

Planungsschema für SEO-Texte

Nota: Googles Geschäft basiert auf Suchergebnissen, die die Nutzer nach Eingabe bestimmter Suchworte als qualitativ hochwertig empfinden. Google muss deshalb möglichst hochwertige Dokumente vorne anzeigen. SEO besteht im Kern darin, als Websitebetreiber genau diese hochwertigen, zur Suche passenden Inhalte zu liefern.

(1) User Story

[Interesse des Nutzers (Utility) aus dem Konzept der Website übernehmen (was sucht der User?):]

Als <Rolle> möchte ich <Ziel/Wunsch>, um <Nutzen>
(ggfs auch User Journey oder Persona)

(2) Keyword(-Kombination)

[Suchworte bei Google ausprobieren: Suchergebnis finden, mit dem die Zielgruppe zufrieden sein dürfte.]

Suchworteingabe bei Google: _____

(3) Kookkurrenzen

[Beste Dokumente bei Google im Suchergebnis analysieren (WDF*IDF): Welche Inhalte? Welche Fachbegriffe? Welche Kapitel/Abschnitte? Welche Struktur? Und: Was geht noch besser?]

Text 1: _____

Text 2: _____

Text 3: _____

Text 4: _____

Text 5: _____

(4) Nicht im SEO-Text enthalten, sondern dort verlinkt

[Aspekte von Teasern und Links benennen, die nach Punkt 3 nicht ins SEO-Dokument passen (zum Beispiel ein Bestellformular oder Produktlisten). Verlinkte Texte müssen die SEO-Anforderungen nicht erfüllen.]

(5) Welche renommierte Website könnte den Text verlinken

[Zumindest ein Gedankenspiel, besser aber ist: wirklich Gespräche führen, um herauszubekommen, was die Bedingungen/Gründe des Linkgebers für Links sind.]

SEO-Text

Zu Keyword(-Kombination): _____

Titel (möglichst max. 60 Zeichen und nur ein Thema!)

Untertitel (möglichst max. 120 Zeichen)

Lead-Absatz (etwa 500 Zeichen, = zugleich Teaser)

Konzept der Struktur (Zwischenüberschriften, Abschnitte, Fachbegriffe etc. gemäß Kookkurrenzen)

Kritisch überprüfen: Passt das noch zur User Story? Findet ein Leser der Zielgruppe den Text nützlich?

Visualisierung: Alt-Text des Artikel-Bilds mit Keyword(-Kombination) (zugleich Teaser-Bild)

Interne Verlinkung auf der Website („Sculpting“)