

SEO ROI optimieren

Erfahre in diesem Webinar, wie du den ROI im SEO berechnest und optimierst, um Dein Budget effizient und nachhaltig einzusetzen



ONLINE **SOLUTIONS** GROUP®
Your Link to Success.





Director SEO: Diana Karcz

Unser **Director SEO** Diana Karcz ist seit 2012 bei der OSG tätig. Gemeinsam mit ihrem Team betreut sie die Kunden in der Suchmaschinenoptimierung.

Director SEO	Diana Karcz
Bei der OSG seit	2012
Ausbildung	Studium Germanistik und Informatik
Aufgabenbereiche	Leitung der Abteilung und des Teams, Weiterentwicklung des SEO Bereichs, Kunden-Workshops & interne Schulungen
Betreute Kanäle	SEO (Content Marketing, Offpage, Onsite-Optimierung, Technik), Usability, SEO/SEA Synergien
Kontakt	Mail: dk@onlinesolutionsgroup.de LinkedIn: www.linkedin.com Tel: +49 089 522 766 120

PROBLEME

- Während in anderen Marketing-Kanälen wie PPC penibel auf den ROI geachtet wird, berechnet diesen im SEO kaum jemand
- **Budgets für SEO werden nicht anhand konkreter Daten festgelegt.** Budgets werden zu niedrig angesetzt oder es treten trotz höherer Budgets keine Erfolge ein

UMSATZ

- SEO ist ein sehr nachhaltiger Kanal, der langfristig zu deutlich höheren Umsätzen führen kann. Aber eben nicht pauschal. **Die Nachhaltigkeit steigt und fällt mit der richtigen Strategie**
- Nur Umsätze zu betrachten reicht jedoch nicht. **Umsatz kann teuer oder günstig erkaufte werden**

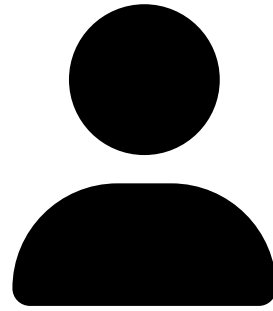
LÖSUNG

- **Data driven arbeiten.**
- Nur wenn man konkret sagen kann, welcher Text, welcher Link und welche technische Änderungen einen **Impact** hat, kann man den ROI optimieren

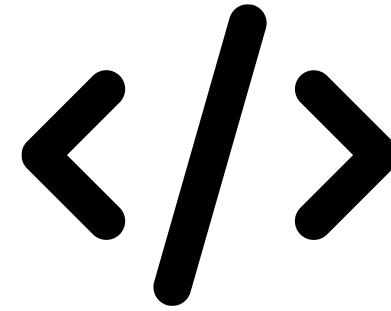
REALITÄT IN VIELEN UNTERNEHMEN



- Es werden 10 Texte erstellt
- Keiner weiß, welche Rankings konkret gestiegen sind und ob die Texte Traffic bringen



- Die SEO Agentur baut 10 Backlinks auf
- Keiner weiß, welche Rankings durch die Links konkret gestiegen sind



- Die Technik setzt Empfehlungen des SEO Teams durch
- Keiner weiß, ob Traffic um Umsatz durch welche konkrete Umsetzung beeinflusst werden

ROI BERECHNEN

SEO

- Schritt 1: Um den SEO ROI zu ermitteln müssen alle **Ausgaben** ermittelt werden. Das sind z.B.:
 - Manpower (SEO-Manager, Redakteur usw.)
 - Agentur-Kosten
 - Tool-Kosten
 - Kosten für externe Texter
 - Kosten für z.B. E-Books
- Schritt 2: Die **Ausgaben kritisch prüfen**. Es reicht nicht, zu bewerten, dass 10 Texte xyz Euro gekostet haben → **anhand Daten Impact valide messen und Optimierungsmaßnahmen ableiten**

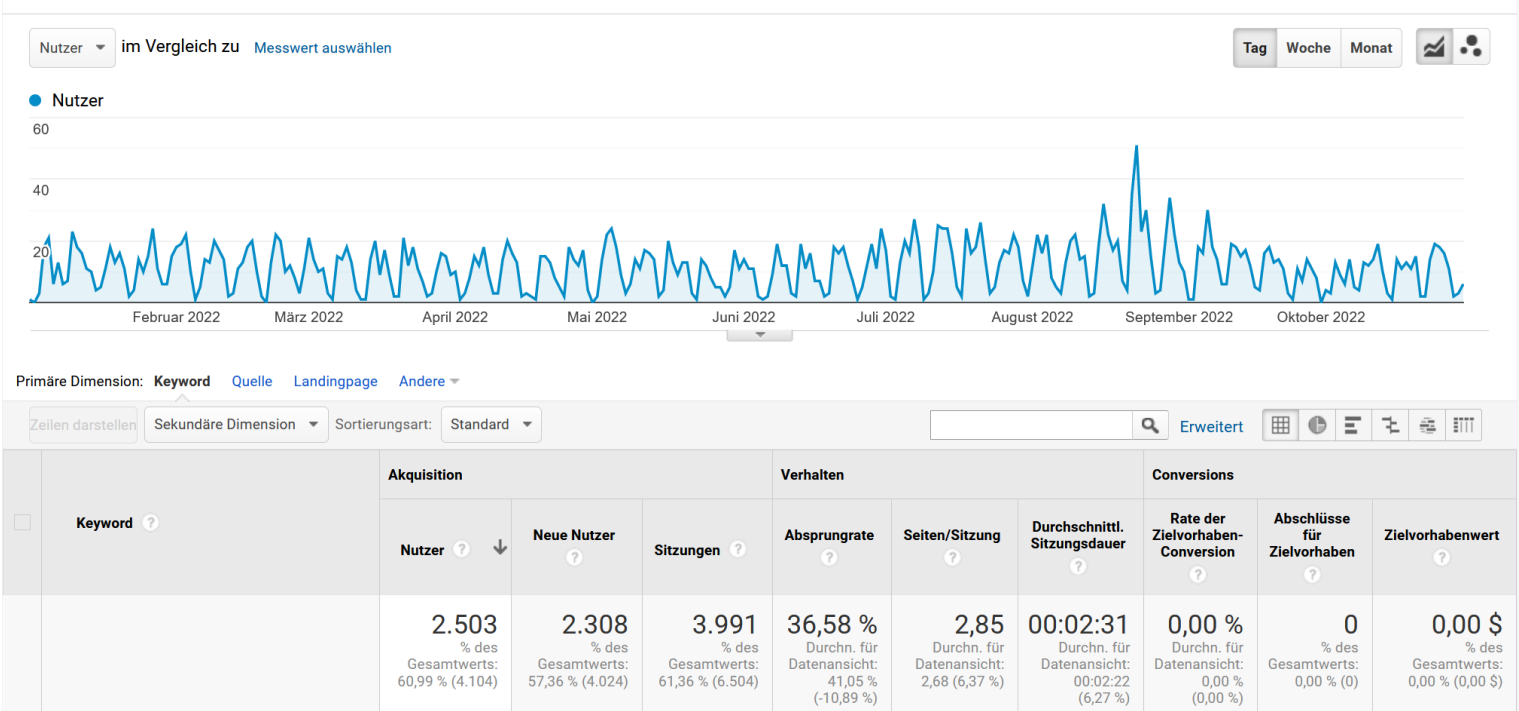
$$\text{ROI} = \frac{\text{UMSATZ} - \text{AUSGABEN}}{\text{AUSGABEN}}$$

SEO ROI

WORST CASE

SEO

- Trotz Investitionskosten im SEO von 4.000€/Monat steigt der Traffic nicht. Umsätze werden nicht generiert
- Die häufigsten Probleme:
 - **Keine Strategie**; es wird irgendwas gemacht
 - **Keine Prozesse**; ohne Erfolgsmessung keine Verbesserung
 - Zu **wenig Content** oder
 - Content-Erstellung nach dem Motto „viel hilft viel“
 - **Linkaufbau** wird nicht geprüft
 - **Keine oder zu wenig Daten**, um Maßnahmen zielgerichtet umzusetzen



**“SEO AUF GUT GLÜCK ZU BETREIBEN IST WIE
NACH DEM GIESSKANNENPRINZIP ZU
ARBEITEN”**

ANHAND DATEN GEZIELT OPTIMIEREN

Daten

SEO ist als Kanal extrem data-driven. Alle Maßnahmen ohne belegbare Daten sind nur „Meinungen“

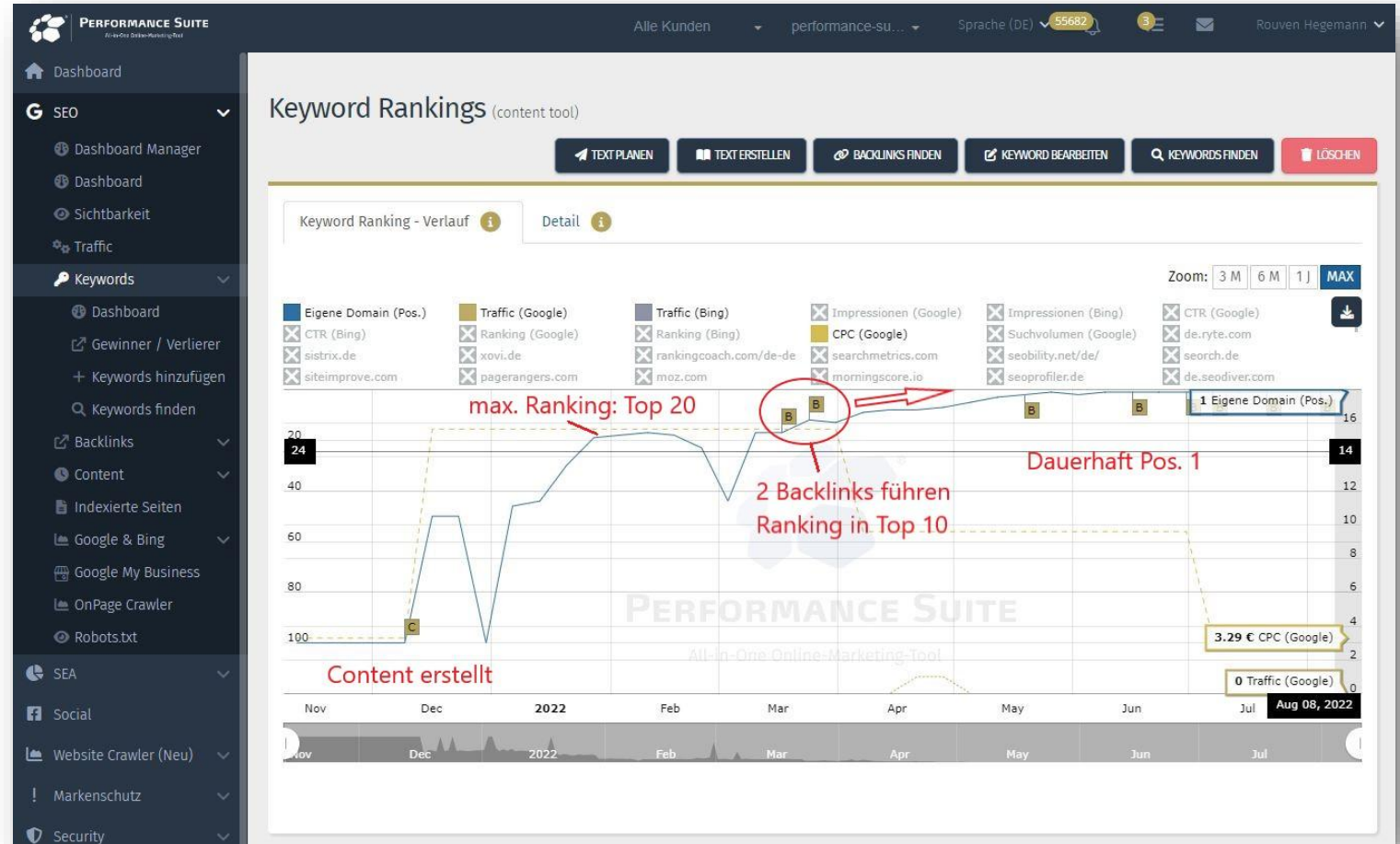


ONLINE SOLUTIONS GROUP®
Your Link to Success.

MIT DATEN KANN MAN MESSEN WAS....

... LINKAUFBAU BRINGT

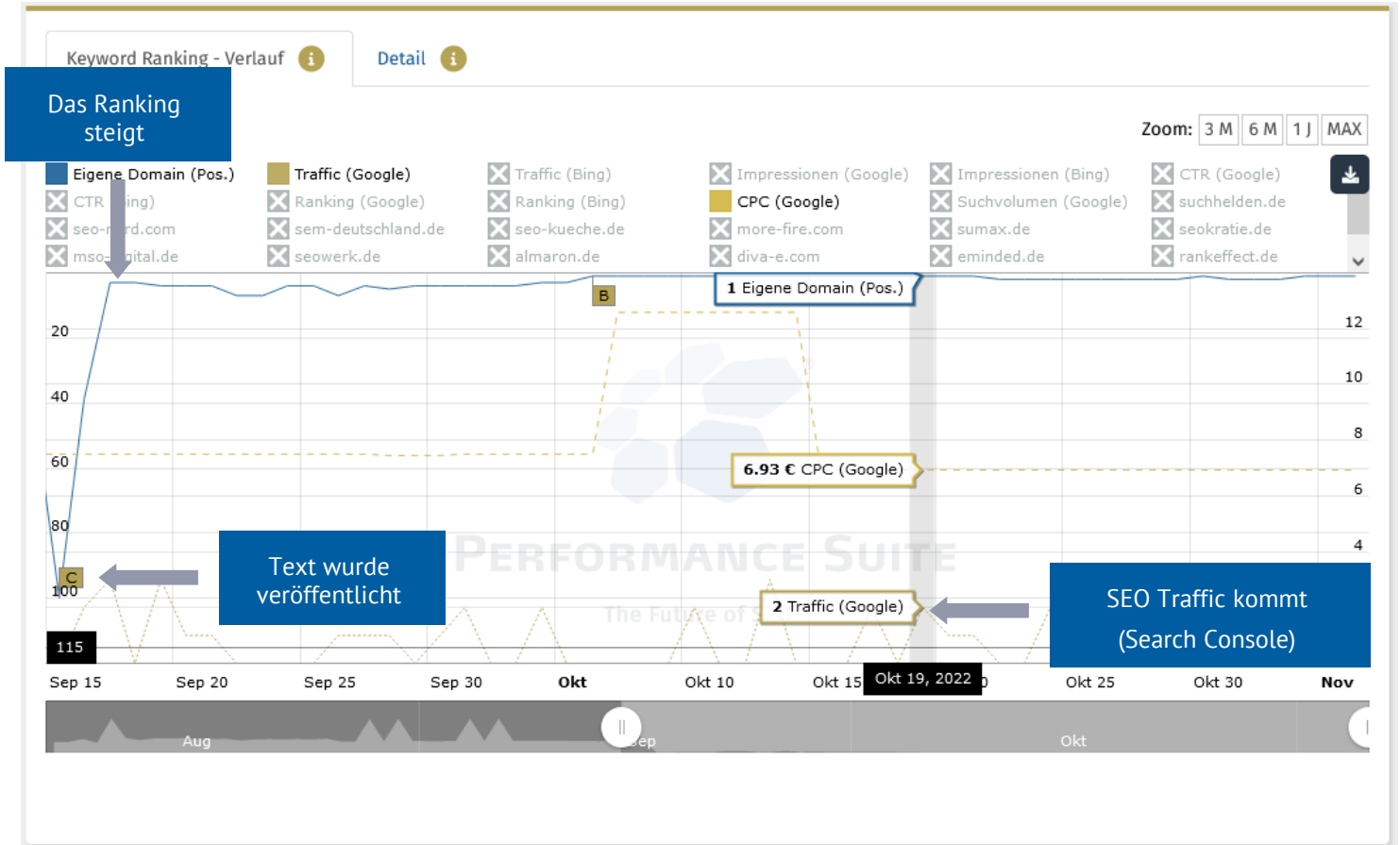
- Nutzen von Texten und Backlinks valide messen
- Erst durch zwei gute Backlinks ist das Keyword in die Top 10!



