

3 Text Erstellung STEP CHECKLISTE



Themenrecherche und -Planung

1

Finden Sie heraus, was Ihre Nutzer interessiert!

- auf Google-Trends für: aktuell relevante Themen und saisonale Interessen.
- Auf dem Google Keyword Planer* für: häufige Suchanfragen
- auf Tools für W-Fragen/Keyword-Ideen für: häufige Formulierungen von Fragen, auch in der Sprachsuche (<https://answerthepublic.com/>, <https://www.hypersuggest.com/> oder <https://ubersuggest.io/>)
- auf www.gutefrage.net für: häufige Fragen und übliche Formulierung der Fragen
- in den Amazon-Kommentaren für: häufig diskutierte Themen-

Planen Sie Ihren Content!

- Starten Sie eine Google-Suche zu den Keywords, die Sie vorausgewählt haben:
- Wer rankt weit oben und wie stehen Ihre Chancen, ebenfalls gut zu ranken?
- Wie sehen die Title und Description der Konkurrenz aus?
- Lassen Sie sich davon inspirieren, setzen Sie sich aber auch klar ab.
- Denken Sie über Nischenkeywords nach.
- Entscheiden Sie sich für ein Hauptkeyword, das Sie in Ihrem Beitrag stärken wollen.
- Recherchieren Sie zu diesem Keyword ein Keywordcluster. (nützliche Tools: [answerthepublic](http://answerthepublic.com), [hypersuggest](http://hypersuggest.com) oder [ubersuggest](http://ubersuggest.com))

* melden Sie sich dazu beispielsweise bei Google Adwords an (kostenlose Registrierung notwendig)



Contenterstellung

2

Bieten Sie dem Leser einen Mehrwert!

- Denken Sie immer daran, dass der Leser die Frage, nach der er gesucht hat, schnell und verständlich, am besten auch unterhaltsam beantwortet haben möchte.
- Achten Sie dafür auf:
 - einfache, eingängige Sprache
 - kurze Einleitung mit der Beantwortung der Hauptfrage/ Fokussierung des Themas
 - kurze Abschnitte von höchstens 70-100 Wörtern
 - aussagekräftige Zwischenüberschriften
 - Überschriftenlänge von höchstens 55 Zeichen
 - Nutzen Sie Listen und/oder Bulletpoints, Kästchen etc.
- Verlinken Sie intern und ggf. extern.
- Prüfen Sie die Rechtschreibung.



SEO-Optimierung

3

Sorgen Sie dafür, dass Sie gefunden werden!

- Setzen Sie die SEO-Optimierung direkt im Schreibprozess um.
- Ergreifen Sie dabei folgende Maßnahmen:
 - Hauptkeyword in der H1 und der H2
 - Keywords aus dem Cluster in den weiteren Überschriften H3-H6
 - Hauptkeyword in grammatikalischen Variationen möglichst am Anfang jedes Absatzes (mehrfach)
 - Keywordcluster im gesamten Text verteilen
 - Dennoch: Keywords geschickt und möglichst unauffällig einbauen (Text soll nicht zugespamt wirken)
 - Keywords in den Linktexten verwenden
 - Prüfen Sie die Keyworddichte (und weitere nützliche Parameter) Ihres Textes mit einem Tool, z.B. wortliga.de.



STEFAN NEUMANN

Online-Marketing-Director - Dipl.-Des. (FH)

Stefan Neumann ist leidenschaftlicher Texter, Konzeptioner und Berater im Online-Marketing. Als Inhaber der Lübecker Agentur **Resulted** betreut und berät er mittelständische Unternehmen aus Norddeutschland mit den Schwerpunkten Strategie, Content und Optimierung.

Fachwissen an Interessenten aller Couleur verständlich zu vermitteln ist Teil seiner Überzeugung.

„Erfolgreiches Online-Marketing hat viel mit Expertenwissen und noch mehr mit Erfahrung zu tun. Genauso wichtig sind aber gesunder Menschenverstand und ein Blick für das große Ganze. Viele Dinge können die Betreiber von Websites und Blogs selbst tun. In meinen Vorträgen und Sessions vermittele ich Basiswissen und Tipps für Cracks zum Selbermachen und Ausprobieren.“

Stefan Neumann arbeitet mit einem Team aus Webentwicklern, Designern, Programmierern, Content-Managern und SEOs zusammen. Seine Agenturen bieten Online-Marketing im Fullservice von der Analyse und Strategie bis zur Umsetzung.

Sie haben Fragen zu unserer Checkliste oder den Wunsch nach ausführlicherer Erklärung oder Inspiration?

Lesen Sie den Beitrag auf unserer Webseite:

<http://www.resulted.de/wie-sie-selbst-einen-guten-text-fuer-ihre-webseite-schreiben>

Oder rufen Sie mich einfach an.

Kostenlos, unverbindlich, live und direkt unter **0451 / 29 31 41 24**.

RESULT^{ED}

Online-Marketing und Webdesign