

## 1. Hilfreiche Chrome-Extensions für Analyse

---

- Seo Meta in 1 Click
- Robots Exclusion Checker
- Google Tag Assistant
- Facebook Pixel Helper
- Keyword-Surfer

## 2. Zu installierende Programme

---

- Google Tag-Manager
- Google Analytics im Tag Manager
- Google Search Console (und mit Analytics verknüpfen)
- SEO-Tool nach Wahl

## 3. Keyword-Recherche: Jede Seite hat genau 1 Fokus-Keyword

---

- Ist-Analyse der eigenen Website: Für welche Keywords werde ich bereits gerankt?
- Konkurrenzanalyse: Wer sind meine Konkurrenten und für welche Keywords werden diese gerankt?
- Brainstorming: Keyword-Sammlung im Team
- Tabelle Keyword-Recherche mit gefundenen Keywords ergänzen
- Priorisierung der Keywords auf Datenbasis und Suchintention

## 4. Erste Onpage-Massnahmen

---

- Kann die Seite von Google gecrawlt werden? Diese Frage beantwortet Dir die Google-Search Console (Abdeckung) und auch die Chrome-Erweiterung «Robots Exclusion Checker»
- Ist die Seite auf Google indexiert? Diese Frage beantwortet Dir die Google-Search Console (Abdeckung) und auch die Chrome-Erweiterung «Robots Exclusion Checker»
- Keyword in der URL der Seite verwenden. Auf logische URL-Struktur achten.
- Meta-Title in CMS erfassen; Keyword zuvorderst im Titel und max. 50 Zeichen.
- Meta-Description in CMS erfassen: max. 150 Zeichen. Keyword und Call to Action einbauen.
- Keyword in H1-Titel verwenden: Jede Seite hat genau einen H1-Titel
- Überschriften logisch strukturieren: H1 – H3; analog einem Artikel
- Keyword wo sinnvoll in Zwischenüberschriften verwenden
- Fliesstext: Keyword-Dichte max. 2% (in 100 Wörtern zweimal das Keyword oder Varianten davon verwenden)
- Keyword in den ersten 100 Wörtern verwenden
- Keyword in Alt-Attribut des ersten Bildes oder Videos (wenn sinnvoll) verwenden
- Keyword wo sinnvoll in Zwischenüberschriften verwenden
- SEO-Texte schreiben: Konkurrenz (Google Top 10 analysieren); Welche Content-Formate werden verwendet? Wie viele Wörter werden verwendet? Wie ist die Seite strukturiert? Welche Subthemen werden behandelt? Welche Nutzerfragen gibt es zu beantworten?
- Seite intern mit anderen Seiten der gleichen ebene verlinken (wo sinnvoll im Linktext das Keyword der verlinkten Landingpage verwenden wo. Beschreibende Texte verwenden; Was erwartet die Nutzerin / der Nutzer, wenn Sie oder er auf den Link klickt)
- Auf ein bis zwei relevante externe Seiten verlinken (nicht Konkurrenz) und darauf achten, dass der Link ein «No-Follow-Attribut» enthält.
- Bild-Metadaten (Dateiname und Alt-Text) hinzufügen (wo sinnvoll das Keyword verwenden)
- «hreflang-tag» verwenden: siehe [Google-Anleitung](#) und «canonical-tag» verwenden: siehe [Google-Anleitung](#)
- Für lokale Suche und erhalten von Google Reviews: Vollständigen Google My Business Eintrag erstellen