MIT DATEN KANN MAN MESSEN WAS....

... CONTENT BRINGT

- Selten wird granular betrachtet, welche Content-Änderung oder welcher Text zu besseren Rankings, Umsatz und Traffic beigetragen hat.
- Dazu muss auch immer das Datum des Livegangs/der Änderung protokolliert werden
- Tools können das automatisch
- Immer messen und bei Bedarf nachoptimieren!



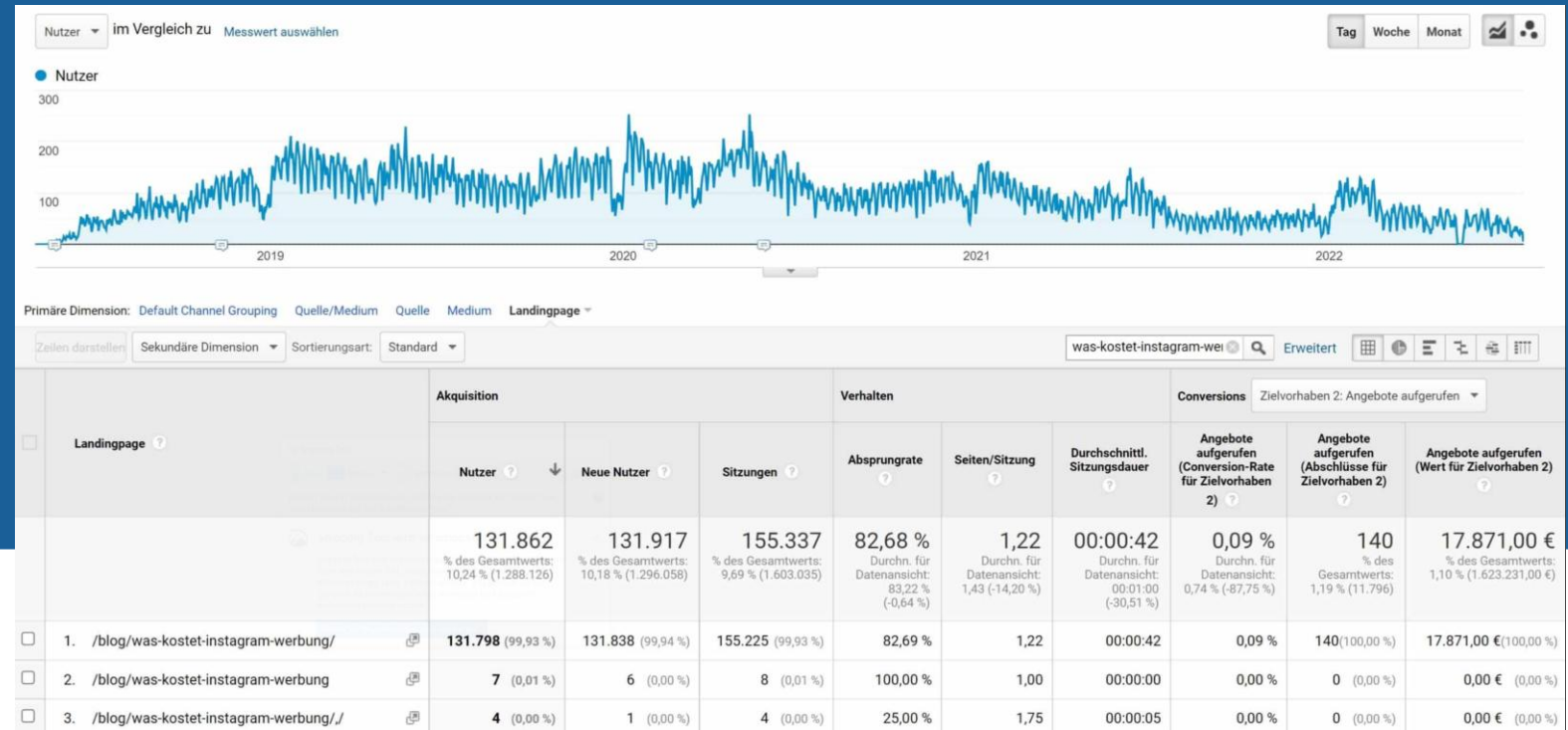
CASE STUDY

CONTENT NUTZEN (BEISPIEL)

1 Blogartikel zu „Instagram Werbung
Kosten“ inkl. Linkaufbau.
Investition: 2.200€
Darüber 2 Kunden generiert mit jeweils
50.000 Umsatz

Was hätte der Traffic in SEA
gekostet?

131.200 Neue Nutzer x CPC von 1,99
€ = **262.400,-€**

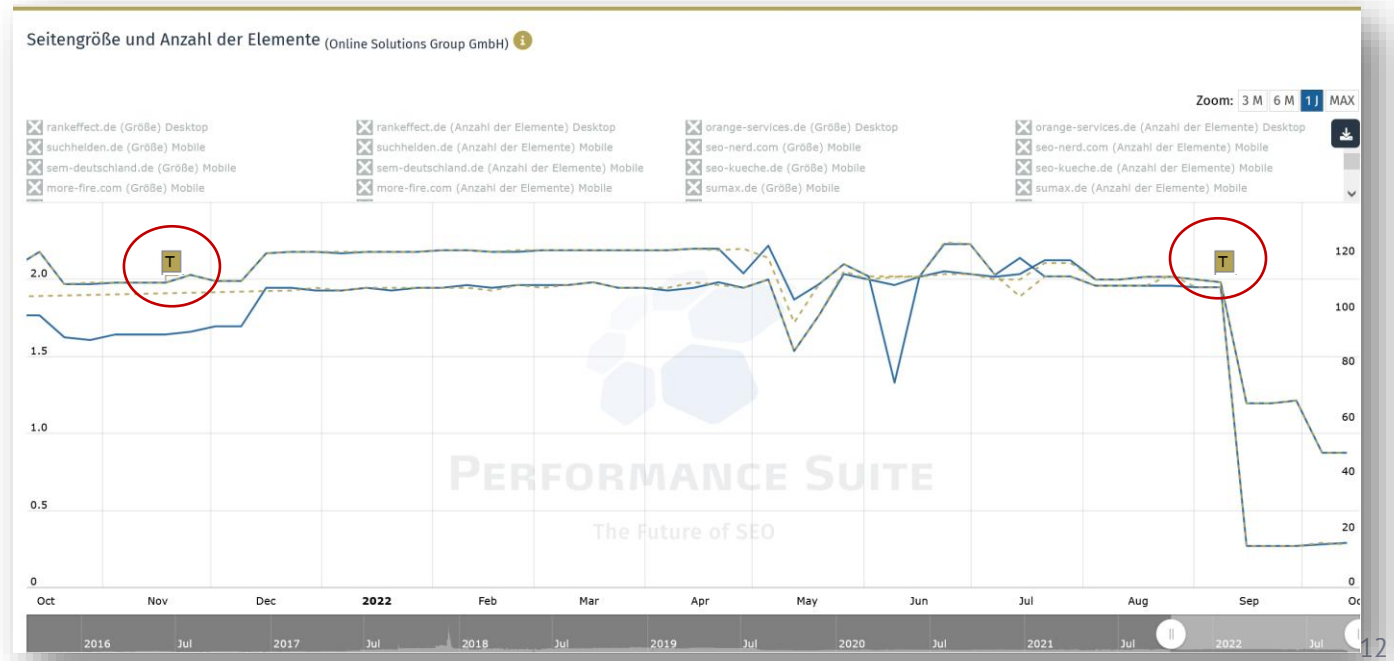


$$((100.000 \text{ € Umsatz} - 2.200 \text{ € Investitionskosten}) * 100) / 2.200 \text{ €} = \text{ROI } 4445 \%$$

MIT DATEN KANN MAN MESSEN WAS....

... TECHNISCHE ÄNDERUNGEN BEWIRKEN

- Technische Änderungen und Ladezeitenoptimierungen können **kostspielig** sein.
- Auch hier sollte der ROI klar kommuniziert und belegt werden.
- Welche Auswirkungen haben technische Änderungen?
- Führen bessere Ladezeiten zu mehr Traffic/Umsatz?



MIT DATEN KANN MAN MESSEN...

....OB DER WETTBEWERB MEHR INHALTE ERSTELLT

- Erzeugen die Wettbewerber mehr Inhalte?
- Haben Sie mehr indexierte Seiten?
- Werde ich womöglich abgehängt?



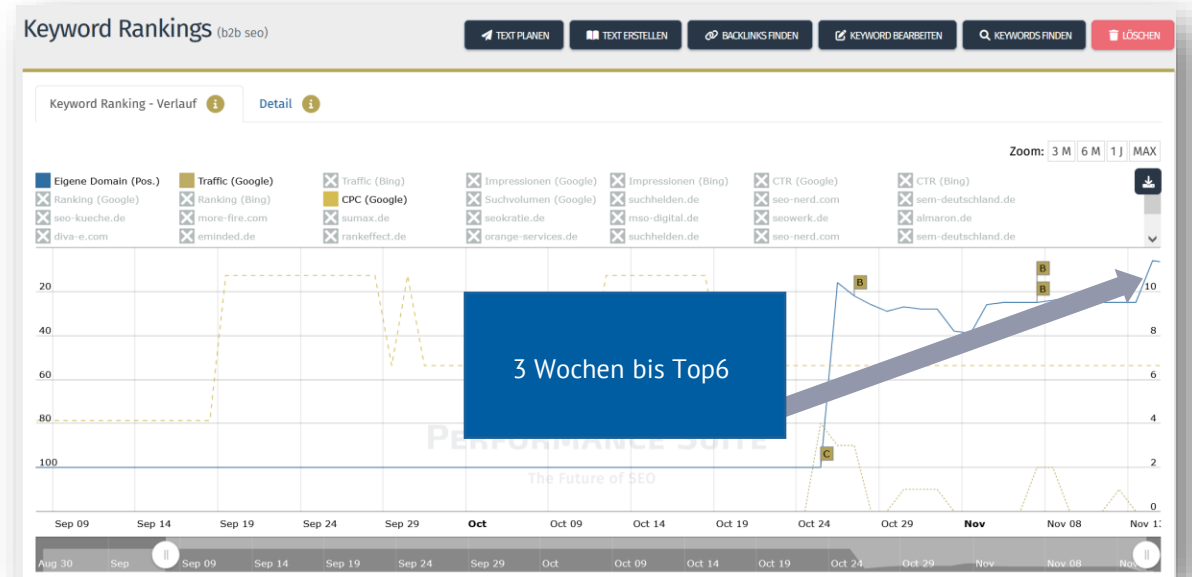
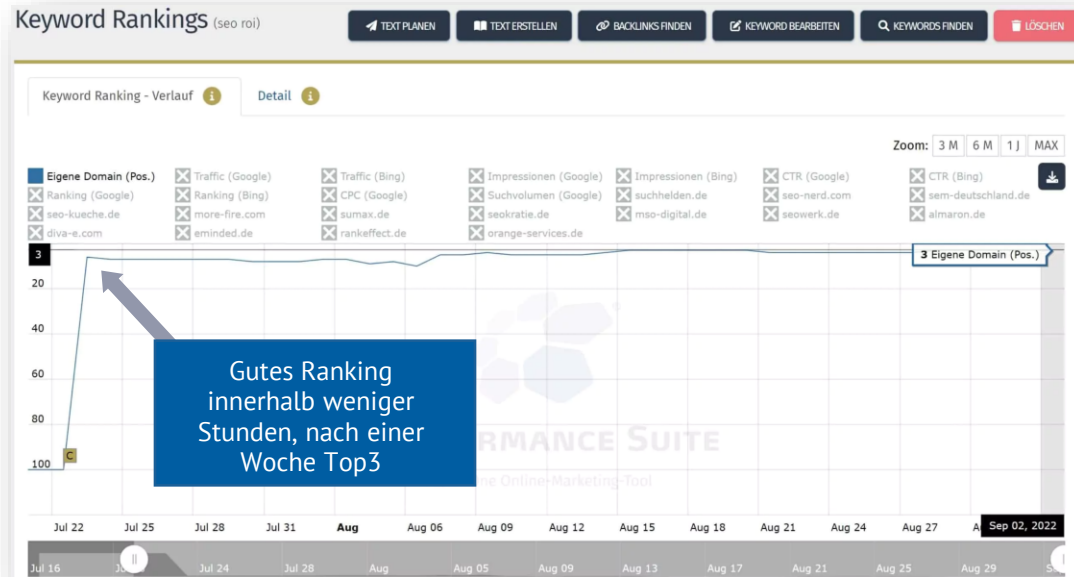
MIT DATEN KANN MAN

... DIE KEYWORD DYNAMIK PRÜFEN

- Prüfen: wie oft wechseln die Ranking in der Top10 und bei hinteren Plätzen?
- Wie lange brauche ich, um zu ranken?
- Bei einer hohen Keyword-Dynamik muss bei wichtigen Keywords öfters geprüft werden, ob z.B. der Content hinsichtlich Textlänge noch gut genug ist

Keyword Ranking - Verlauf ⓘ		Detail ⓘ
Keyword	parfum damen	
Standort	Munich	
Device	desktop	
Kategorie	Dashboard, Erstellter Content, Schwellenkeywords, Top GSC, Prio Keywords, Prio-Keywords (2022-07)	
CPC	0,81 €	
SV	18100	
Hinzugefügt	13.05.2020 11:31	
SEO Traffic Letzter Monat (Search Console)	97 (10.09.2022 - 10.10.2022)	
SEO Traffic Dieser Monat (Search Console)	114 (10.10.2022 - 10.11.2022)	
SEO Traffic Gesamt (Search Console)	1321	
SEO Traffic Wert (Search Console)	1.064,69 €	
Google Ads vorhanden	Ja	
Durchschnittliche Keyworddichte (Position 1 - 10)	0,05% (1,13)	
Durchschnittliche Keyworddichte (Position 90 - 100)	0,02% (0,38)	
Durchschnittliche Textlänge (Position 1 - 10)	2470	
Durchschnittliche Textlänge (Position 90 - 100)	1691	
Durchschnittliche Linkpower (Position 1 - 10)	46	
Durchschnittliche Linkpower (Position 90 - 100)	43	
Keyword Dynamik (Top 10 Heute) ⓘ	0,00%	
Keyword Dynamik (Top 100 Heute) ⓘ	0,00%	
Keyword Dynamik (Top 10 Monat) ⓘ	30,00%	
Keyword Dynamik (Top 100 Monat) ⓘ	76,00%	

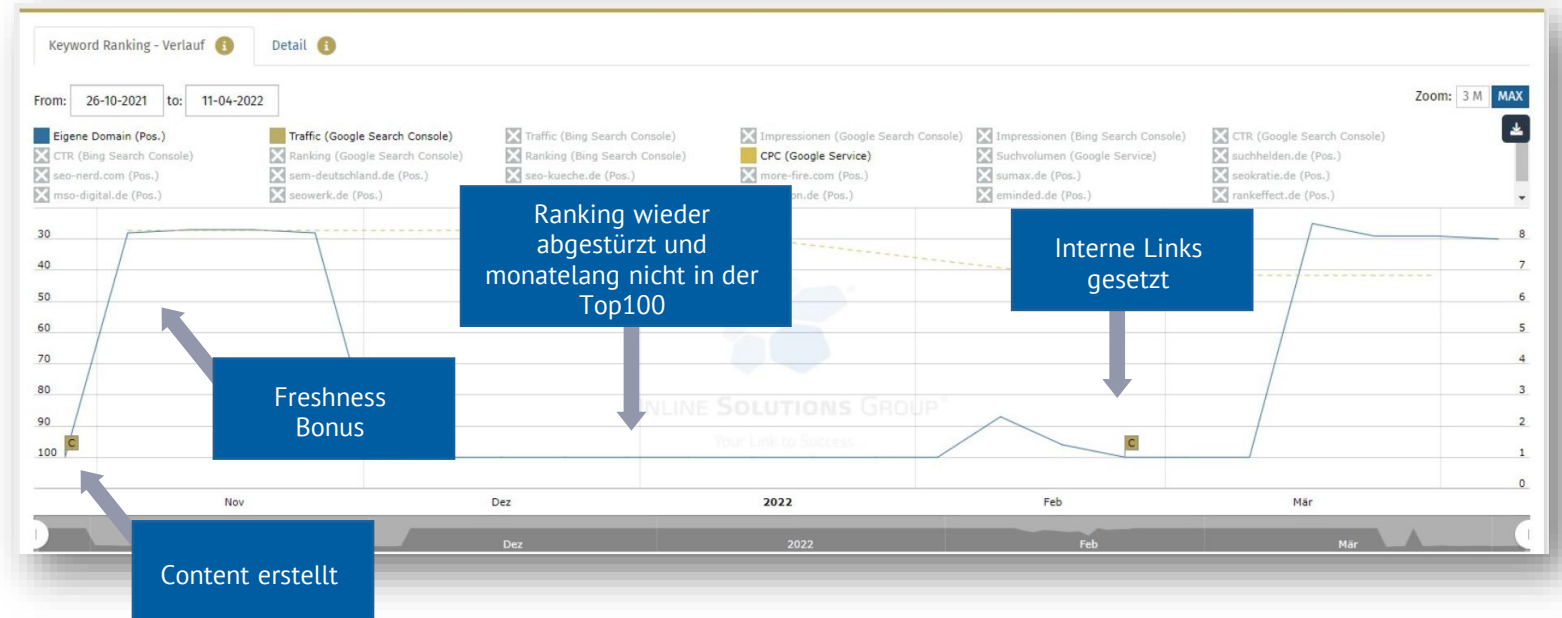
MESSEN, WIE SCHNELL ERFOLGE EINTRETEN



ANHAND VON DATEN NACHOPTIMIEREN

NACHOPTIMIEREN

- Gezieltes nachoptimieren, wenn Rankings sich verschlechtern
- Weniger Aufwand, als neue Inhalte zu erstellen



MIT DATEN KANN MAN...

