

SEO für Personalberater

Verbessern Sie Ihr Google-Ranking!



SEO AG



SEO AG: Suchmaschinenoptimierung für Personalberater

Inhalt

Suchmaschinenoptimierung (mit Tipps für Personalberater)	4
Stetig besser ranken	
Suchmaschinenwerbung – Google Ads	14
Zielgerecht werben, Streuverluste vermeiden	
Content Marketing	16
Mit relevanten Inhalten Nutzen stiften	
Starterpakete und Preise	20
Das kostet SEO-Optimierung bei uns	
Das Team der SEO AG	22
Qualifizierte und erfahrene Spezialisten	

SEO FÜR **PERSONALBERATER**

Mehr Kunden gewinnen dank Suchmaschinenoptimierung



Personalberater

Das Internet ist aus Ihrer täglichen Personalberatung nicht mehr wegzudenken. Das gilt auch für Ihre Kunden und Bewerber. Sehr viele der Web-Aktivitäten starten mit der Nutzung von Suchmaschinen. In mehr als 90 % der Fälle wird dabei die marktbeherrschende Internet-Suchmaschine Google genutzt.

Produzierende Unternehmen, Händler und Anbieter von Dienstleistungen – wie Sie als Personalberater – nutzen das Internet, um sich selbst zu positionieren und ihre Angebote auf den eigenen Webseiten darzustellen. Die herausragende Stellung von Google ist dabei Chance und Risiko zugleich: Schaffen Sie es auf einen der vorderen Plätze in der Suchergebnisliste, sind Sie für Ihre Kundschaft und für die Suchenden sichtbar – fallen Sie im Ranking auf einen der hinteren Plätze und müssen die nächsten Seiten aufgerufen werden, um Sie zu finden, gehen Sie in der Vielzahl der Angebote unter und können langfristig nur hoffen, genügend Stammkunden zu halten.

Denn in rund 99 % aller Fälle werden die auf den obersten 10 Positionen platzierten Angebote angeklickt – das ist Seite 1 bei Google. Unter den ersten 10 gibt es zudem große Unterschiede: Die höchste Klickwahrscheinlichkeit hat mit rund 56 % Position 1, schon bei den Positionen 2 und 3 sinkt die Rate auf 18 % bzw. 9 %. Die weiteren Ränge spielen nur noch eine untergeordnete Rolle (Quelle: <https://www.sistrix.de/news/aendert-sich-die-click-through-rate-ctr-bei-google/>). Es macht also einen großen Unterschied, ob Sie Platz 1 oder Platz 10 bei Google belegen.

Leistungen

- SEO-Beratung
- SEO-Betreuung
- SEO-Check
- Keyword-Analyse
- Content Marketing (S. 16)
- Linkbuilding

Ein Rankingfaktor für Suchmaschinen – und damit also auch Google – sind die Keywords und deren Kombination. Welchen Platz Ihr Unternehmen im Ranking einnimmt und wie gut Sie gefunden werden, hängt auch davon ab, welche Suchbegriffe Sie wie und wo benutzen. Für Sie als Personalberater gilt: Wer bei Money Keywords wie **Personalberatung**, **Personalberater** oder **Headhunter** national, lokal oder in Kombination mit einer Branche möglichst weit oben in den Suchergebnissen erscheint, kann mit zahlreichen Firmenanfragen rechnen.

Fragen Sie sich auch, wer bei diesen Keywords das Ranking anführt? An welcher Position erscheint Ihre Homepage? Wie können Sie Ihre Webseite für Google optimieren und es in den Suchergebnissen weiter nach oben schaffen? Dies sind Fragen, welche die SEO AG gerne beantwortet.

1. Wer führt das Ranking bei den wichtigsten Keywords für Personalberater an?

Es gibt verschiedene Tools, mit denen Sie leicht ermitteln können, an welcher Position Ihre Homepage im Hinblick auf die aufgeführten Money Keywords erscheint. Die SEO AG nutzt für Rankingabfragen das Tool Xovi; vergleichbare Systeme sind SISTRIX, Searchmetrics und Ryte. Fast alle Tools können Sie 14 Tage kostenlos testen – aber wir teilen Ihnen das Ergebnis auch gerne mit: Wenn Sie uns eine kurze E-Mail an info@seo-ag.de senden, bekommen zeitnah und kostenlos Ihre Information.

