

- 1. Duis autem vel eum
- 2. Iriure dolor in
- 3. accumsan et justo odio
- 4. dignissim qui blandit

Hendrerit in vulputate velit esse

Egestas consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisis elit.

Sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat, quis nostrud blandit tation ullamcorper suscipit lobortis

Duis autem vel eum iriure dolor

in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit

- 2. Duis autem vel eum iriure dolor
- 2.1. Lorem ipsum dolor sit amet
- 2.2. Sit tation ullamcorper

At vero eos et accusam e justo duo

Dolorum et ea necum. Stet cilia sed gubergren et sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet cilia kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.

- 1. Duis autem vel eum
- 2. Iriure dolor in
- 3. accumsan et justo odio
- 4. dignissim qui blandit

Hendrerit in vulputate velit esse

Egestas consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisis. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr.

Sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis autem vel eum iriure dolor STEPHAN M. CZAJA

in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit

THE CONTENT BOOK

Stephan M. Czaja

te velit esse

quis nostrud blandit tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Ut vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

riure dolor

quis nostrud blandit tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Ut vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Inhaltsverzeichnis

Einleitung

SEO Texte, Qualität und Rankings

Qualitätskriterien guter Online Texte

Mehr Qualität steigert die Persönlichkeit

Struktur vermittelt Professionalität

Wie erstelle ich einen guten SEO Text?

200, 300, 400 Wörter oder mehr

Interne und externe Verlinkungen

Schlechte SEO Texte

Gute SEO Texte mit Struktur mit Mehrwert

Empfehlungen für die Struktur

A, B, C - Analyse der Keywords

Keyword Suche und Planung

A, B, C - Analyse des Inhalts

Text und HTML Elemente

Überschriften in Artikeln

Listen Elemente

Bild und Video Elemente

Exkurs: Bildkomprimierung mit Photoshop

Infografiken

Inhaltsverzeichnis
Interne Verlinkung im Artikel
Externe Verlinkung im Artikel
Wie beginne ich mit dem Schreiben?

Content Management System

Self Made mit WordPress
Page, Post, Kategorie und Permalink
Webpace und Server - eine Empfehlung
FTP und SQL
Page Speed
Gründe für langsame Ladezeiten

Content Publishing

Pages und Posts
Kategorien und Schlagwörter unterscheiden
Inhaltsverzeichnis
Interne Seitenverlinkung durch Plugins
Seitentitel
URL

Text Optimierung durch Struktur

Video Tutorial: Alles auf den Punkt
Überschriften und Textlänge

WordPress: Von Login bis Publishing

Einstellungen und Beitragsbilder

Editor vs Composer

Design Prinzip Shortcodes

Composing im WordPress Editor
Spalten, Zellen und Aufbau

Tools zur Planung von SEO Texten

Google Keyword Planer
Google Analytics und WebMaster Tools
Video Tutorial: Einrichtung und Einbettung
Keywordshitter
Google Pagespeed Insights

Geheimtipps

Wiki
Fragen und Antworten
Listen
Startseite

Backlinks

Organische Backlinks
Gekaufte Backlinks
Aktiv Backlinks sammeln durch Anfragen
Vorausplanung
Text Output erhöhen
Redaktionsplanung bei steigendem Output

Fazit

SEO Texte schreiben

SEO Texte Schreiben: Einzigartige und relevante Inhalte

Content Creation, Content Marketing, Suchmaschinenoptimierung (kurz: SEO) - all das sind Fachbegriffe, von denen heutzutage viel gesprochen wird. So auch in meiner täglichen Agenturarbeit, mit Online Projekten, Werbung, Kampagnen, Models und Influencern. Bei allen Marketing Disziplinen kommen wir auch oft wieder zurück zum Thema Suchmaschinenoptimierung und dem prinzipiellen Eigenschaften eines Textes, die es braucht, um erfolgreich in Suchmaschinen zu sein.

Erfolg bedeutet nicht Seite 3 oder Seite 2, Erfolg heißt Seite 1 und im Idealfall Platz 1! Erfolg bedeutet auch nicht 100 Besucher oder 1.000 im Monat, sondern 10.000 und 100.000 Besucher. Mit The Content Book werfen wir heute einen ausführlichen Blick auf das Thema SEO Texte, deren Inhalte und weitere spezielle Themen wie Keyword Planung, Software und Analyse aber auch auf Struktur und Details wie HTML Elemente. Am Ende dieses Buches werden Sie verstehen, wie Sie Ihr Online Projekt, egal ob Blog, Reiseportal oder Online Shop erfolgreich und reichweitenstark organisieren und aufbauen.

Damit wirklich jeder es umsetzen kann, ist die Strategie so konzipiert, dass Sie selbst mit nur einem Mitarbeiter die Performance schaffen. Wenn Sie mehr Budget zur Verfügung haben, können Sie mehr Mitarbeiter beauftragen unter der Leitung und Führung, des für diesen Job fähigsten

Mitarbeiters oder durch Quellen wie Online Plattformen für Autoren. Beide Optionen den Output zu erhöhen, sind natürlich auch in einem extra Kapitel für Sie beschrieben und erklärt.