... DEN TRAFFIC WERT BERECHNEN

- Für jedes einzelne Keyword
- **Traffic-Wert**= Klicks x CPC
- Anhand vom Traffic-Wert skalieren

Keyword Ranking - Verlauf ⓘ		Detail ⓘ
Keyword	instagram werbung kosten	
Standort	Munich	
Device	desktop	
Kategorie	Dashboard, Erstellter Content	
CPC	2,62 €	
SV	1000	
Hinzugefügt	03.05.2018 17:11	
SEO Traffic Letzter Monat (Search Console)	61 (04.09.2022 - 04.10.2022)	
SEO Traffic Dieser Monat (Search Console)	83 (04.10.2022 - 04.11.2022)	
SEO Traffic Gesamt (Search Console)	6707	
SEO Traffic Wert (Search Console)	17.598,12 €	
Google Ads vorhanden	Ja	
Durchschnittliche Keyworddichte (Position 1 - 10)	0,07% (1,80)	
Durchschnittliche Keyworddichte (Position 90 - 100)	0,00% (0,00)	
Durchschnittliche Textlänge (Position 1 - 10)	2489	
Durchschnittliche Textlänge (Position 90 - 100)	1075	
Durchschnittliche Linkpower (Position 1 - 10)	37	
Durchschnittliche Linkpower (Position 90 - 100)	43	

MIT DATEN KANN MAN...

... DEN UPFLIT BERECHNEN

- Pro Text
- Klickraten in Top3 deutlich höher
- Mehr Klicks→ mehr Umsatz

Suchanfrage	Position	Impressionen	Aktuell		Bei Top3	
			CTR	Klicks2	CTR	Klicks
tierbedarf	37,72	3588	1,06%	38	10%	359
tierbedarf onlineshop	11	2543	1,45%	37	10%	254
tierbedarf online shop günstig	9,64	1553	0,90%	14	10%	155
tierbedarf auf rechnung ohne bonitätsprüfung	5,95	723	7,33%	53	10%	72
tierbedarf online	14,18	624	1,60%	10	10%	62
tierbedarf auf rechnung bestellen als neukunde	4,6	462	5,63%	26	10%	46
tierbedarf online shop	11,43	379	0,53%	2	10%	38
tierbedarf online kaufen	13,67	349	2,29%	8	10%	35
tierbedarf shop	46,48	272	0,74%	2	10%	27
....						
Gesamt	27,60	16366	1,09%	256	10%	1637

1.637

×

2,90%

×

60,- €

=

2.848,-€

Conversion-Rate
SEO

Durchschnittlich
er
Warenkorbwert
SEO

Möglicher Umsatz
SEO / Monat

=

34.176€

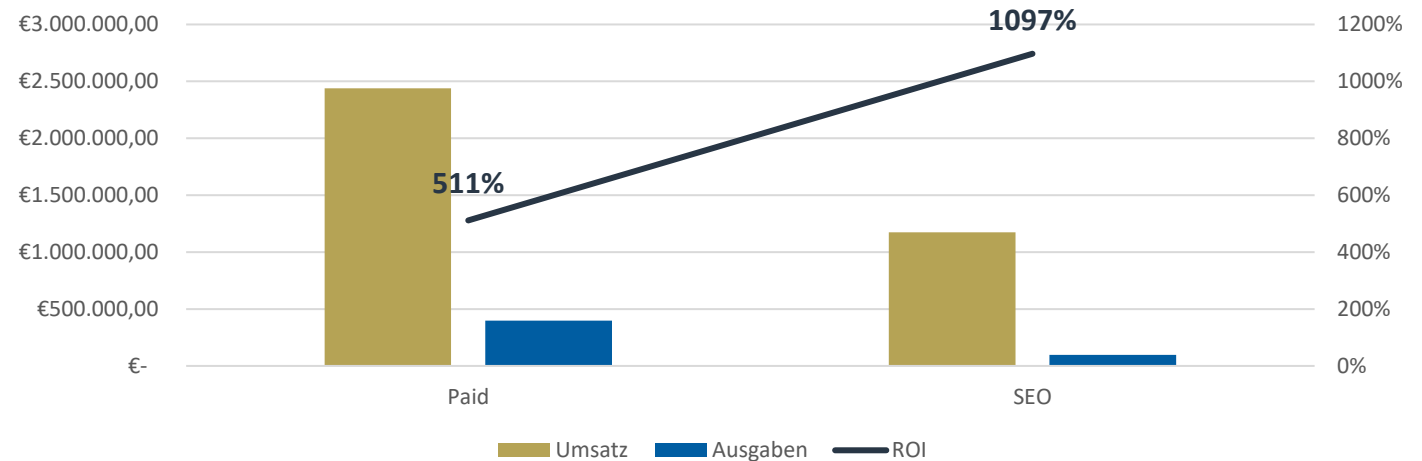
Möglicher Umsatz
SEO / Jahr

ANHAND DATEN ONLINE MARKETING KANÄLE VERGLEICHEN

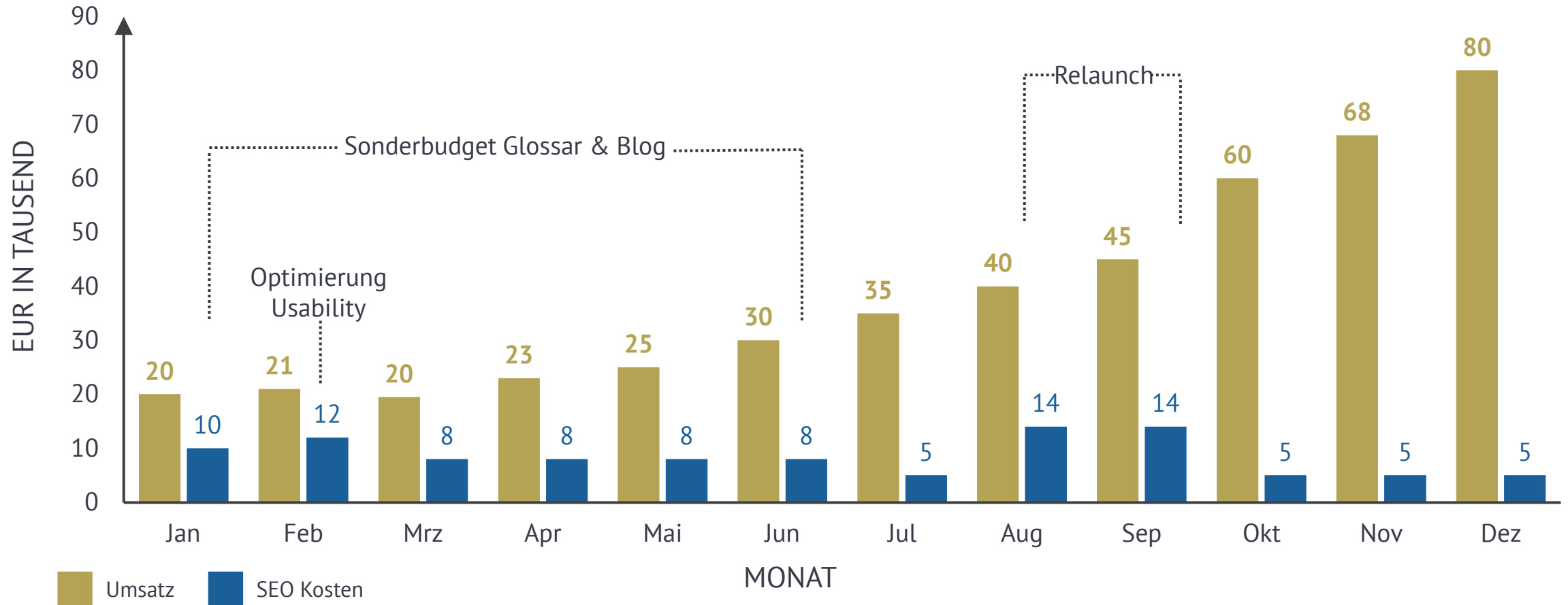
ROI IM VERGLEICH

- Trotz höherer Umsätze über Paid ist der ROI über SEO höher
- **Nicht nur Umsatz, auch ROI prüfen** und ggf. Budgets anpassen/verlagern

	Umsatz (y)	Investitionskosten/Ausgaben (y)	ROI (y)
 PAID	2.437.666 €	398.721 € <i>Werbekosten + Manpower</i>	511%
 SEO	1.172.668 €	98.000 € <i>Manpower + Toolkosten</i>	1097%



PROGNOSEN ANHAND DATEN ABLEITEN



Erfahrungswerte anhand konkreter Daten sammeln und Prognosen und Budget daraus ableiten

**“DU HAST EINEN BESSEREN ROI WENN DU
DATA DRIVEN BIST”**

DIESE DATEN MÜSSEN AUTOMATISCH GENERIERT WERDEN!

Beispiel #1:

Fehlende oder
unzureichende Keyword-
Analyse → kein Traffic



ONLINE SOLUTIONS GROUP®
Your Link to Success.

KEYWORDANALYSE

KEYWORDS

- Im SEO sind Keywords der Dreh und Angelpunkt
- Ziel muss immer sein, mit den wichtigsten Umsatzrelevanten Keywords in der Top5 bei Google platziert zu sein
- Keine guten Rankings → kein Traffic → kein Umsatz → negativer ROI**
- Probleme
 - Keywordanalyse wird nur zu Beginn gemacht, aber Daten ändern sich
 - Es werden die falschen Keywords ausgewählt
 - Es werden zu wenige Keywords ausgewählt
- Das Keywordset beeinflusst maßgeblich die Strategie. Fehler hier kosten Geld.

☐ HINZUFÜGEN			Google Search Console			
#	Suchanfragen	Hinzufügen	Klicks	Impressionen	CTR	Position
-	performance suite	✓	272	1.609	13,17 %	8,71
-	seo tool	✓	149	17.158	0,63 %	26,57
-	osg performance suite	✓	87	335	27,41 %	3,14
-	content tool	✓	53	2.534	1,66 %	19,36
-	backlink tool	✓	36	6.760	0,53 %	22,43
☐	performance suit	Hinzufügen	12	41	30 %	2,92
-	local seo tool	✓	12	6.032	0,16 %	30,51
-	uptime monitoring	✓	7	2.078	0,27 %	17,45
-	keyword tool	✓	7	4.833	0,1 %	45,66
-	brand protection tool	✓	5	657	0,58 %	3,38
-	seo content tool	✓	5	1.600	0,31 %	16,42
-	sea tool	✓	4	988	0,32 %	15,47

ANFORDERUNGEN AN KEYWORD-ANALYSE (AUSZUG)

Je weniger Daten zur Verfügung stehen, desto schlechter der ROI. Aber: extrem zeitaufwändig

RANKINGS

- Wo ranke ich aktuell?
- Ranken bereits Inhalte für die Keywords und auf welcher Position

REGIONAL

- Werden die Keywords regional gesucht?
- Benötige ich lokale Landingpages?

SUCHVOLUMEN

- Wie hoch ist das Suchvolumen der Keywords?

SUCHINTENTION

- Transaktionsorientiert?
- Informationsorientiert?
- Welche Inhalte muss ich erstellen?

WETTBEWERB

- Wer rankt?
- Sind die Keywords branchenrelevant?
- Wie stark ist der Wettbewerb?

GOOGLE

- Synonyme verwendet?
- Ähnliche Suchanfragen?
- Fragen von Google?

SEA

- Welche Keywords werden z.B. in Google Ads genutzt?

CLUSTERING

- Wie viele Keywords pro Text?
- Kann ich für mehrere Keywords mit einem Text ranken oder benötige ich mehr Inhalte?

WORST CASE

Unpassende Keywords, Nutzer-Intention nicht berücksichtigt

Datum der Veröffentlichung	Autor	Titel	URL	Bereich	Keywords
23.08.2022	Herr Mustermann	Flexible Arbeitszeitmodelle: 4-Tage vs. 42	https://www.domain.com/flexible-arbeitszeit	News	flexible arbeitszeitmodelle
11.08.2022	Herr Mustermann	Employer Branding: Die eigene Arbeitgeb	https://www.domain.com/employer-branding	News	employer branding
10.08.2022	Herr Mustermann	Der innere Kompass: Orientierung im Lea	https://www.domain.com/innere-kompass-o	News	innere kompass
09.08.2022	Herr Mustermann	Empowerment im Leadership - Mitarbeite	https://www.domain.com/empowerment-im	News	empowerment im leadership
08.08.2022	Herr Mustermann	Die Red-Queen-Hypothese: Ist das der Erf	https://www.domain.com/die-red-queen-hyp	News	red-queen-hypothese
05.08.2022	Herr Mustermann	Online-Coaching für Führungskräfte	https://www.domain.com/online-coaching-fu	News	online-coaching
04.08.2022	Herr Mustermann	Führungskräfte-Coaching: So profitierst D	https://www.domain.com/fuehrungskraefte-	News	führungskräfte-coaching
03.08.2022	Herr Mustermann	Über die Kunst des Delegierens: Was Leac	https://www.domain.com/ueber-die-kunst-d	News	delegieren
01.08.2022	Herr Mustermann	Wann lohnt ein situativer Führungsstil?	https://www.domain.com/wann-lohnt-ein-sit	News	situativer führungsstil
29.07.2022	Herr Mustermann	So stärken Führungskräfte die Innovation	https://www.domain.com/so-staerken-fuehr	News	innovationskraft,
25.07.2022	Herr Mustermann	Digitale Kommunikation für die erfolgreic	https://www.domain.com/digitale-kommunik	News	digitale kommunikation, kommunikation
22.07.2022	Herr Mustermann	Feedback für Veränderung: Das steckt hir	https://www.domain.com/feedback-fuer-ver	News	change management, lean change management
20.07.2022	Herr Mustermann	Das pyramidale Prinzip für die perfekte Pr	https://www.domain.com/das-pyramidale-pr	News	pyramidale prinzip
04.07.2022	Herr Mustermann	Führung in der Krise: So baust Du Dein Te	https://www.domain.com/fuehrung-in-der-k	News	führung in der krise
23.06.2022	Herr Mustermann	Social Media für Führungskräfte: So geling	https://www.domain.com/social-media-fuer-	News	social media
17.06.2022	Herr Mustermann	Zeitfresser Meeting: So befreist Du Dich v	https://www.domain.com/so-befreist-du-dic	Ratgeber-Text	meeting
15.06.2022	Herr Mustermann	Der Open Space: So schaffst Du eine effel	https://www.domain.com/open-space-eine-e	News	open space
09.06.2022	Herr Mustermann	Future Skills: Diese Kompetenzen sind in c	https://www.domain.com/diese-future-skills-	News	skills
08.06.2022	Herr Mustermann	Business Yoga: Teambuilding durch Entsp	https://www.domain.com/business-yoga-tea	News	business-yoga
07.06.2022	Herr Mustermann	Team-Management: Wie gute Leader heu	https://www.domain.com/team-managemen	News	team-management

