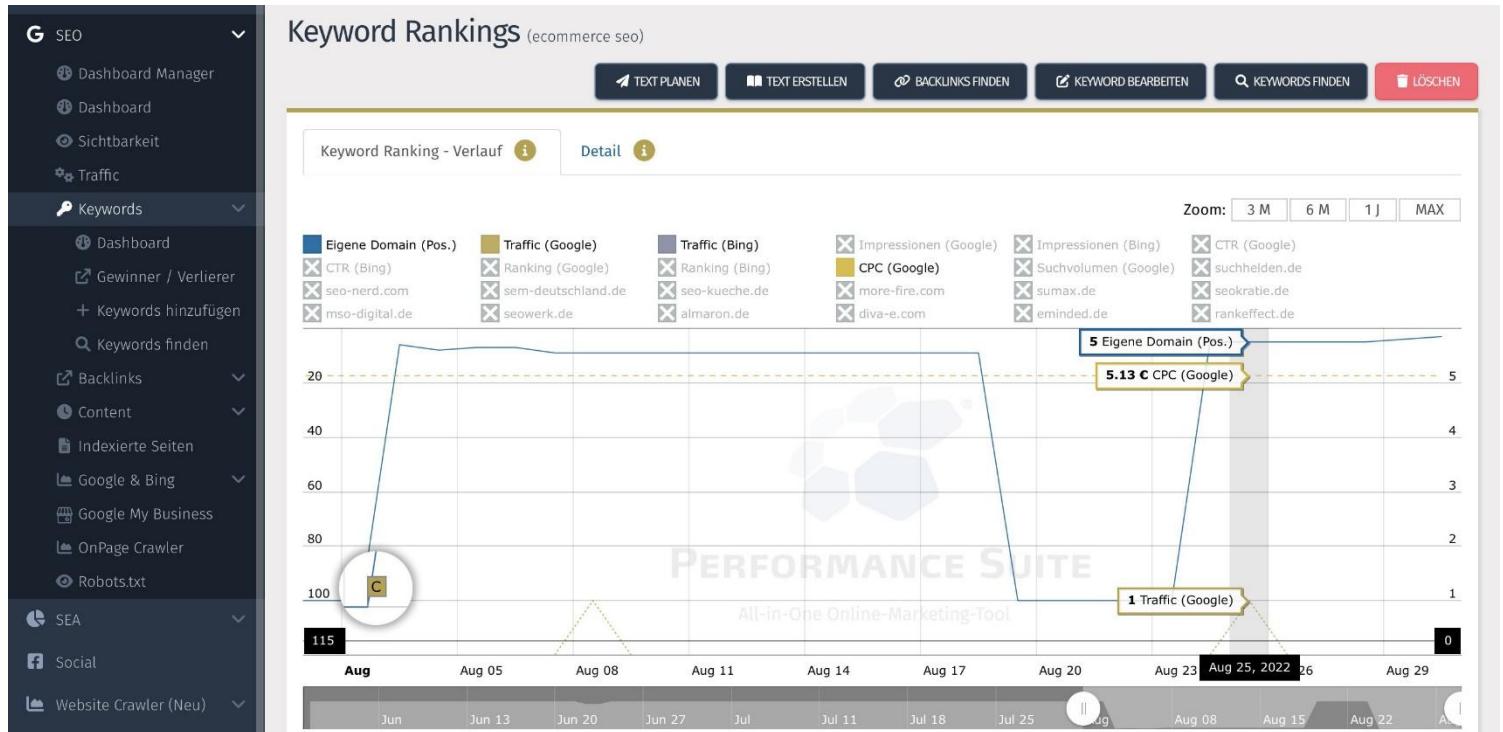
LESEN SIE MEHR KUNDENSTIMMEN AUF:
www.performance-suite.io/referenzen