Position	Domain	URL
1	https://de.wikipedia.org	/wiki/personalberatung
2	https://www.vesterling.com	/personalberatung
3	https://wolmilchsau.de	/glossar/personalberatung-headhunter/
4	https://www.roberthalf.de	/blog/was-macht-eigentlich-ein-personalberater
5	https://www.agentur-jungesherz.de	/hr-glossar/der-personalberater-aufgaben-gehalt-und-karriere/
6	https://wirtschaftslexikon.gabler.de	/definition/personalberatung-46672
7	https://www.pape.de	/was-macht-eine-personalberatung-%e2%88%99-pape-personalberatung.html
8	https://www.pape.de	/
9	https://www.wiwo.de	/erfolg/beruf/headhunter-ranking-deutschlands-beste-personalberater-2018/23556466.html
10	https://www.bdu.de	/der-bdu/unsere-fachverbaende/personalberatung/

Keyword **Personalberatung** (Quelle: Xovi Ranking Live-Check (15.03.2019))

SEO-Beratung



Von der SEO-Strategie bis zur Suchmaschinenoptimierung einzelner Seiten – auf unser SEO-Consulting können Sie zählen.

Ansprechpartner



Roman von Cieminski
Head of SEO Consulting
roman.voncieminski@seo-ag.de

+49 (0)6151 78781-51

SEO FÜR PERSONALBERATER

Mehr Kunden gewinnen dank Suchmaschinenoptimierung

Das Keyword **Personalberatung** wird, das zeigt die XQVI-Abfrage, bei Google monatlich rund 4.400 Mal gesucht. Bei dieser Abfrage handelt es sich um einen Live-Check, das heißt, das Ergebnis kann im Zeitverlauf bei weiteren Abfragen leicht schwanken. Dass Wikipedia an erster Stelle steht, ist keine Überraschung: Wikipedia wird nicht nur von Google, sondern auch von den Suchenden als sehr vertrauenswürdig eingestuft.

Ein Blick auf die Top 10 zeigt, dass Personalberater nicht nur mit direkten Wettbewerben um die besten Positionen konkurrieren. Auffällig ist auch, wie viele **Blog- und Glossar-beiträge** es in die Spitze geschafft haben. **Wenn Ihre Homepage beides nicht hat, dann haben Sie jetzt schon den ersten Optimierungstipp.** Denn Suchmaschinen reagieren vor allem auf Content, der überzeugt.

Position	Domain	URL
1	https://www.roberthalf.de	/blog/was-macht-eigentlich-ein-personalberater
2	https://www.agentur-jungesherz.de	/hr-glossar/der-personalberater-aufgaben-gehalt-und-karriere/
3	https://de.wikipedia.org	/wiki/personalberatung
4	https://wollmilchsau.de	/glossar/personalberatung-headhunter/
5	https://www.karrieresprung.de	/jobprofil/personalberater
6	https://www.consulting.de	/wissen-beitraege/personalberatung-das-sind-die-aufgaben-eines-personalberaters/
7	https://www.pape.de	/was-macht-eine-personalberatung-%e2%88%99-pape-personalberatung.html
8	https://www.stepstone.de	/jobs/personalberater.html
9	https://www.bestcruiter.com	/
10	https://www.vesterling.com	/personalberatung

Keyword **Personalberater** (Quelle: XQVI Ranking Live-Check (15.03.2019))

Beim Keyword **Personalberater** dominieren Blog- und Glossarbeiträge noch deutlicher. Mit Robert Half steht zwar ein großer Personaldienstleister auf Platz 1, aber andere Branchengrößen fehlen vollständig – und dies gilt für alle drei Money Keywords. **Für kleine und mittelständische Beratungen ergibt sich hier die große Chance, durch geschickte Suchmaschinenoptimierung mittelfristig Marktanteile zu gewinnen.**

Position	Domain	URL
1	https://expertum.de	/blog/2017/08/15/was-macht-ein-headhunter/
2	https://www.experteer.de	/headhunter
3	https://www.wiwo.de	/erfolg/beruf/headhunter-ranking-deutschlands-beste-personalberater-2018/23666466.html
4	https://de.wikipedia.org	/wiki/headhunter
5	https://www.hrmconsulting.net	/was-ist-headhunting
6	https://arbeits-abc.de	/headhunter/
7	https://www.softgarden.de	/ressourcen/glossar/headhunter/
8	https://www.stepstone.de	/jobs/headhunter.html
9	https://www.agentur-jungesherz.de	/hr-glossar/headhunter/
10	https://karrierebibel.de	/headhunter/

Keyword **Headhunter** (Quelle: XQVI Ranking Live-Check (15.03.2019))

Das Keyword **Headhunter** wird 14.800 Mal monatlich bei Google gesucht. Auch hier steht ein Blog an erster Stelle.