WORST CASE

TRAFFIC WERT

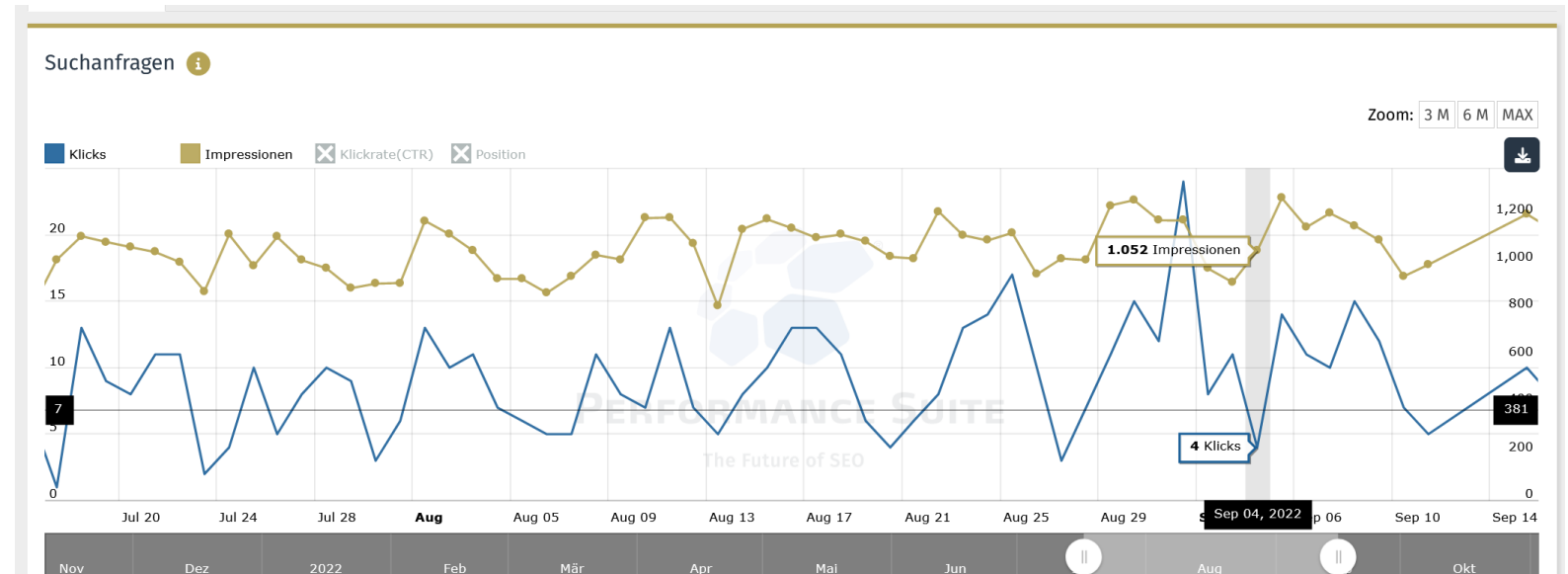
- Beispiel Keyword „skills“
- Trotz vermeintlich hohem Suchvolumen nicht SMART → Keyword kann nicht gut ranken, da erstellter Texte an Nutzerintention vorbei geht (User erwartet z.B. Definition)
- **Traffic-Wert gleich null** (Trafficwert = Klicks x CPC)

Keyword Ranking - Verlauf ⓘ		Detail ⓘ
Keyword	skills	
Standort	Munich	
Device	desktop	
Kategorie	Erstellter Content	
CPC	0,34 €	
SV	22200	
Hinzugefügt	08.06.2022 07:58	
SEO Traffic Letzter Monat (Search Console)	0 (09.09.2022 - 09.10.2022)	
SEO Traffic Dieser Monat (Search Console)	0 (09.10.2022 - 09.11.2022)	
SEO Traffic Gesamt (Search Console)	0	
SEO Traffic Wert (Search Console)	0,00 €	
Google Ads vorhanden	Nein	
Durchschnittliche Keyworddichte (Position 1 - 10)	2,51% (51,89)	
Durchschnittliche Keyworddichte (Position 90 - 100)	2,17% (30,80)	
Durchschnittliche Textlänge (Position 1 - 10)	2063	
Durchschnittliche Textlänge (Position 90 - 100)	1420	
Durchschnittliche Linkpower (Position 1 - 10)	50	
Durchschnittliche Linkpower (Position 90 - 100)	38	
Keyword Dynamik (Top 10 Heute) ⓘ	30,00%	
Keyword Dynamik (Top 100 Heute) ⓘ	72,00%	
Keyword Dynamik (Top 10 Monat) ⓘ	70,00%	
Keyword Dynamik (Top 100 Monat) ⓘ	75,00%	

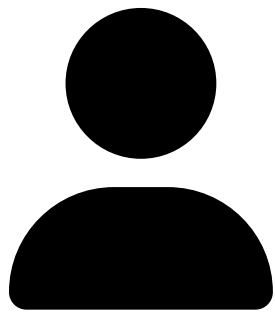
WORST CASE

TRAFFIC WERT

- Trotz vieler erstellter Texte kaum Klicks pro Monat, da die Positionen zu schlecht sind
- **Keine Klicks → kein Umsatz**



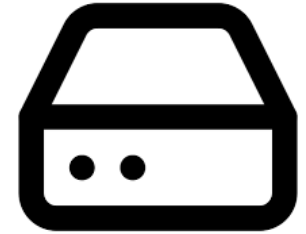
SEO ROI



SEO Manager



Keyword-Analyse



Laufwerk

MANUELLE KEYWORDANALYSE

ALT

- Keywordanalyse wird nur **zu Beginn** gemacht
- Oft nicht hollistisch (keine ergänzen Keywords als Daten von Google)
- Texter/Redakteure haben meist keinen Zugriff auf Daten und Tools für Keyword-Analysen und können keine Keywords prüfen oder ergänzen

NACHTEILE

- SEO Wachstum ist beschränkt
- Suchverhalten der User ändert sich
- **Weniger Performance**
- Weniger zielgerichteter Content
- Potenzial durch weitere Keywords geht verloren
- Der Großteil der Firmen optimiert auf die selben Keywords

NEU

- **Automatische neue Keyword-Vorschläge**
- Keywords werden beiläufig von **jedem** ergänzt
- Auch für den Endkunden selbst ist es spielend einfach neue Keywords zu finden.
- **Keyword-Set wächst** stetig, Content wird eingeplant, Sichtbarkeit steigt
- Alle Daten aus allen Tools z. B. GSC fliesen zusammen

AUTOMATISCHE VORSCHLÄGE

DETAIL-ANSICHT PRO KEYWORD – Hier am Beispiel „aquatische Düfte“

- Automatisch neue Keyword-Vorschläge für jedes hinterlegte Keyword
- **Tägliche Prüfung**
- Echte User Fragen zum Keyword – direkt von Google



LOW HANGING FRUITS

KEYWORDANALYSE

- Die Google Search Console liefert viele Daten zu Keywords und Traffic
- Hier sollten regelmäßig Potentiale geprüft werden und in das eigene Monitoring aufgenommen werden
- Welche Keywords erzielen viele Impressions aber noch wenig Klicks? Habe ich hierfür bereits Texte oder muss ich Content erstellen?

15:23 Montag 8. Aug. OSG Performance Suite Language (EN) 12749 40 Florian Müller

Dashboard

SEO

- Dashboard Manager
- Dashboard
- Visibility
- Traffic
- Keywords
- Backlinks
- Content
- Indexed pages
- Google & Bing
- Dashboard
- Google
- Dashboard
- Keyword
- Page
- Bing
- Brand care
- Google My Business
- OnPage Crawler
- Robots.txt
- SEA

Keyword	Check	Impressions	Clicks	CTR	Cost
sonnensegel baugenehmigung	✓	41	133	32,47 %	1,23
☐ sichtschutz balkon nach maß	Add	41	291	15,25 %	1,73
☐ beschattung für terrassenüberdachung	Add	40	1.196	3,38 %	7,06
markisenstoff reinigen	✓	38	700	6,09 %	6,65
faltmarkise nach maß	✓	38	259	14,25 %	2,19
sonnensegel individuell	✓	37	279	14,53 %	1,25
sonnensegel genehmigungspflichtig	Add	37	881	4,02 %	3,33
balkonsichtschutz	✓	34	291	13,86 %	1,3
stockflecken aus markise entfernen	Add	34	6.087	0,44 %	13,06
sonnenschutz stoff mit ösen nach maß	Add	33	207	17,63 %	2,74
innenliegender sonnenschutz terrassenüberdachung	Add	33	558	6,04 %	3,99
markise imprägnieren	Add	32	1.852	1,64 %	6,14
☐ ADD		31	1.249	2,49 %	4,63

Showing 1 to 50 of 9,425 entries

**“KEYWORD RESEARCH SOLLTE LAUFEND
BETRIEBEN UND FÜR DIE PLANUNG NEUER
INHALTE GENUTZT WERDEN.”**

MODERNE TOOLS MÜSSEN DIESE PROZESSE ABBILDEN!

Beispiel #2:

Es werden laufend neue Texte erstellt, ohne zu prüfen ob Rankings, Traffic und Umsatz steigen.



ONLINE SOLUTIONS GROUP®
Your Link to Success.

WORST CASE

CONTENT

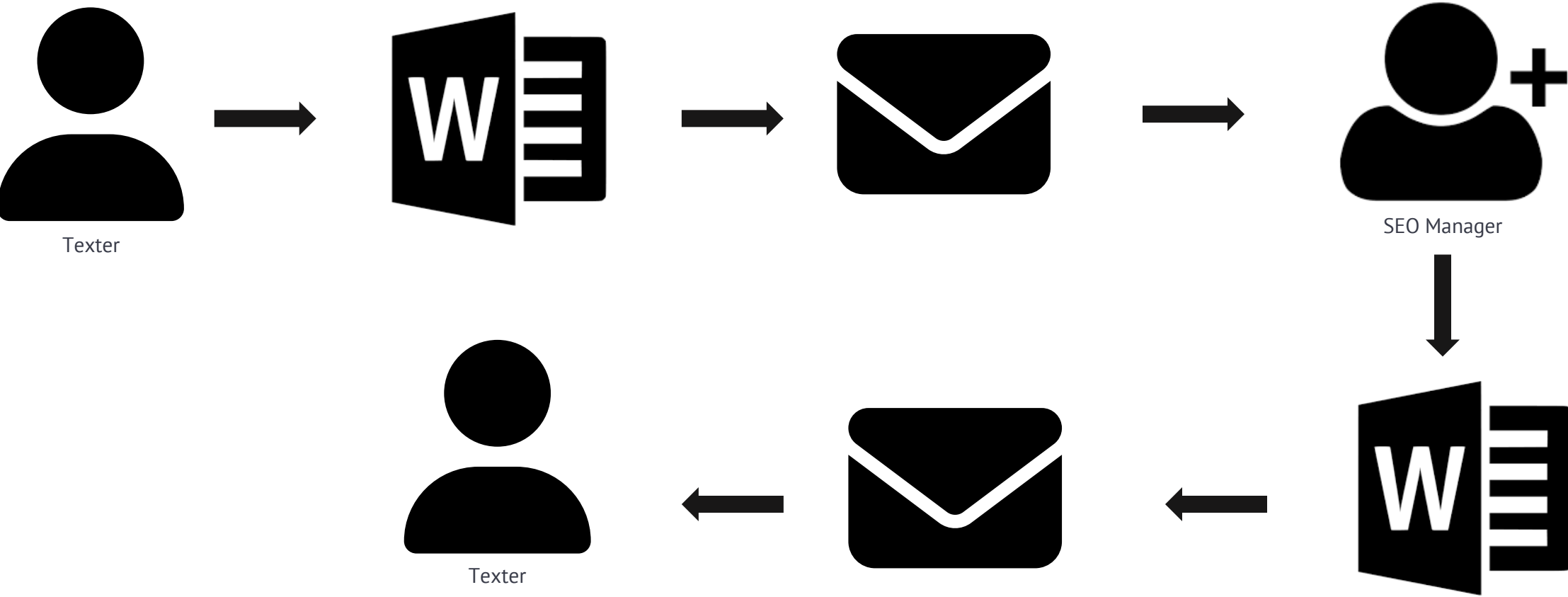
- Pro Monat werden 15 Texte erstellt
- Kein Text rankt für relevante Keyword
- Keine Ranking → kein Traffic → kein Umsatz!

Kosten von mehreren Tausend € im Monat, ohne dass Erfolge eintreten

Datum	Datum der Veröffentlichung	Ersteller	Titel	Url	Traffic	Korrektur gelesen	Bereich	Status	Keywords und 2-Monats-Trend	Wortanzahl
		Ersteller	Titel	Url		Alle	Alle	Alle (3)	Keywords und 2-Monats	
22.06.2022	28.06.2022		Das Leadership als Erfolgsfaktor im Employer Branding		0	x	News-Text	Veröffentlicht	führungskräfte coaching (100), coaching für führungskräfte (100), employer branding (100)	560
21.06.2022	27.06.2022		Mindful Leadership: Mit Achtsamkeit zur Führungskompetenz		0	x	News-Text	Veröffentlicht	mindful leadership (100)	611
21.06.2022	24.06.2022		Das Konzept des Shared Leadership		0	x	News-Text	Veröffentlicht	shared leadership (100)	528
20.06.2022	01.07.2022		Wie das Digital Leadership gelingen kann		0	x	News-Text	Veröffentlicht	digital leadership (100)	548

Kein Traffic

Keine Rankings



SEO CHECK IN WORD

ALT

- Eine Firma sendet einen erstellten Text in einer Word-Datei an die SEO-Agentur (oder den internen SEO Manager) um diesen aus SEO-Sicht prüfen zu lassen. Diese bearbeitet den Text mit „Änderung nachverfolgen Modus“ und sendet ihn zurück.

NACHTEILE

- **Zeitaufwendig** (ca. 30 – 60 Minuten pro Text)
- Der zuständige SEO-Manager prüft den Text „wie er meint“. Hier wird häufig nach **Bauchgefühl** gearbeitet.
- Es sind über 100 SEO-Kriterien zu beachten, die **kein Mensch manuell prüfen kann**.
- Zwangsläufig werden SEO-Tipps oder sprachliche Dinge vergessen.

NEU

- Jeder kann mit Hilfe eines smarten Content-Tools selbst SE-Optimierte Texte erstellen. Wenn die SEO-Agentur noch mal drüber schauen möchte, geht das **im selben Tool**.
- Empfehlungen basieren auf **Daten**, z. B. Textlänge
- Das Tool vergisst nicht einfach die Hälfte der relevanten SEO-Kriterien weil es müde ist + prüft den Sprachgebrauch.

LÖSUNG: TOOL & PROZESS



Der gesamte Prozess wird in der Performance Suite abgebildet und ist somit von jedem nutzbar: <https://www.performance-suite.io/content-tool/>

TEXT ERSTELLUNG MIT SEO TIPPS

Die Texte werden in Echtzeit auf alle relevanten Faktoren geprüft.

