

Sebastian Petrov, Vincent Sünderhauf

Smart David vs. Digital Goliath

Wie Sie mit intelligenter Suchmaschinen-
optimierung die Großen schlagen

© des Titels »Smart David vs. Digital Goliath« von Sebastian Petrov, Vincent Sünderhauf (978-3-86881-792-7)
2018 by Redline Verlag, Münchner Verlagsgruppe GmbH, München

REDLINE | VERLAG

INHALT

Teil I: Grundlagen	9
1. Einführung.....	11
2. Die Basis	17
Was bedeutet Suchmaschinenoptimierung?	17
Grundprinzipien:	
Wichtige Google-Faktoren – und Mythen.....	19
Der Algorithmus	22
Früher war alles anders.....	27
Reputation	30
Marke	32
Sichtbarkeit und Präsenz.....	33
Wie funktionieren Google und sein Crawler?	34
Teil II: Praxis	37
3. Onpage-SEO	39
Grundlagen, Strategie und Zielgruppe	40
Wer sind meine Kunden? Zielgruppen und Wettbewerb/ Konkurrenzanalyse.....	41
Ziele setzen	43
Seitenstruktur: Aufbau, Navigation, Startseite und Landingpages.....	45
Exkurs: Holistische Landingpage.....	50
Interne Verlinkung.....	53
Conversion-Optimierung	53

Keywords und deren Bedeutung	56
Erster Schritt: Analyse des aktuellen Zustands	60
Keywordstrategien: vom Shorthead zum Longtail.....	62
Keywordrecherche	65
Bewerten und Prioritäten setzen	71
Zwischenfazit	80
Suchbegriffe zuordnen und Zielseiten festlegen	82
Inhalt.....	83
Was ist ein guter Text?	84
Unique Content und Duplicate Content.....	91
Struktur: Überschriften, Zwischenüberschriften, Bildunterschriften.....	94
Interne Links	95
Call-to-Action	96
Inhalt der Inhalte und deren Form.....	96
Domain	100
Neu dabei?	102
Title-Tag und Beschreibung.....	102
Title-Tag (Seitentitel)	103
Description	105
Microdaten/Rich Snippets.....	108
Lokale Suche.....	110
Etwas Technik.....	111
Mobile Websites und responsives Design	111
Ladezeiten/Pagespeed.....	113
Crawling- und Indexierungsmanagement	115
Sitemap	117
Statuscodes	117
Zwischenfazit Onpage-Optimierung	118
SEO oder SEA – was lohnt sich mehr?	120
4. Offpage-SEO.....	121
Externe Links – und deren Bedeutung.....	121
Gütekriterien von Links	122
PageRank™ vs. TrustRank™	123

© des Titels »Smart David vs. Digital Goliath« von Sebastian Petrov, Vincent Ständerhauf (978-3-86881-702-7)
 2018 by Redline Verlag, Münchner Verlagsgruppe GmbH, München

Nofollow.....	127
Linkmarketing.....	128
Akquisitionsmix von Besuchern	134
Onlinemarketing.....	135
Reputationsmanagement.....	136
Vermarktung und Content Seeding.....	138
Vermarktung über Soziale Medien.....	144
Facebook.....	146
Instagram	156
Twitter	160
Xing.....	161
Google+	162
Zwischenfazit Social Media.....	162
Analyse und Erfolgskontrolle	163
Sichtbarkeit und Sichtbarkeitsindex	165
Auswahl von Analyse- und Trackingtools	167
Netiquette: Erfolgsprinzipien.....	168
Enterprise SEO.....	169
Was ist Enterprise SEO?.....	170
5. Weitere Topkanäle	179
Suchmaschinenanzeigen (SEA).....	179
Google Adsense	180
Google-Display-Netzwerk	181
Google Shopping.....	181
Google AdWords.....	182
6. Fazit, Ausblick und die nächsten Schritte, SEO bei sich einzuführen	191
Suchmaschinenoptimierung – Inhouse oder Agentur beauftragen?	197
Über die Autoren	205
Anhang.....	207