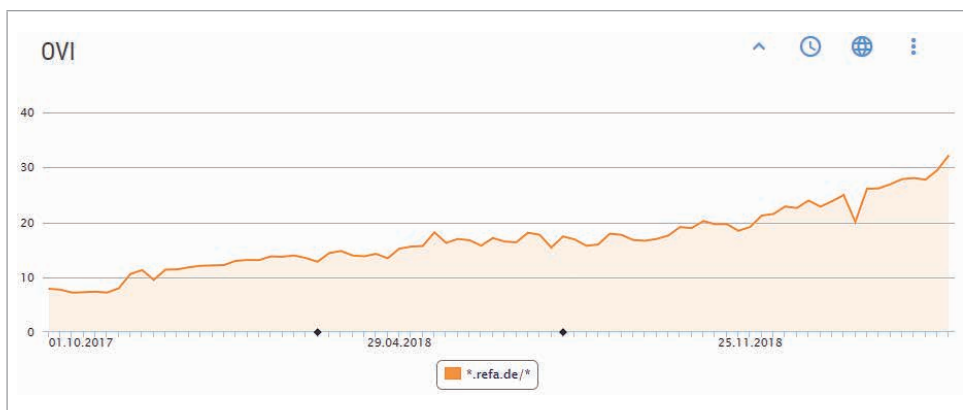
2. An welcher Position erscheint Ihre Homepage?

Natürlich lässt sich die Auffindbarkeit der eigenen Webseite über die Position jedes einzelnen Keywords ermitteln – das ist mühsam. Schnelleren Aufschluss über den Status Ihrer Homepage gibt die allgemeine Sichtbarkeit. Sichtbarkeit bedeutet dabei, dass die Webseite bei Suchmaschinen zu wichtigen Keywords in den Suchergebnissen vertreten ist. Hier kommen die SEO-Tools (SEO = Search Engine Optimization, Suchmaschinenoptimierung) ins Spiel: Sie werten für Hunderttausende Keywords die Rankings aus und speichern die Platzierung und zugehörigen Domains. Aus diesen Daten wird dann eine Kennzahl gebildet. Bei XQVI ist es der OVI (Online Value Index).

Die größten **Personalberatungen** haben meist OVI-Werte zwischen 0,5 und 2,25. Nur wenige erreichen 10 oder mehr. Die von uns betreute Website refa.de weist auch dank Suchmaschinenoptimierung einen Wert von 32,21 auf (24.03.2019) – keine Sorge, Ihre Wettbewerber sind nicht so stark!

Wenn Sie Ihren eigenen OVI-Wert erfahren möchten, teilen wir Ihnen diesen gerne auf Anfrage mit (info@seo-ag.de). Eine Verbesserung dieses Wertes durch professionelle Suchmaschinenoptimierung eröffnet Ihnen die Perspektive, im Internet sichtbarer zu werden und einen weiteren Kundenkreis anzusprechen. Im Vergleich zu anderen Branchen ist dies eine große Chance für Personalberatungen.

Die allgemeine Sichtbarkeit ist eine nützliche Kennzahl, doch viel bedeutender ist Ihr Ranking bei den für Ihr Unternehmen wichtigsten Keywords.



Referenzkunde REFA OVI-Wert für refa.de (24.03.2019)

SEO FÜR PERSONALBERATER

Mehr Kunden gewinnen dank Suchmaschinenoptimierung

3. Wie können Sie Ihre Webseite für Google optimieren und Ihr Ranking verbessern?

Wenn Sie jetzt in Versuchung kommen, einfach nur Blog- und Glossarbeiträge zu den aufgeführten Keywords auf Ihre Homepage zu stellen, um das Ranking zu verbessern, werden Sie Ihre Ziele wahrscheinlich nicht erreichen. Denn ein elementarer Bestandteil zur Verbesserung der Sichtbarkeit Ihrer Webseiten ist deren Optimierung für Suchmaschinen durch das Festlegen und Nennen der für Ihre Personalberatung wichtigen Schlüsselbegriffe: Dazu dient die **Keyword-Analyse**. Durch die Wahl der richtigen Keywords können Sie die Inhalte Ihrer Website auf die Suchintention Ihrer Zielgruppe ausrichten. **Das ist ein Hebel für bessere Rankings – und ein weiterer Optimierungstipp für die Website Ihrer Personalberatung.**

Was eine Keyword-Analyse ist und wie man eine Keyword-Analyse richtig angeht, erklärt Ihnen Adrian Röttinger (Senior Consultant der SEO AG) in unserem Video hier: seo-ag.de/keyword-analyse-definition.