PERFORMANCE SUITE

Alle Kundenperformance-suite.ioSprache (DE)100%Norman Müller

Dashboard

SEO

Dashboard Manager

Dashboard

Sichtbarkeit

Traffic

Keywords

Backlinks

Content

Übersicht

Alle Texte

Geplante Texte

Roadmap

Korrekturen

Archiv

Mediathek

Text erstellen

Indexierte Seiten

Google & Bing

Google My Business

OnPage Crawler

Robotstxt

SEA

Social

Affiliate

Website Crawler (Neu)

Markenschutz

Security

Ladezeiten & Uptime

Analytics

Mailing-Tool

Projektmanagement

Kundencenter

Einstellungen

Weiterempfehlen

Beratung erwünscht

Über 10 Sprachen – Rechtschreibung & Grammatik

Name des Texters

Textname

Sprache

Textart

Meta-Titel 61 Zeichen

Meta Beschreibung 190 Zeichen

Titel (h1)

Text

Über uns

Ihr Ansprechpartner in Zeiten des digitalen Wandels

Unser Ziel als SEO Agentur, die bereits seit 2008 den Ton am Markt angibt, ist daher die dauerhafte Flexibilisierung. Wir möchten Sie und Ihre Anforderungen besser verstehen und Ihnen die nötigen Hilfen mit auf den Weg geben. Wenn es um die digitale Transformation in Ihrem Betrieb geht, sind Sie mit unserem Tool bestens aufgestellt und greifen auf ein effizientes System zurück. Gleichzeitig wird es möglich, Kosten auf Dauer zu senken und die Effizienz im Marketing spürbar zu erweitern. Dank Künstlicher Intelligenz und Automatisierung sind wir in der Lage, Sie umfassend zu entlasten.

Wenn es um die Steigerung Ihrer Effizienz geht, sind wir als leidenschaftlicher Partner im Online Marketing bei jedem Projekt an Ihrer Seite. Dies lässt Sie auf Dauer Zeit und Kosten sparen, um Ihre Projekte zielgerichtet und professionell voranzutreiben. Sowohl mit unseren KI-basierten Tools als auch mit weiterführenden Services und Leistungen stehen wir Ihnen als SEO Agentur stets zur Seite.

Unsere Mission

Inhaltspunktzahl

SEO Check

Briefing / Kommentare

Vorschau Title/Description

Wortanzahl

Füllwort-Quote

SEO-Score: Live-Bewertung des Texts anhand über 100 Checks

Meta Tags: Länge, Keyword-Nutzung, etc.

Überschrift: Keyword Nutzung

Briefing-Funktion und Abstimmung via Kommentaren

Wie lang muss mein Text werden? Wie viele Wörter brauche ich zum ranken?

ECHTE USER-DATEN

Nirgendwo sind die User so ehrlich wie bei Google. Diese Daten nutzen und Texte mit relevanten Infos ergänzen und die Infos zur Recherche nutzen.

Keyword Insights

Fragen

Verwandte Suchanfragen

Leute suchten auch nach

Knowledge Graph

Videos

Top Stories

Keyword: zeiterfassung * (9 Einträge)

#	Fragen	Url	Suchvolumen	CPC (€)	Pos.	Rankende URL	Aktionen	Im Text
1	Ist der Arbeitgeber zur Zeiterfassung verpflichtet?	G	0	0.00	-	-	+ HINZUFÜGEN	x
2	Ist eine Zeiterfassung Pflicht?	G	0	0.00	-	-	+ HINZUFÜGEN	x
3	Wann ist Zeiterfassung Pflicht?	G	10	1.67	-	-	+ HINZUFÜGEN	x
4	Wann wird die digitale Zeiterfassung Pflicht?	G	0	0.00	-	-	+ HINZUFÜGEN	x
5	Wann wird Zeiterfassung Pflicht?	G	0	0.00	-	-	+ HINZUFÜGEN	x
6	Was ist bei der Zeiterfassung zu beachten?	G	0	0.00	-	-	+ HINZUFÜGEN	x
7	Welche Zeiterfassungs App ist gut?	G	0	0.00	-	-	+ HINZUFÜGEN	x
8	Wer ist zur Zeiterfassung verpflichtet?	G	10	0.62	-	-	+ HINZUFÜGEN	x
9	Wie erfasst man Arbeitsstunden?	G	0	0.00	-	-	+ HINZUFÜGEN	x

1 bis 9 von 9 Einträgen

Keyword: arbeitszeiterfassung (25 Einträge)

Keyword: zeiterfassungssystem (4 Einträge)

* gewähltes Fokus Keyword

Welche Infos sind laut Google zu dem Keyword relevant

Welche Fragen stellen User die nach „Zeiterfassung“ suchen? Welche Zusatz-Keywods sind relevant?

ECHTE USER-DATEN

Kein Tool „versteht“ das Suchverhalten besser als Google. Daten helfen dem Autor bei der Recherche „was wollen User wissen“ und machen den Text informativer.

Keyword Insights ⓘ

Fragen ⓘ Verwandte Suchanfragen ⓘ Leute suchten auch nach ⓘ Knowledge Graph ⓘ Videos ⓘ Top Stories ⓘ

Keyword: **zeiterfassung** * (12 Einträge)

#	Keyword	Url	Suchvolumen	CPC (€)	Pos.	Rankende URL	Aktionen	Im Text
1	zeiterfassung login	G	10	0.00	-	-	+ HINZUFÜGEN	
2	zeiterfassung gesetz	G	720	0.59	-	-	+ HINZUFÜGEN	x
3	zeiterfassung datenv	G	210	4.13	-	-	+ HINZUFÜGEN	x
4	zeiterfassung für kleinbetriebe	G	260	6.63	-	-	+ HINZUFÜGEN	x
5	zeiterfassung berechnen	G	70	1.34	-	-	+ HINZUFÜGEN	
6	zeiterfassung handwerk	G	210	6.95	-	-	+ HINZUFÜGEN	x
7	zeiterfassung personal	G	40	5.55	-	-	+ HINZUFÜGEN	x
8	zeiterfassung software	G	480	11.23	-	-	+ HINZUFÜGEN	x
9	zeiterfassung app	G	3600	5.03	-	-	+ HINZUFÜGEN	x
10	zeiterfassung kostenlos	G	720	3.44	-	-	+ HINZUFÜGEN	x
11	zeiterfassung excel	G	1900	1.17	-	-	+ HINZUFÜGEN	x
12	zeiterfassung online	G	1300	8.47	9	-		

Spannende Keywords direkt im
Keyword-Pool speichern

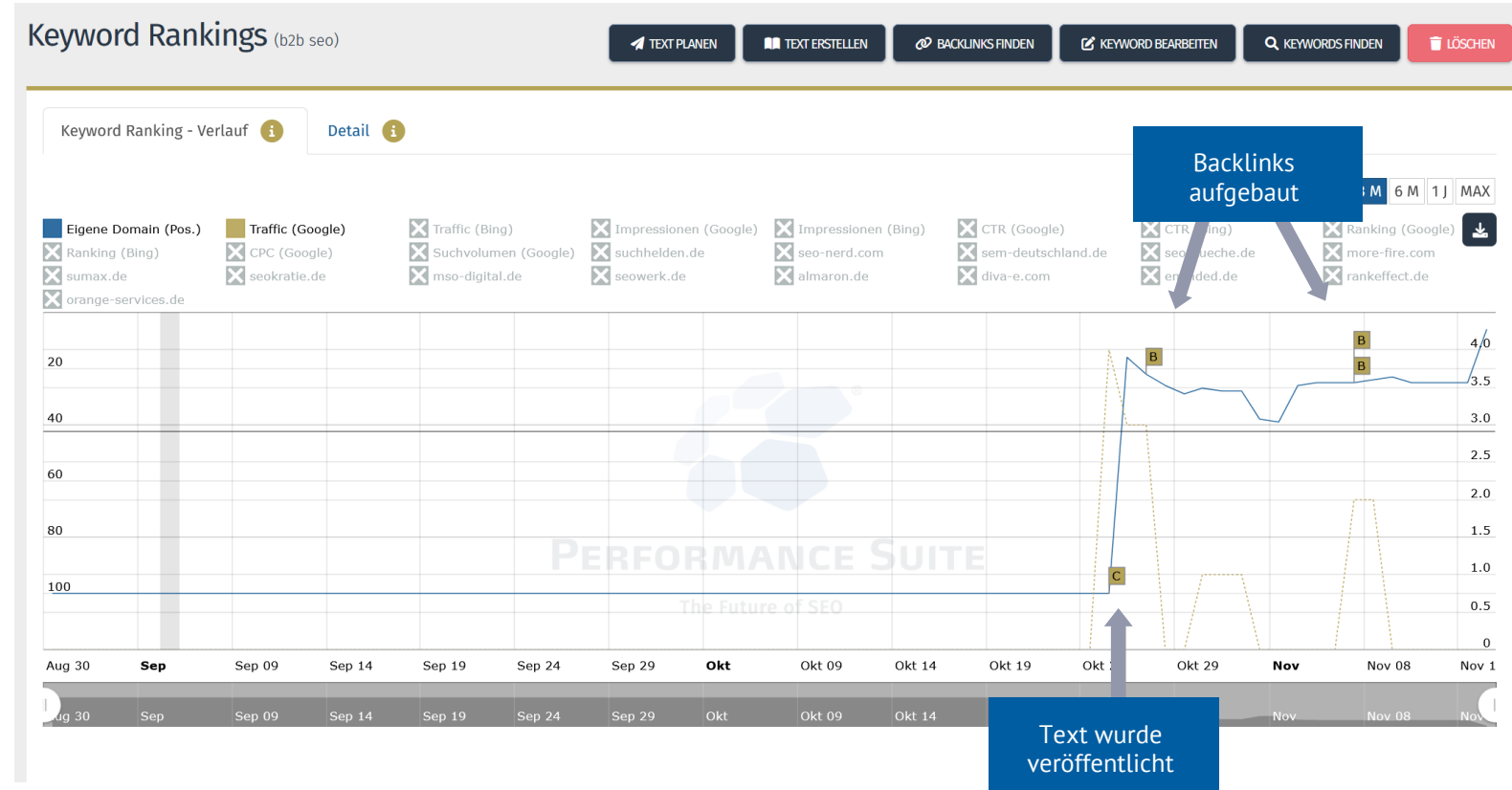
Welche Zusatz-Keywords sind
relevant?

Wofür ranke ich schon?

AUTOMATISCHE ERFOLGSKONTROLLE

RANKING

- Ranking steigt nach Veröffentlichung, aber nicht „gut genug“; nur Position 16
- Content durch Backlinks gestärkt. Nach 3 Wochen auf Position 6



CONTENT ÜBERSICHT

ÜBERSICHT ALLER TEXTE

- Wichtig: Unbedingt alle Texte sammeln und Daten wie Traffic und Ranking verfolgen.
- Auch nachträgliche Optimierungen von Texten möglich → meist deutlich günstiger als laufend neue Texte zu erstellen
- Score-Entwicklung (Score wird regelmäßig neu berechnet – so kann optimiert werden, BEVOR Rankings fallen)

Tipp:

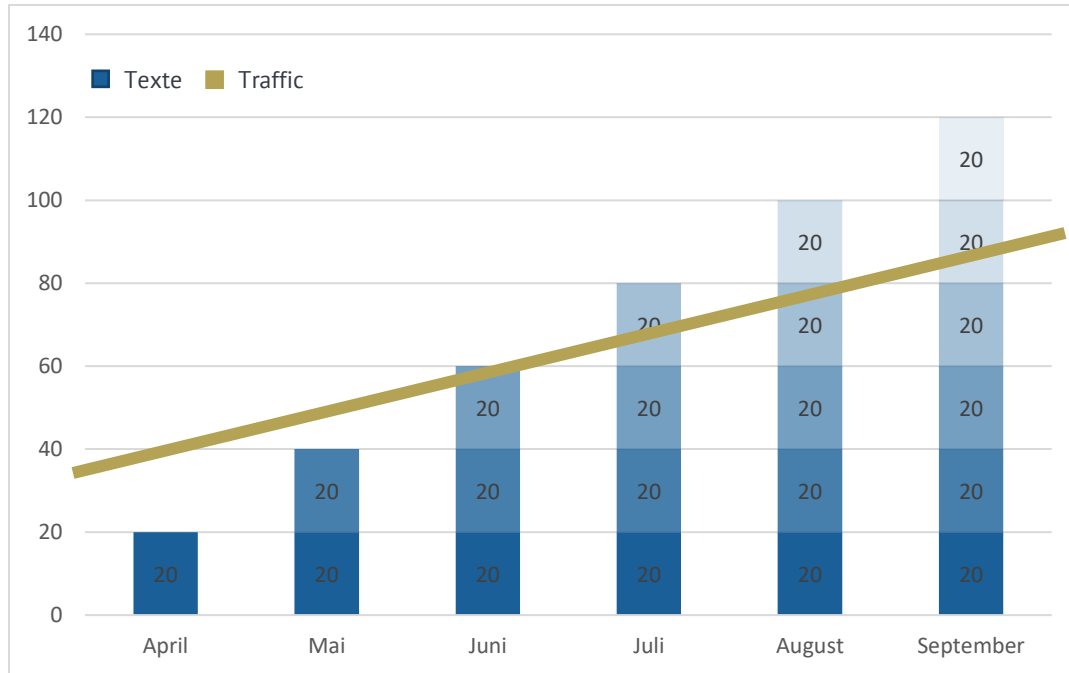
Nicht nur neue Texte erstellen, sondern auch alte prüfen und nach-optimieren.

SEO Traffic

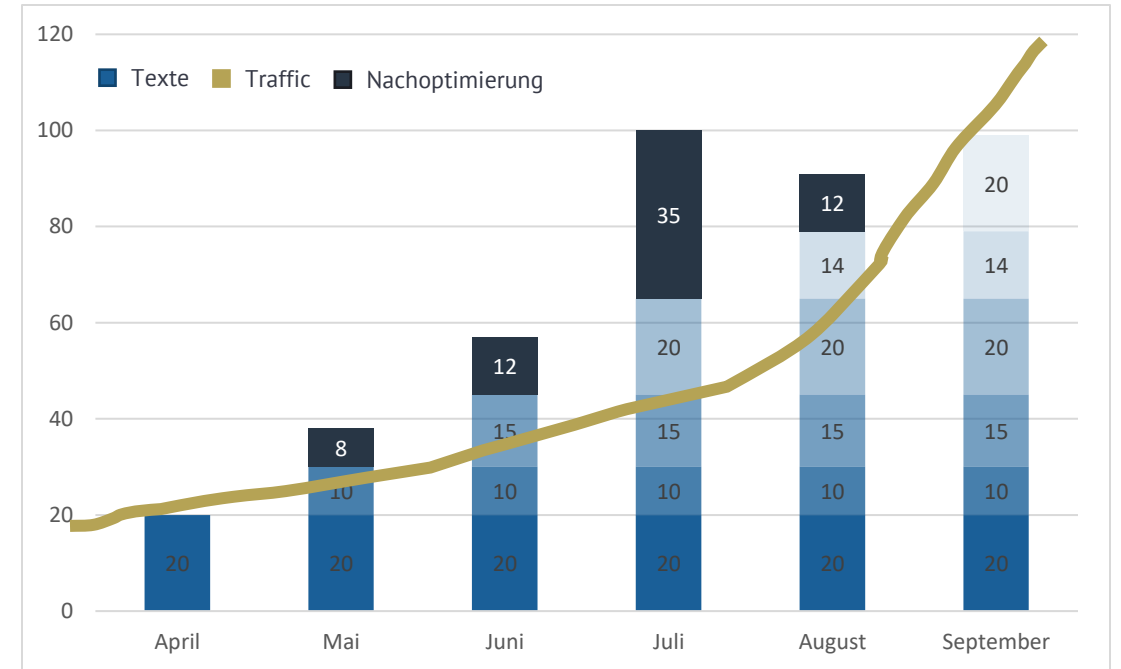
SEO Rankings mit Trend

Datum	Datum der Veröffentlichung	Ersteller	Titel	Url	Traffic	Korrektur gelesen	Bereich	Status	Keywords und 2-Monats-Trend	Wortanzahl	Content Score und 2-Monats-Trend	Duplicate Content	Kommentare	Export	Aktionen
26.05.2022	04.07.2022	Florian Müller	Keywordtool Ip optimieren	https://www.performance-suite.io/keyword-ranking-tool/	106	x	Website-Landingpage-Text	Veröffentlicht	keyword ranking tool (8 ↑), keyword tool (15 ↑), keyword-ranking-tool (8 ↓), google keyword tool (67 ↓), google-keyword-tool (78 ↓), keyword-tool (17 ↑)	2588	69 →	19%	3		
26.05.2022	13.06.2022	Florian Müller	Seo tool Ip optimieren	https://www.performance-suite.io/seo-tool/	93	x	Website-Landingpage-Text	Veröffentlicht	seo tool (3 ↑), seo-tool (3 ↑), google seo tools (19 ↑), google seo tool (100), google seo-tool (23 ↑)	2765	60 →	13%	0		
29.11.2021	10.12.2021	Anna Eberle	Services	https://www.performance-suite.io/service/	14	✓	Website-Landingpage-Text	Veröffentlicht	online solutions group (100), seo agentur (100), dienstleistungen (100), seo services (100)	2409	57 →	4%	0		
07.11.2021	10.12.2021		SEO Tool	https://www.performance-suite.io/seo-tool/	0	✓	Website-Landingpage-Text	Veröffentlicht	seo tool (3 ↑), seo hilfe (100), suchmaschinenoptimierung (100)	2634	72 →	0%	0		
11.11.2021	07.12.2021		SEO Technik Crawler	https://www.performance-suite.io/seo-technik-crawler/	0	✓	Website-Landingpage-Text	Veröffentlicht	seo technik crawler (1 ↑), webcrawler (100), website crawler (50 ↓), onpage crawler (13 ↑)	2680	70 →	4%	0		
12.11.2021	07.12.2021		Backlink Tool	https://www.performance-suite.io/backlink-tool/	0	✓	Website-Landingpage-Text	Veröffentlicht	backlink tool (4 ↓), backlink checker (100), backlinks (98 ↓), linkbuilding (100)	2323	100 →	3%	0		
12.11.2021	07.12.2021		Content Tool	https://www.performance-suite.io/content-tool/	0	✓	Website-Landingpage-Text	Veröffentlicht	content tool (1 ↑), content verbessern (100), content (100)	2841	78 →	4%	0		

STRATEGIE ANPASSEN



- Jeden Monat 20 neue Texte
- Keywordset steigt
- Hoffnung: laufend mehr Traffic



- Jeden Monat weniger neue Texte
- Nachoptimierung alter Texte
- Keywordset steigt
- Mehr Traffic durch bessere Rankings möglich

Beispiel #3:

Es wird viel Budget für Linkaufbau ausgegeben, der Impact aber nicht gemessen.