Mit KI in die Top 10

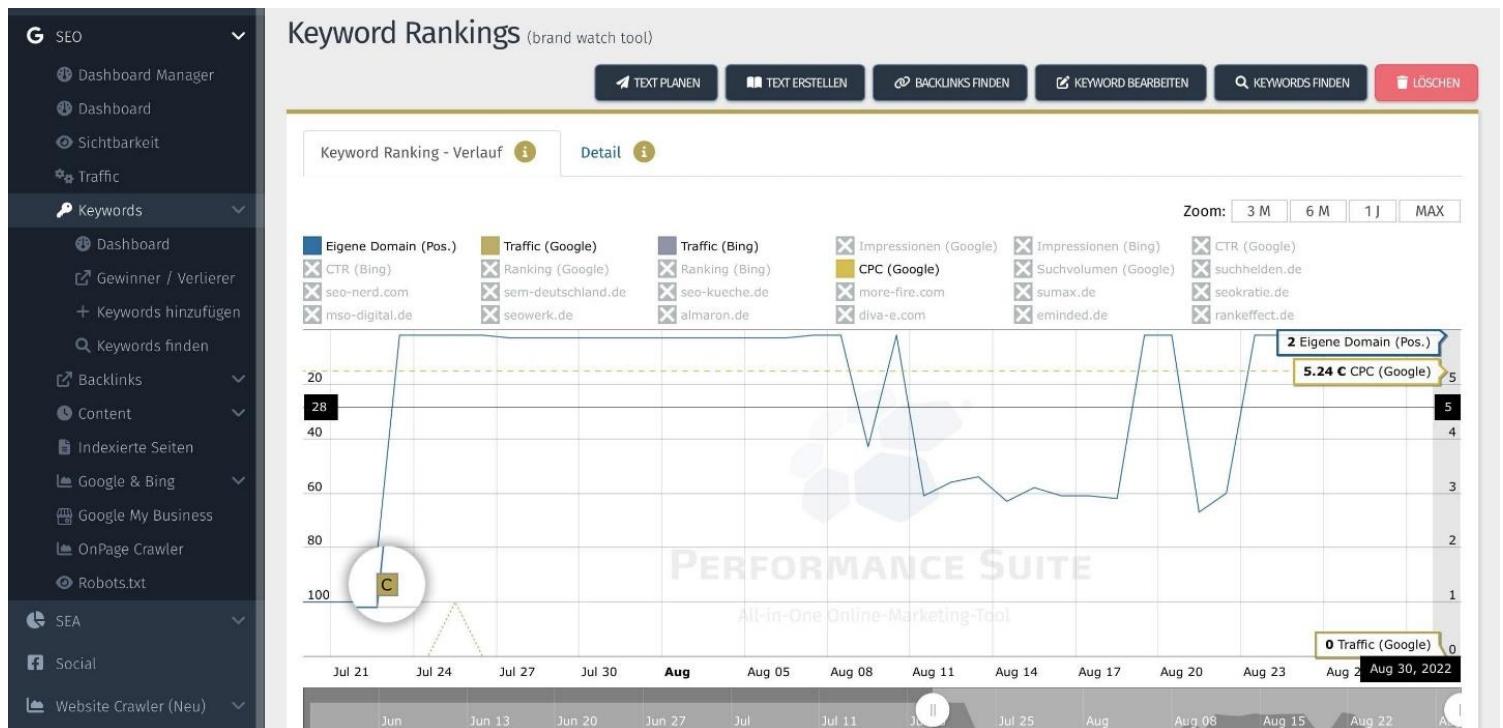
Wenn Sie Content mit der Performance Suite erstellen, haben Sie nahezu eine Garantie, in die Top 10 zu kommen. Unsere letzten Texte sind direkt in die Top 10 gesprungen. Das können Sie auch! Hier sind einige Beispiele:



Mit KI in die Top 10



„Ecommerce SEO“ gelang ein sehr guter Einstieg. Was oft zu sehen ist: Google nimmt die Seite einige Tage aus dem Ranking und lässt sie dann wieder hoch einsteigen. Durch Erfolgsmessungen wie hier lernen Sie, wie Google arbeitet.



Der Artikel zum „Brand Watch Tool“ wurde in die Top 3 gebracht, fiel dann einige Zeit ab und wurde von Google schließlich auf Platz 2 gesetzt.

Mit KI in die Top 10



Das neue SEO Management Tool

PERFORMANCE SUITE

TOOL-STACK KOSTEN

- Das sind die Tools die Firmen heutzutage bräuchten um ihr SEO professionell verwalten zu können.
- Die Kosten sind enorm.
- Die Performance Suite bietet all diese Funktionen in einer günstigen Lösung.



Tool	Zweck	Preis
Ladezeiten Tool	Überwachung von Ladezeiten	Ca. 10€
Uptime Tool	Überwachen der Erreichbarkeit der Websites	Ca. 10€
SEO Tool	Rankings, Sichtbarkeit, etc.	Ca. 100€
Content Tool	Hilfe bei der Erstellung SEO-optimierter Texte	Ca. 200€
Backlink Tool	Backlink-Daten, Analysen, Finden von Links	Ca. 250€
SEA Tool	SEA Analysen, Checks, etc.	Ca. 100€
Brand Protection Tool	Überwachen wer die eigene Marke bei Google bewirbt	Ca. 200€
Inbound Marketing Tool	Automatische Mailings, Adress-Generierung, Newsletter, etc.	Ca. 300-1.500€
Dashboard Tool	Sammeln aller Online Marketing Daten in einem Tool (Datawarehouse)	Ca. 100€
Security Tool	Prüfung der Website / Shop auf Sicherheitsaspekte, Malware, etc.	Ca. 500€
Gesamt:		Ca. 1.770€ - 2.970€

Die Performance Suite gibt es als All-in-One-Tool bis Ende des Monats ab 39€ monatlich. Sie sparen rund 1.000€ zur Buchung der einzelnen Tools.

Free Account

- ✓ 1 Domain
- ✓ 10 Keywords
- ✓ KI Coach
- ✓ Technik-Crawler
- ✓ Alert-System
- ✓ Ladezeiten-Tool
- ✓ Uptime-Crawler
- ✓ Marktanalyse

Lite Account

- ✓ 3 Domains
- ✓ 100 Keywords
- ✓ KI Coach
- ✓ Technik-Crawler
- ✓ Alert-System
- ✓ Ladezeiten-Tool
- ✓ Uptime-Check
- ✓ Marktanalyse
- ✓ Relevante SEO-APIs
- ✓ Google Ads
- ✓ Brand Protection

Premium Account

- ✓ 3 Domains
- ✓ 300 Keywords
- ✓ KI Coach
- ✓ Technik-Crawler
- ✓ Alert-System
- ✓ Ladezeiten-Tool
- ✓ Uptime-Check
- ✓ Marktanalyse
- ✓ Relevante SEO-APIs
- ✓ Google Ads
- ✓ Brand Protection
- ✓ Content Suite
- ✓ Backlink Suite

[Kostenlos](#)

€250 **€39**/Monat

€450 **€99**/Monat

Performance Suite GmbH
Edelweißstraße 15
85521 Ottobrunn
E-Mail: info@performance-suite.io
www.onlinesolutionsgroup.de
www.seoagentur.de
www.performance-suite.io

Sitz der Gesellschaft: Ottobrunn
Geschäftsführer: Florian Müller
Registergericht: Amtsgericht
München
Registernummer: HRB 188070
USt-IdNr.: DE273929058