Mit Struktur und System können Sie sich so, selbst mit nur einer Person, innerhalb von 2 bis 3 Jahren zu einem der führenden Seiten entwickeln. Mit entsprechend mehr Personal oder Autoren, wie beschrieben, sogar ein wenig schneller. Wichtig ist aber auch, nehmen Sie sich Zeit. Suchmaschinenoptimierung geschieht nicht über Nacht, sondern ist ein langfristiges Projekt. Die ersten Erfolge werden sich aber relativ schnell einstellen, deshalb habe ich The Content Book auch so einfach und unkompliziert wie möglich gehalten, damit Sie schnell mit der Arbeit beginnen können!

Zu meinen Expertisen: Nach über 100 Online Projekten mit meiner Werbeagentur fokussiere ich mich heute auf eigene Marken. Wir veröffentlichen heute in sechs verschiedenen Sprachen, von Los Angeles, über New York bis Berlin und Tokio. Dazu zählen Modelagenturen, ein Modemagazin, verschiedene Software Programme und Analyse Tools, nebenbei berate ich Unternehmen, von Pharma bis Immobilien und Lebensmittel. The Content Book gibt Ihnen alles Wichtige mit an die Hand, was Sie für Ihre Online-Aktivitäten berücksichtigen sollten. Ohne Schnick Schack.

Viel Erfolg!

Sie werden es schaffen!



Ihr Stephan M. Czaja

SEO Texte, Qualität und Rankings

Grundlegend gilt: gute Inhalte sorgen für gute Platzierung in der Suchmaschine, egal, ob bei Google, Yahoo, Yandex, Duck Duck Go Go oder anderen Anbietern von Suchmaschinen. Insbesondere die Reichweite spielt für Unternehmen und Firmen, ganz egal, ob E-Commerce oder Agentur, eine große Rolle. Wer sich Mühe gibt und gute Inhalte produziert, der sorgt dafür, dass die Menschen länger auf der eigenen Seite verweilen. Je länger die Menschen auf unserer Seite bleiben, insbesondere im Verhältnis zur Konkurrenz, desto besser wird sie in den Suchmaschinen platziert. Die Relevanz von Suchmaschinen ist für Unternehmen in unserer Zeit kaum noch abzuweisen, wenn es um die Generierung neuer Kunden geht.

Neben der Verweildauer unserer Besucher sind Qualitätsmerkmale unsere Online Präsenz, aber auch Verweise (Links), die uns aufgrund der guten Inhalte, von anderen Webseiten gegeben werden. Links bzw. sogenannte Backlinks sind Verweise von fremden Seiten zu unserer. Haben wir z. B. eine gute Seite zum Thema "Wohnung mieten" mit kostenlosen, hilfreichen Tipps, dann werden nach und nach auch andere Internetseiten auf unsere Seite verweisen, um die Inhalte zu empfehlen. Jeder neue Link ist wie eine reale Weiterempfehlung. Je mehr "Menschen" bzw. Internetseiten über Ihre Seite sprechen, desto wichtiger scheinen Sie zu sein. Ergo, wir steigen in den Rankings und bekommen eine bessere Suchmaschinenplatzierung.

Qualitätskriterien guter Online Texte

Wie können wir die Qualität der Texte verbessern und die Wahrnehmung? Die Qualitätskriterien in der Formulierung von Texten und im Schreiben, sind vielfältig. Sie knüpfen zum einen bei den Algorithmen der Suchmaschinen an, die wir durch Textmenge oder auch durch Elemente, HTML oder Einbettungen, aufwerten können oder zusätzlich Kraft durch Verlinkungen (Backlinks) geben. Dazu gibt es den Leser.

Jeder Mensch der auf unserer Seite ist, hat zunächst ein Bedürfnis, das er oder sie befriedigen will. Sei es die Suche nach einem neuen Kleidungsstück, Smartphone oder auch ein örtlicher W-Lan Anbieter, der von der besten Freundin empfohlen wurde oder ein Beauty Produkt, das man auf YouTube gesehen hat. Unsere Besucher haben immer auch ein Bedürfnis, eine Frage zu beantworten oder Informationen zu einem Thema zu finden bzw. ein Produkt zu besitzen. Das dürfen wir nie vernachlässigen!

Viele schreiben Ihre SEO Texte aber ohne diese Sorgfalt und so bestehen Blog Artikel aus endlos aneinander gereihten Sätzen oder Format, Struktur und Übersichtlichkeit, z. B. indem einfach nur Keywords aneinander gereiht werden. Aus zwei Gründen funktioniert das nicht:

Zu häufige Verwendung von Keywords sorgen nicht für noch bessere Platzierung, im Gegenteil. Mit Keywords sollte relativ sparsam umgegangen werden. Das Fokus Keyword verwendet man beispielsweise nur 5-15 Mal in einem Artikel zwischen 500 und 1500 Wörtern.

Ergo, die Texte sind voller Keywords aber ohne Emotion. Sobald der Leser die ersten zwei oder drei Sätze hinter sich hat, entscheidet er ob der Content von guter Qualität ist