ONLINE SOLUTIONS GROUP®
Your Link to Success.

WORST CASE

LINKAUFBAU

- Linkaufbau wird gar nicht betreiben oder es werden tausende Euro für Linkbuilding ausgegeben ohne zu messen, was die Links bringen
- Nicht jeder Link hat direkten Einfluss auf Umsatz, aber Ziel ist, dass die Rankings steigen!
- Die meisten Linkaufbau Reportings werden in Excel erstellt, ohne zu prüfen, wie der Impact ist

Date	Mitarbeiter	Backlink	Linkziel	Link Type	follow
31.10.2022	Max Mustermann	https://www.backlink1.de/parfum-trends-2022	https://www.domain.de/damenduefte/	Contentlink	follow
27.10.2022	Max Mustermann	https://www.backlink2.com/frisuren-feines-haar/	https://www.domain.de/haarpflege/	Contentlink	follow
15.10.2022	Max Mustermann	https://www.backlink3.de/stars/geschlechtsneutrale-kosmetik-fuer-maenner-und-fuer-frauen-zr-91739964.html#id-Comments	https://www.domain.de/kosmetik/	Blogkommentar	nofollow
28.09.2022	Max Mustermann	https://backlink4.de/2022/10/28/parfum-richtig-auftragen/	https://www.domain.de/damenduefte/	Contentlink	follow
26.09.2022	Max Mustermann	https://www.backlink5.de/dienste/haarpflege/	https://www.domain.de/	Branchenverzeichnis	nofollow

SEO ROI

LINKSTRÄRKE

WETTBEWERB

- Wie stark sind die Wettbewerber im Linkaufbau auf Keyword-Ebene?

Keyword RankingsTop 100Eigene URLsCompetitor URLsBacklinksContentAdsFragenVerwandte SuchanfragenVideosShoppingImages

Sehen Sie sich mithilfe dieser Funktion die Meta-Daten Ihrer Konkurrenz genauer an: Formulierung, USPs, Sonderzeichen. Hier sehen Sie direkt, welche Sonderzeichen von Google akzeptiert werden. Sonderzeichen in den Meta-Daten können die Click-Through-Rate (CTR) steigern. Außerdem können Sie hier für jede URL in den Top 100 die Linkpower, die Ladezeit und die Textlänge einsehen. Das gibt Ihnen Hinweise auf Ihr persönliches Optimierungspotenzial.

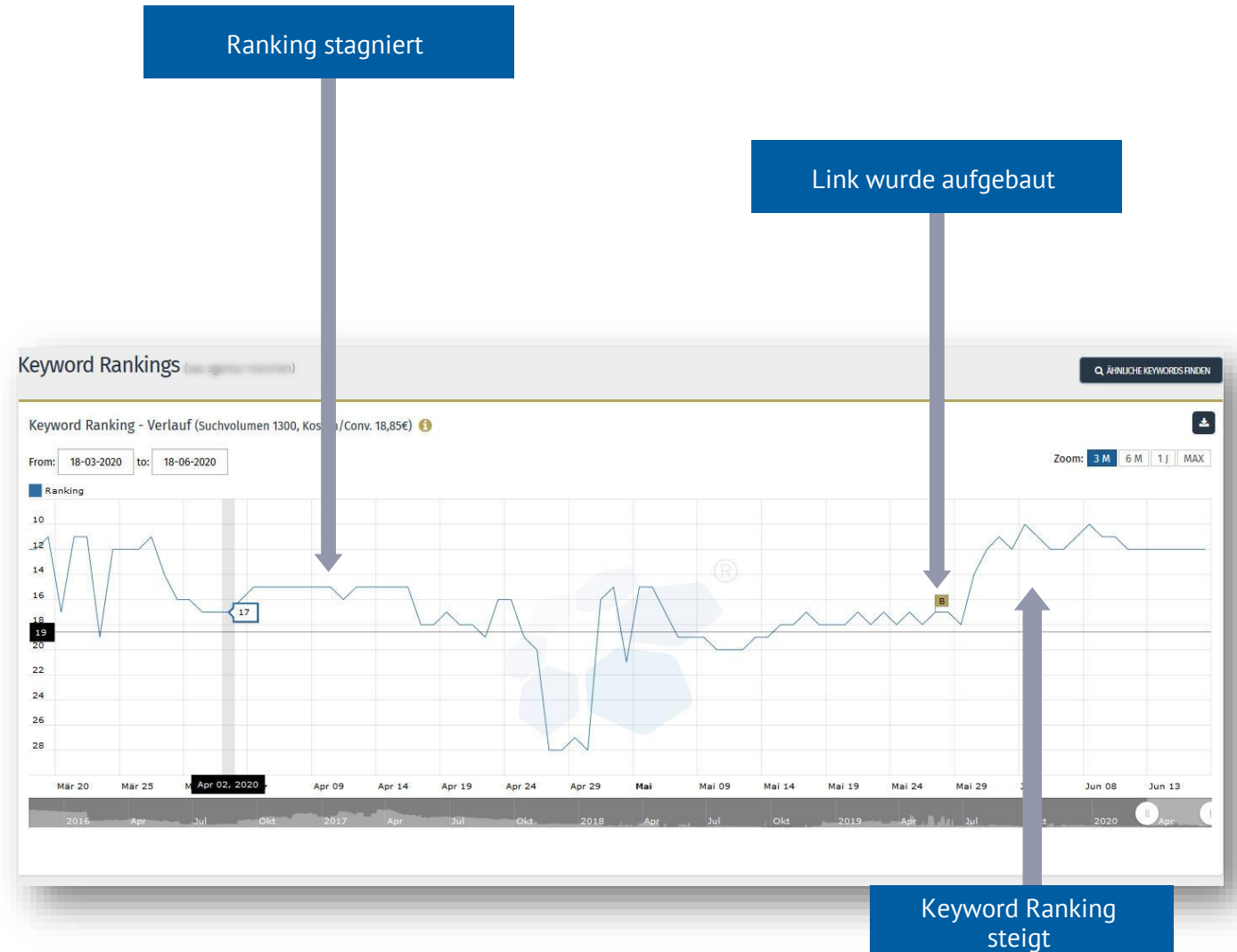
EXPORTHEUTE

#	Url	Δ	Title	Description	Keyword im Title	Keyword in Description	Keyword in URL	Keywordhäufigkeit im Text (Keyworddichte)	Wortanzahl (Erste Abfrage)	Wortanzahl (Letzte Abfrage)	Ladezeit (Sekunden)	Link Power	Aktion
1	https://www.notino.de/parfums/	▲ +1	Parfum & Düfte Parfum online kaufen ✓ notino.de	Ein Parfum (Extrait de Parfum – P) enthält mit 15-30 % die höchste Konzentration an Duftölen in der Duftkomposition. Daher reicht schon eine kleine Menge aus.	Ja	Ja	Ja	61 (1.51%)	4.044 (20.10.)	4.028 (14.11.)	1.76	38	🔗
2	https://www.flaconi.de/parfum/	▼ -1	Parfum & Düfte online kaufen - Flaconi	Das Parfum. Das Parfum und das Essence de Parfum ist das Kostbarste, was die Welt der Düfte zu bieten hat. Die Duftkonzentration ist mit 35% am höchsten und ...	Ja	Ja	Ja	90	2.218 (15.11.)	2.218 (15.11.)	1.88	33	🔗
3	https://www.douglas.de/de/c/parfum/01	• 0	Parfum & Düfte ✓ online kaufen » für Sie & Ihn DOUGLAS	Parfum kaufen im DOUGLAS Online-Shop - Entdecken Sie unsere große Vielfalt für Frauen & Männer. Parfum - Parfums und Düfte wirken auf unser Unterbewusstsein ...	Ja	Ja	Ja	97 (8.3%)	1.120 (21.10.)	1.144 (14.11.)	1.57	45	🔗
4	https://www.parfum.de/	▲ +2	Parfum.de: Parfum kaufen im Online-Shop für Düfte & Kosmetik	Parfümerie Rüdell - Online-Shop für Düfte, Make-Up & Pflegeprodukte. Jetzt Parfum kaufen. Top-Marken, günstiger Versand & schnelle Lieferung.	Ja	Ja	Ja	45 (2.46%)	1.826 (15.10.)	1.790 (10.11.)	0.41	24	+
5	https://www.parfumo.de/	▲ +4	Parfumo: Community mit allen Parfums, Duftbeschreibungen ...	Community zu Parfums - großes Duft-Verzeichnis, Duftbeschreibungen, Bewertungen, Rezensionen, Duftnoten und vieles mehr.	Ja	Ja	Ja	33 (3.41%)	1.032 (22.10.)	905 (15.11.)	0.15	43	+
6	https://www.parfumdreams.de/Parfum	▲ +1	Parfum günstig online kaufen ♥ - Parfumdreams	Parfums bestehen aus Duft- und Aromastoffen, die in verschiedenen Anteilen kombiniert werden und so den unverwechselbaren Duft erzeugen. In der Parfumindustrie ...	Ja	Ja	Ja	155 (1.94%)	7.947 (22.10.)	8.138 (15.11.)	1.16	47	🔗
7	https://www.easycosmetic.de/parfum	▼ -2	Parfum bis zu 55% günstiger kaufen - easyCOSMETIC	Der Ursprung des französisch-stämmigen Wortes Parfum liegt auch im lateinischen "per fumum", was "durch Rauch" bedeutet. Die Römer schickten durch den Weihrauch ...	Ja	Ja	Ja	N.A	N.A	N.A	10	42	🔗
8	https://www.breuninger.com/de/damen/beauty/duefte/	• 0	Parfums & Düfte für Damen online	Parfum – mit Duft erfüllt. Die Welt der Düfte ist individuell und erweckt bei jedem ein anderes Gefühl. Der Schlüssel	Ja	Ja	Nein	134 (4.76%)	2.806 (19.10.)	2.522 (13.11.)	1.14	48	+

LINKAUFBAU

RANKINGS PUSHEN

- Auch der „beste Text“ schafft es manchmal nicht sofort in die Top3
- Hier stagnierte das Ranking monatelang
- Erst durch den aufgebauten Backlink stieg das Ranking signifikant



CASE: UMSATZ DURCH FOREN

Quelle/Medium	Sitzungen	Neue Sitzungen in %	Neue Nutzer	Absprungrate	Seiten/Sitzung	Durchschnittl. Sitzungsdauer	E-Commerce-Conversion-Rate	Transaktionen	Umsatz
bikeboard.de / referral	82	35,37%	29	34,15%	7,46	304,72	2,44%	2	232,10
radreise-wiki.de / referral	104	35,58%	37	26,92%	6,42	279,18	1,92%	2	315,55
gutefrage.net / referral	919	64,09%	589	38,41%	4,61	187,02	0,44%	4	337,25
quaeldich.de / referral	210	30,48%	64	39,52%	6,50	364,17	1,90%	4	430,30
forum.mountainbike-magazin.de / referral	767	48,76%	374	40,16%	4,99	205,00	0,91%	7	443,74
2radforum.de / referral	745	37,99%	283	41,48%	4,30	214,35	1,21%	9	540,04
velomobilforum.de / referral	1162	37,61%	437	52,41%	2,97	129,83	0,69%	8	1003,97
roadcycling.de / referral	489	33,74%	165	27,81%	6,68	347,26	1,43%	7	1854,96
bikeboard.at / referral	1564	35,10%	549	42,71%	5,13	237,82	0,64%	10	1916,04
mtb-forum.eu / referral	1780	40,79%	726	38,60%	5,22	288,67	1,12%	20	2963,39
velomotion.de / referral	1050	20,38%	214	24,29%	7,41	468,58	1,62%	17	3166,23
pedelecforum.de / referral	5295	45,68%	2419	52,16%	3,41	160,07	0,76%	40	3200,20
sportlerfrage.net / referral	196	53,57%	105	57,14%	5,41	264,32	1,53%	3	4467,37
mtb-news.de / referral	26075	36,57%	9536	44,23%	4,49	227,00	0,85%	222	32917,84

- Im besten Fall bringen backlinks auch direkten Traffic und Umsatz, aber kein MUSS
- Foren werden gerne genutzt und haben sehr viel Traffic
- Über gute Foren können auch neue Anfragen erzielt werden

**“GUTE RANKINGS OHNE LINKS SIND BEI
STARKEN KEYWORDS SCHWER ZU
ERREICHEN”**

LINKAUFBAU GEZIELT EINSETZEN

Beispiel #4:

Keine Priorisierung der Aufgaben im Bereich Technik.

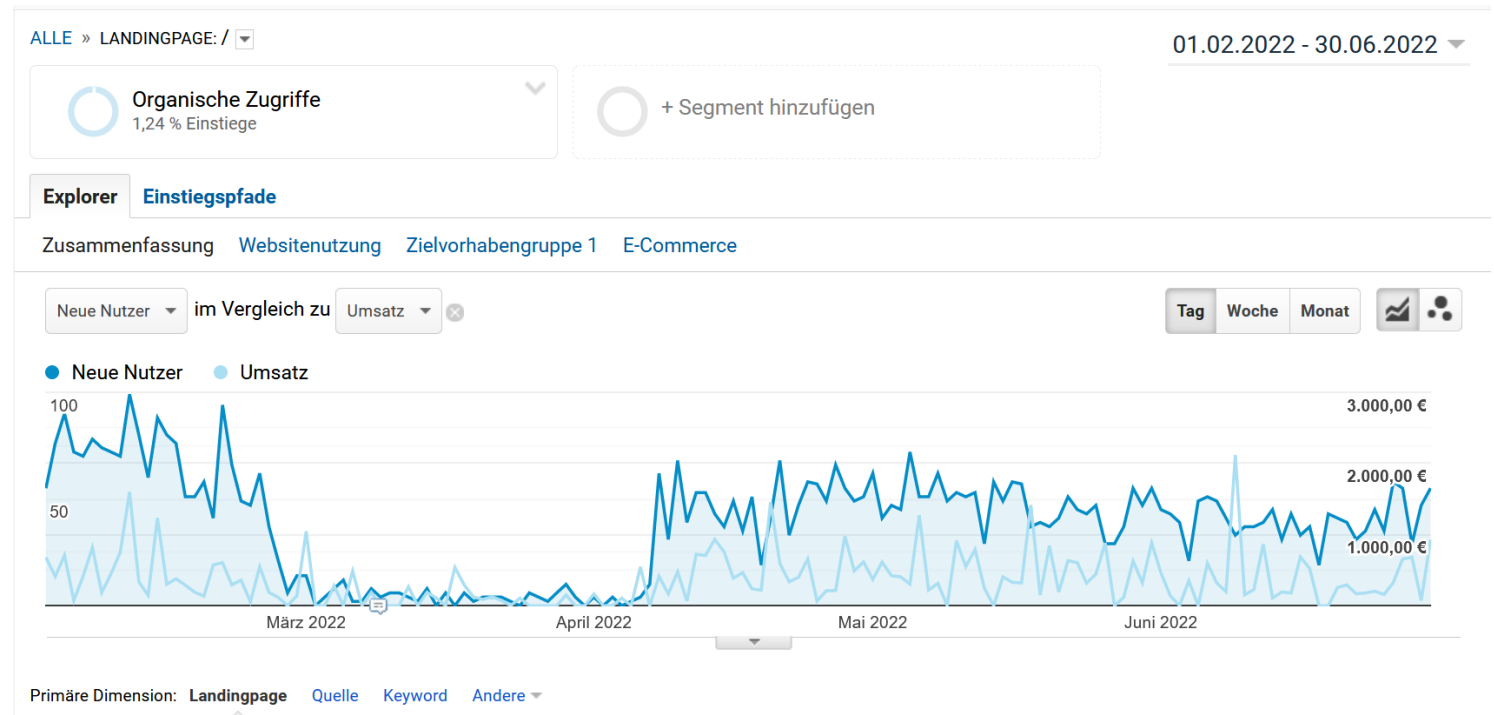


ONLINE SOLUTIONS GROUP®
Your Link to Success.

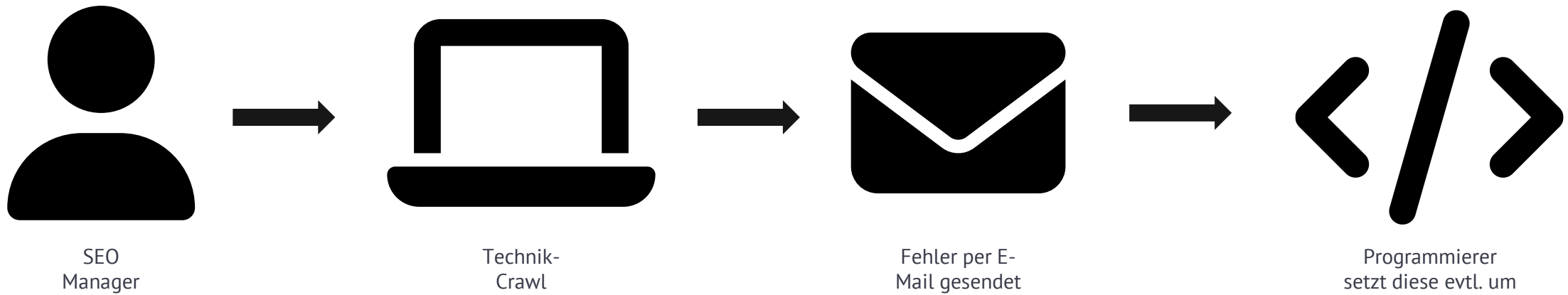
WORST CASE

TECHNIK FEHLER

- Auch „nichts tun“ kostet Geld.
- Hier wurde versehentlich eine wichtige Landigpage auf noindex gesetzt → SEO Traffic und Umsatz sind eingebrochen.
- Problem erst nach 7 Wochen gefunden und gelöst für eine Aufgabe die nur 3 min gedauert hat.
- **Automatische Checks und Alerts schaffen hier Abhilfe.**



SEO ROI



MANUELLE TECHNIK CRAWLS

ALT

- Alle paar Wochen oder Monate (je nach Ressourcen des SEO-Managers) einen Screaming Frog Crawl (Technik-Crawl) starten
- Infos an den Entwickler senden
- Hoffen, dass die Entwickler etwas umsetzen.

NACHTEILE

- Zeitaufwendig
- Manuelle Aufgaben werden vergessen (Urlaub, Krankheit)
- So bleiben **technische Fehler unbemerkt**
- Die **Performance sinkt**
- User bounce
- Das Vorgehen stellt keinen funktionierenden Prozess dar
- **Es wird zu selten geprüft!**

NEU

- Sämtliche Technik-Checks werden **automatisch in passenden Intervallen** durchgeführt.
- Entwickler haben den selben Zugang zum SEO-Tool
- **Alerts** bei Problemen
- Aus den Empfehlungen können direkt Aufgaben erstellt werden die in der Road-Map und im Kalender erscheinen.

LÖSUNG: AUTOMATISIERUNG

- Für optimales SEO sind **zahlreiche automatische Checks** nötig – und das ist nicht nur die Uptime / Downtime der Seite.
- Die Ladezeiten werden bspw. mind. 3-4x am Tag geprüft.
- Die SEO-Technik (z. B. 404-Fehler) werden wöchentlich geprüft.
- So ist stets alles unter Kontrolle. Und die Zuständigen können sich um Dinge kümmern, die nicht automatisierbar sind.

TECHNIK

Regelmäßiger Crawl der Website / Shop auf technische Fehler.

LADEZEITEN

Mehrfach täglich werden die Ladezeiten geprüft und in übersichtlichen Diagrammen dargestellt.

SECURITY

Ein Security-Crawler prüft die Website / Shop auf über 100 Security / SSL / Malware Checks.

ZUSATZ-CHECKS

Zahlreiche automatische Checks prüfen sämtliche Fehlerquellen, z. B. ob sich die Robots.txt geändert hat.

AUGABEN

Eine Aufgabenverwaltung hilft den Überblick zu behalten und macht Auswirkungen auf die Performance auswertbar.

ALERTS

Ein Alert-System sendet Push-Nachrichten (App) und E-Mails, wenn es Probleme gibt, z. B. wenn die Ladezeiten steigen.

ROADMAPS

TECHNIK / LADEZEITEN

- Technik ist die Basis im SEO. Die Punkte müssen berücksichtigt und umgesetzt werden
- Technische Änderungen und Optimierungen können kostspielig sein. Kaum jemand hat unbeschränktes Budget.
- **Mit Prioritäten arbeiten und Kosten / Nutzen planen.**

Dashboard • Road Map

Außerdem können Sie den verantwortlichen Bereich, die Priorität, den Aufwand und den Status sehen.

Road Map ⓘ

50 ▼ Einträge

Suche nach ...

Topic	Datum	Bereich	Verantwortlich	Priorität	Aufwand	Status
404-Fehlerbehandlung	14.04.2021	Technik	Verantwortlich	Gering	Mittel	OFFEN
Bild Alt-Tag ist nicht vorhanden	17.03.2021	Technik		Gering	Mittel	OFFEN
Bild Title-Tag fehlt	17.03.2021	Technik		Gering	Mittel	OFFEN
Bilder komprimieren für schnellere Ladezeiten	14.04.2021	Content		Mittel	Gering	OFFEN

ERFOLGSKONTROLLE

TECHNIK / LADEZEITEN

- Auch sämtliche Prozesse rund um Technik/Ladezeiten tracken
- Hier wurde auf PHP 8 umgestellt. Zudem wurden die Ladezeiten deutlich verbessert.
 - von ca. 1.7 Sekunden auf 0,3 Sekunden
 - Mobile Pagespeed von 27 auf 90
- Ladezeiten gehören zwar zu den offiziellen Ranking Kriterien, Rankings und Sichtbarkeit hat das jedoch nicht positiv beeinflusst.
- **Lernen, Aufgaben priorisieren und Budgets richtig zuordnen**



Beispiel #5:

Keyword-Dynamik und Wettbewerb unterschätzen.

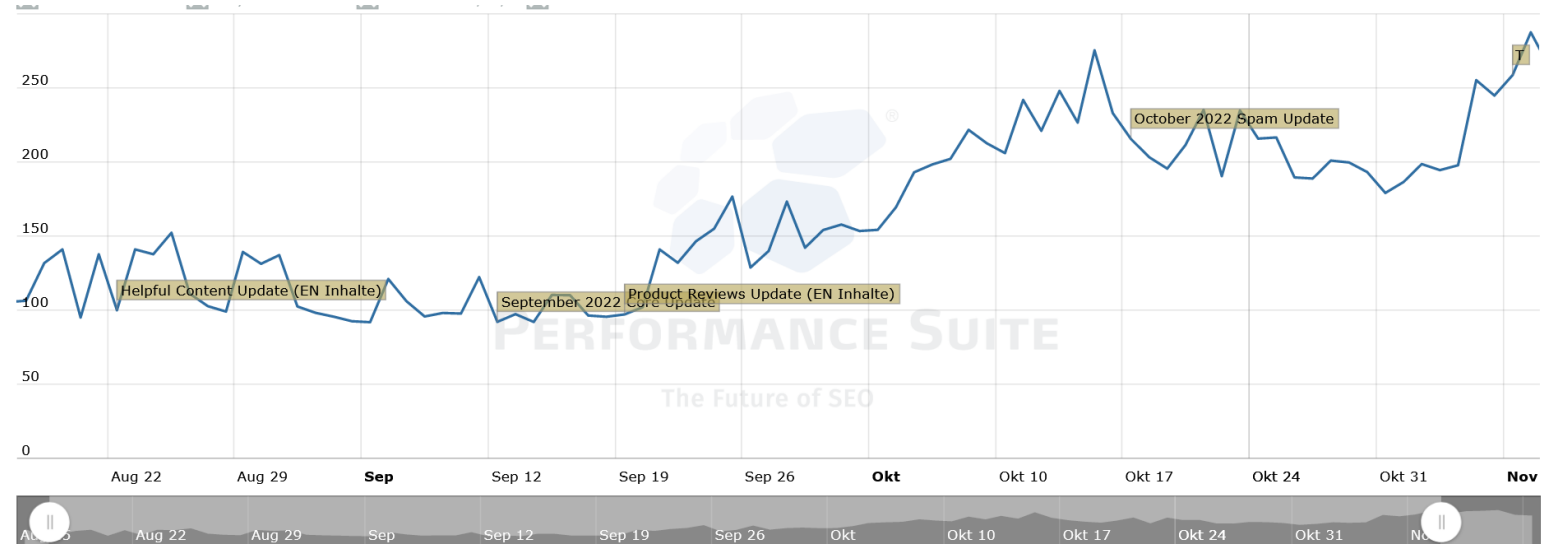


ONLINE SOLUTIONS GROUP®
Your Link to Success.

GOOGLE UPDATES

ÄNDERUNGEN

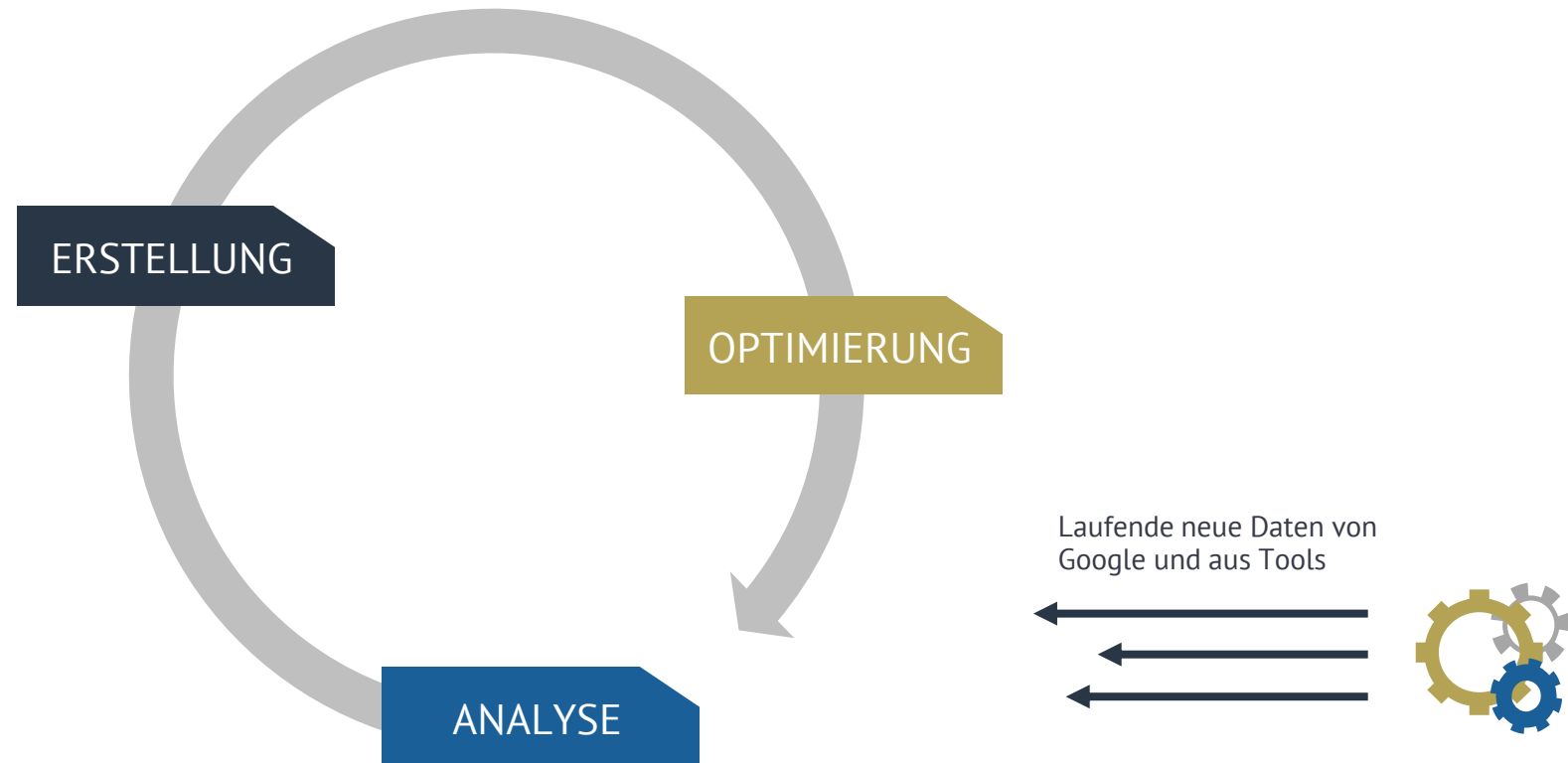
- Daten und Erfolge können sich z.B. durch Google Updates ändern
- **Erst dann aktiv zu werden ist oft zu spät**
- Daten müssen laufend analysiert und optimiert werden



DATEN ÄNDERN SICH LAUFEND

IN BEWEGUNG

- **Täglich gibt es neue Daten:** empfohlene Textlängen, Trends und Suchvolumina können sich ändern
- Roadmaps und Keyword-analysen, die vor Monaten erstellt wurden, sind zum Teil schon wieder veraltet. Immer mit aktuellen Daten arbeiten
- **Wenn Erfolge nicht eintreten, laufend neu analysieren und nachoptimieren**



SEO ROI

WETTBEWERB

TEXTLÄNGE

- Ändern sich z.B. die Textlängen?
- **Daten automatisiert abfragen.** (Unmöglich das manuell für größere Keywordsets zu prüfen)
- Gibt es neue Wettbewerber in der Top10?
- Dann nachoptimieren!

Keyword Rankings | Top 100 | Eigene URLs | Competitor URLs | Backlinks | Content | Ads | Fragen | Verwandte Suchanfragen | Leute suchten auch nach | Knowledge Graph

Sehen Sie sich mithilfe dieser Funktion die Meta-Daten Ihrer Konkurrenz genauer an: Formulierung, USPs, Sonderzeichen. Hier sehen Sie direkt, welche Sonderzeichen von Google akzeptiert werden. Sonderzeichen in den Meta-Daten können die Click-Through-Rate (CTR) steigern.
Außerdem können Sie hier für jede URL in den Top 100 die Linkpower, die Ladezeit und die Textlänge einsehen. Das gibt Ihnen Hinweise auf Ihr persönliches Optimierungspotenzial.

#	Url	Δ	Title	Description	Keyword im Title	Keyword in Description	Keyword in URL	Keywordhäufigkeit im Text (Keyworddichte)	Wortanzahl (Erste Abfrage)	Wortanzahl (Letzte Abfrage)	Ladezeit (Sekunden)	Link Power
1	https://www.wunschtrepplift.de/	+ 0	Die 10 besten Treppenlift-Tipps: Preise, Testsieger & ...	08.10.2022 — Aktuelle Treppenlift Preise & Kosten im Vergleich inkl. 10 Tipps, die Sie unbedingt kennen sollten u. a. von Stiftung Warentest u.v.m..	Nein	Nein	Nein	6 (0.1%)	6.203 (16.10.)	6.178 (11.11.)	0.15	18
2	https://www.der-trepplift.de/	+ 0	Treppenlift gebraucht von der Nr. 1 - Der Treppenlift GmbH	Deutschlands größte Auswahl gebrauchter Treppenlifte ✓ Günstiger Preis ✓ Lifta Markenlifte ✓ Original-Ersatzteile ✓ Bis 3 Jahre Garantie » Angebot ...	Nein	Nein	Nein	0	884 (16.10.)	881 (11.11.)	0.13	32
3	https://www.pflege.de/barrierefrei-wohnen/treppe...	+ 0	Treppenlift Vergleich » Angebote, Alternativen & Tipps	Grundsätzlich ist jeder Treppenlift bzw. Treppenlifter ein Liftsystem, bei dem ein Sitz oder eine Plattform, die auf einer Treppenlift-Fahrbahn montiert sind, ...	Nein	Ja	Nein	2 (0.03%)	7.602 (16.10.)	7.559 (11.11.)	0.15	47
4	https://www.trepplift-ratgeber.de/	+ 0	Treppenlift-Ratgeber: Preise 2022, Zuschüsse ...	Was Sie beim Treppenlift-Kauf unbedingt beachten sollten ✓ Kosten & Finanzierungsmöglichkeiten ✓ Einbauvoraussetzungen ➡ Jetzt informieren!	Nein	Nein	Nein	3 (0.14%)	2.158 (15.10.)	2.153 (11.11.)	0.2	25
5	https://www.lifta.de/trepplift	▲ + 1	Deutschlands meistgekaufter Treppenlift – Lifta ist Ihre Nr. 1	Lifta Treppenlifte für gerade & kurvige Treppen ✓ größte Modellauswahl ✓ Treppenlift-Service ✓ Preis-Leistungs-Sieger ➡ Kostenlos beraten lassen!	Nein	Nein	Nein	0	1.965 (16.10.)	1.847 (11.11.)	0.09	40
6	https://www.pflegehilfe.org/trepplifte	▼ - 1	Treppenlifte & Sitzlifte Vergleich, Kosten & Zuschüsse	Der Treppenlift wird an einer Schiene entlang der Treppe befestigt. An dieser fährt er durch einen Akku betrieben hoch und runter. Der Akku lädt sich während ...	Nein	Nein	Nein	1 (0.03%)	3.284 (15.10.)	3.261 (11.11.)	0.35	40
7	https://ts-trepplifte.de/	+ 0	TS Treppenlifte® ✓ Ihr Treppenlift-Anbieter ...	Abgesehen von Hubliften besteht ein Treppenlift-System immer aus der Führungsschiene, dem Fahrmittel und dem Treppenlift-Antrieb. Die Schiene muss in der Regel ...	Nein	Nein	Nein	0	1.691 (16.10.)	1.667 (11.11.)	0.08	29
8	https://www.sanimed-trepplift.de/trepplifte/	+ 0	Treppenlifte für Treppen aller Art innen & außen SANIMED	SANIMED Treppenlifte für maximale Barrierefreiheit ✓ Systeme für gerade & kurvige Treppen im Innen- & Außenbereich » Jetzt entdecken!	Nein	Nein	Nein	5 (0.16%)	3.142 (16.10.)	3.127 (11.11.)	0.76	30
9	https://www.trepplifter.me/	▲ + 1	Treppenlifte vom Fachanbieter: Kosten, Beratung ...	Ein Treppenlift ist ein Hilfsmittel für bewegungseingeschränkte Personen, welcher in den meisten Fällen im Nachhinein in ein Treppenhaus eingebaut wird.	Nein	Nein	Ja	2 (0.17%)	1.173 (16.10.)	1.198 (11.11.)	0.26	15
10	https://www.treppliftdirekt.de/	▲ + 1	Treppenlift direkt Testsieger [2022] ♥	Mit einem Plattformlift können Rollstuhlfahrer oder Personen mit einer Gehilfe Treppen im Innen- oder Außenbereich problemlos überwinden. Im Gegensatz zu einem ...	Nein	Nein	Nein	4 (0.12%)	3.423 (16.10.)	3.418 (11.11.)	1.76	23

EXPORT | HEUTE ▼

ALT

- Ein mal im Monat gibt es einen SEO-Bericht mit Rankings und Sichtbarkeit.
- Eventuell auch mit weiteren Infos aus verschiedenen Tools die manuell zusammen kopiert werden.

NACHTEILE

- Kostet Zeit / Geld
- Quasi **nur 12 mal** im Jahr die Möglichkeit für Strategie-Wechsel
- Meist veraltet sobald man es anschaut
- Häufig zu **wenig Daten**
- Häufig fehlt das was von dem SEO-Team / Agentur umgesetzt wurde. Die Infos fehlen auch in den Google Data Studio berichten.

NEU

- Jeder im Team hat permanent Zugriff auf alle Daten in **Echtzeit** und wird per Alert über wichtige News informiert.
- **Alle Daten in einem Tool** (Datawarehouse), nicht nur Auswertungen sondern auch wer was gemacht hat und was es gebracht hat
- Agentur und Kunde arbeiten in einem Tool

Tools:

Data driven → höherer ROI



ONLINE SOLUTIONS GROUP®
Your Link to Success.

BENÖTIGTE DATEN UND TOOLS

Das ist die Tool-Landschaft, die eine Firma idealerweise für optimales SEO bräuchte, um alle relevanten Leistungen & Checks umsetzen zu können. Es geht dabei von Content über Technik bis hin zu Ladezeiten-Überwachung.



NACHTEILE

Es gibt unzählige Detail-Tools aber keine richtige Lösung.

TOOLS

- Einige Tools sind den Firmen oft nicht bekannt.
- Viele Tools = **Hoher Aufwand**
- **Zu viele verschiedene Logins** die am Ende nicht genutzt werden.
- **Zu wenig oder zu viele Tools.**

PREISE

- **Hohe Kosten von über 1.000€ pro Monat** für die Vielzahl an benötigten Tools.
- Es fehlt Geld für die eigentliche Umsetzung, Media-Budget, Mitarbeiter, etc.
- Oft kosten zusätzliche User-Seats extra. **Nicht jeder im Team hat Zugriff.**

VERNETZUNG

- Bei zu vielen genutzten Tools wird es **unübersichtlich.**
- Es können keine Synergie-Effekte genutzt werden, da die Tools nicht vernetzt sind.
- Jeder Mitarbeiter bräuchte bei jedem Tool eigene Zugänge die wiederum häufig kostenpflichtig sind.

SEO-FEHLER

Durch einen unzureichenden oder zu umfangreichen SEO-Tool-Stack sinkt die SEO-Performance und Effizienz.

CONTENT

- **Neue Texte ranken nicht**
- **Alte Texte verlieren unbemerkt Rankings**
- **Erstellte Texte liefern wenig Mehrwert für Leser**
- **Es werden nicht alle Keywords abgedeckt**
- **SEO-Performance sinkt**
- **Hohe Aufwände (Kosten) für mittelmäßige Texte**

BACKLINKS

- Die meisten Firmen **vernachlässigen den Linkaufbau**
- Wichtige Keywords schaffen es ohne Links häufig **nicht in die Top 3**
- **Gute Wettbewerber bauen Vorsprung aus**
- Ziele werden verfehlt

KOORDINATION

- Keine effiziente Abstimmung
- Wenig Transparenz
- Hohe Aufwände
- Wenig zielführende Berichte
- Keine datengetriebenen Entscheidungen / Strategien
- Weniger Motivation

PERFORMANCE SUITE

DIE ALL-IN-ONE SEO-LÖSUNG



Hier dauerhaft kostenlos laden:



NUTZEN

Bis Ende des Monats:
Dauerhaft ab
39€ / Monat
~~250€ / Monat~~

„Die Performance Suite bietet die Grundlagen für ein zukunftsfähiges SEO. Für kleine wie große Firmen wird sich unser All-in-One SEO-Tool als das zentrale Betriebssystem etablieren. Herkömmliche Tools werden sich als nachrangige Anwendungen erweisen, da die Performance Suite quasi alle relevanten Funktionen für ganzheitliches SEO und maximale Automatisierung bietet.“

Florian Müller

Gründer und Geschäftsführer

Ein Account
für alles +
einfache
Bedienung

Spart Kosten,
Zeit,
Aufwände

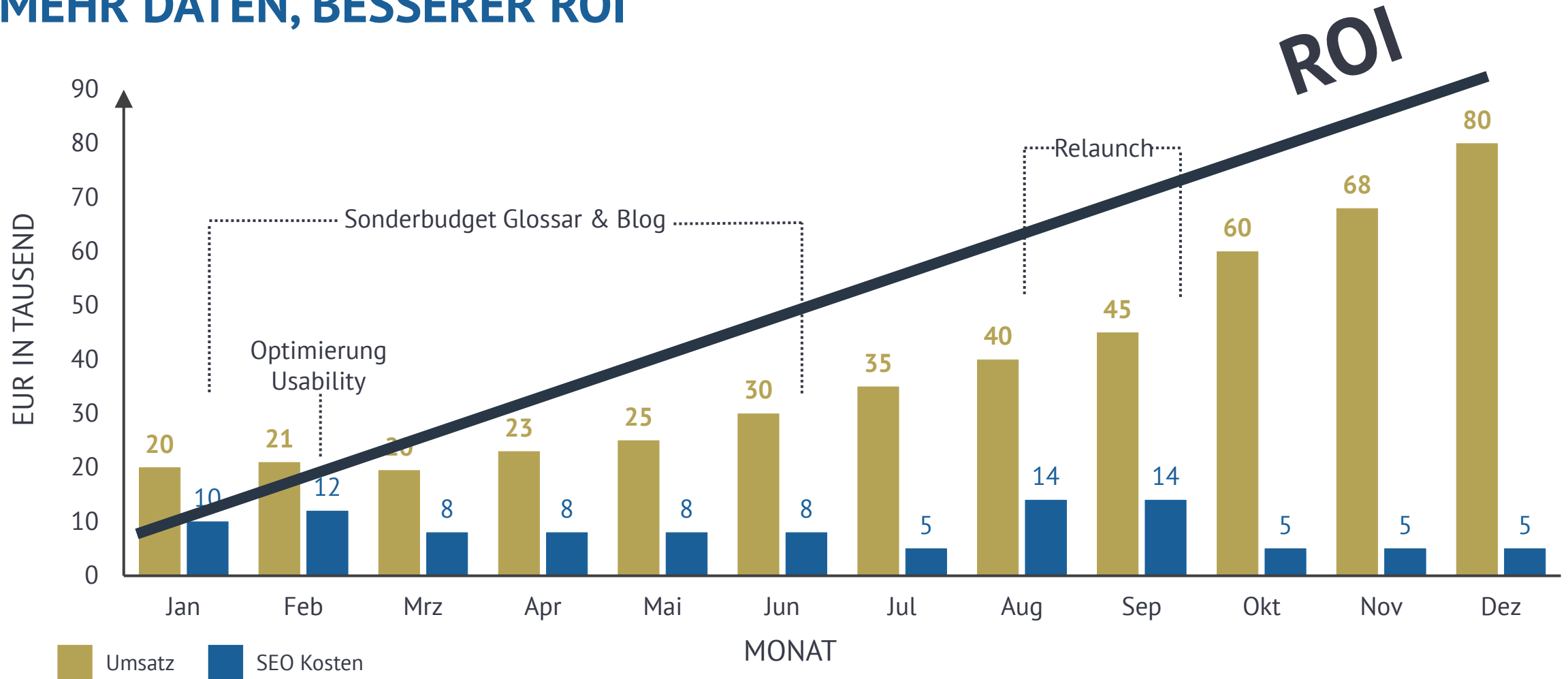
Motiviert und
befähigt
eigene
Mitarbeiter

Verbessert
Performance

Erhöht
Umsätze

Erhöht
Transparenz

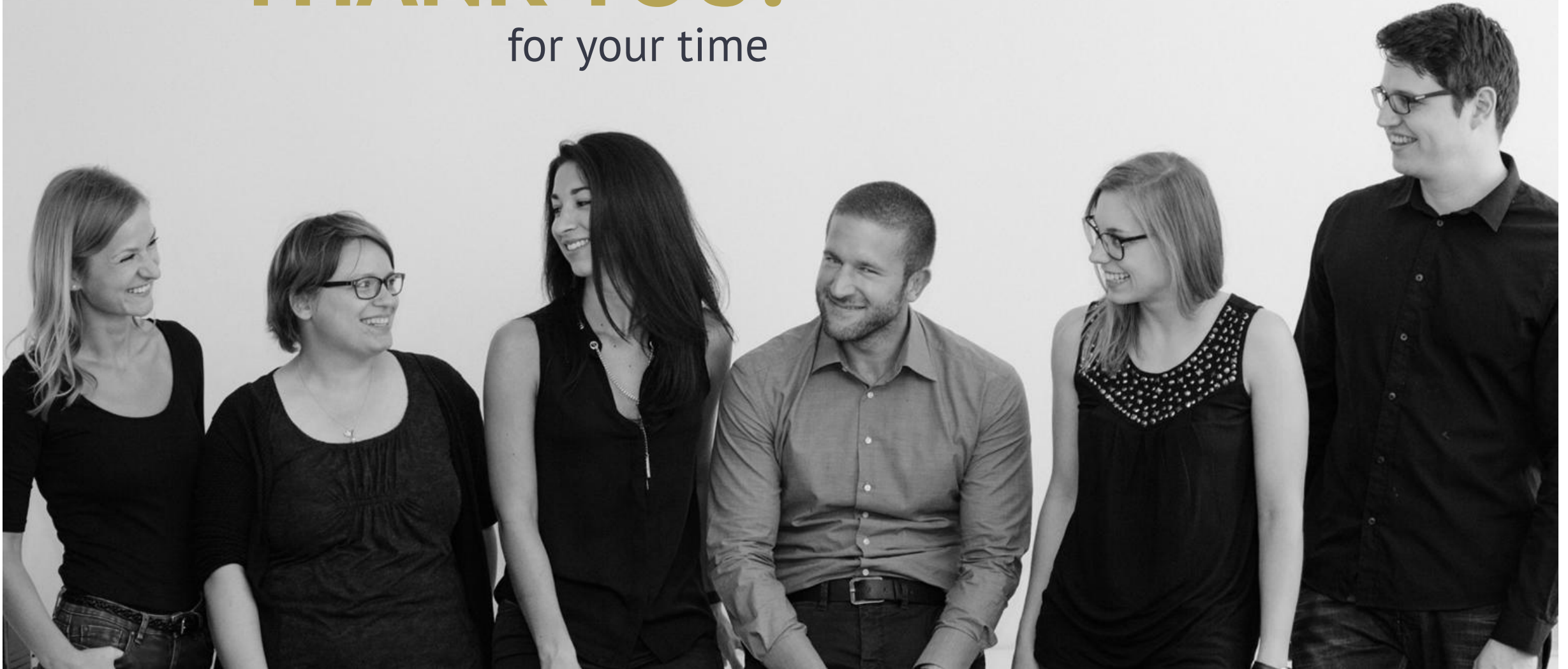
MEHR DATEN, BESSERER ROI



Erfahrungswerte anhand konkreter Daten sammeln und Prognosen und Budget daraus ableiten

THANK YOU!

for your time



FRAGEN & ANTWORTEN