Kategorie (Wortstamm)	Anzahl Keywords	Mtl. Suchvolumen	Google Index	KEI-Werte				SEO-Perlen	Ø-CPC
				Top	Gut	OK	Kein Fokus		
Personalberatung	47	46.690	26.932.844	0	0	7	40	4	3,29 €
Headhunter	73	32.210	22.701.500	5	6	28	34	37	3,74 €
Orte	154	34.240	1.336.064	7	14	83	50	78	0,61 €

Keyword-Analyse der SEO AG (Ausschnitt)

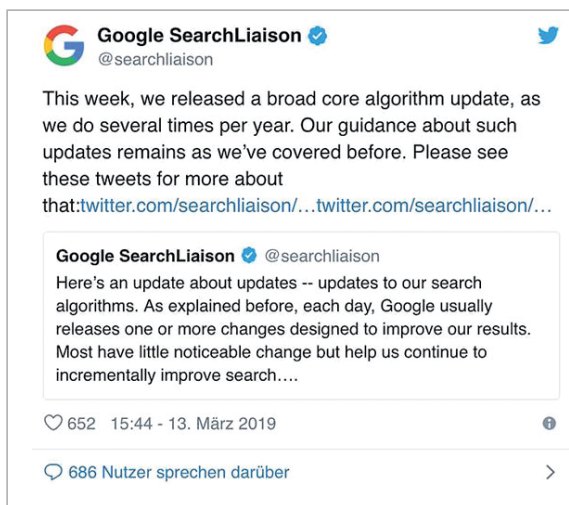
Wenn Sie Ihre Personaldienstleistung vornehmlich lokal oder regional anbieten, kann das Ergebnis der Keyword-Analyse eine Konzentration auf Body Keywords (zwei bis drei Suchbegriffe als Kerninhalte) mit Ortsangabe sein. Für die Keyword-Kombination **Personal-dienstleister** Bremen gibt der Google-Keyword-Planner 480 Suchen pro Monat an, bei nur 207 Webseiten im Google-Index. Mit einem guten Text und der passenden Dienstleistung kann eine Personalberatung relativ gut ranken. Das zeigt, wie wichtig Keyword-Analysen sind.

Eine Suchmaschinenoptimierung (SEO) ist komplex und sehr dynamisch. Aktuell spielt Google zum Beispiel ein großes Core-Algorithmus-Update ein, bei dem es Gewinner und Verlierer geben wird und das auch Auswirkungen auf die Sichtbarkeit Ihrer Webseiten hat.

Mit der Zeit werden die Ziele dieses Updates klarer werden und können in unsere SEO-Beratung einfließen.

Trotz der Dynamik lassen sich klare **Schwerpunkte** der SEO für Personalberatungen setzen:

- > **Suchintention:** Immer wichtiger wird das Wissen, was und warum die anvisierte Zielgruppe (Firmenkunden und Bewerber) sucht, um diese mit passenden Inhalten zu bedienen. Die Keyword-Analyse ist deshalb unverzichtbar. Marketing-Know-how bringt eindeutig Pluspunkte.
- > **Nutzerfreundlichkeit:** Ihre Homepage sollte für Ihre Besucher und Google technisch lesbar, leicht bedienbar und übersichtlich sein. Dabei hilft es, sich an die technischen Regeln und allgemeinen Richtlinien von Google zu halten. Die Erfüllung dieser Anforderungen lässt sich leicht mithilfe einer SEO-Ist-Analyse überprüfen und optimieren.
- > **Inhalt:** „Content“ ist auch im digitalen Zeitalter „King“. Erstellen Sie auf Basis einer professionellen Keyword-Analyse Inhalte, die in erster Linie Ihrer gewünschten Zielgruppe einen Mehrwert verschaffen. Dann klappt es auch mit Google.



SEO FÜR PERSONALBERATER

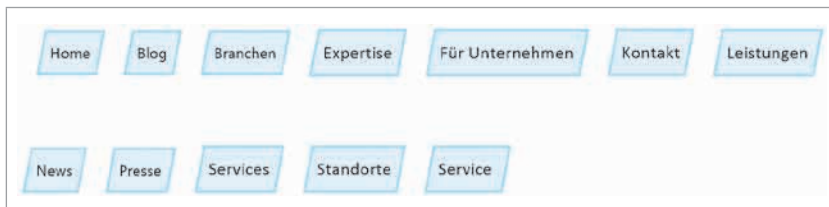
Mehr Kunden gewinnen dank Suchmaschinenoptimierung

Doch was können Sie konkret tun, um die **Sichtbarkeit Ihrer Webseite zu erhöhen**? Die Möglichkeiten der Optimierung beginnen schon beim Header, also dem sichtbaren Kopfbereich Ihrer Webseite. Das ist das Erste, was ein Besucher Ihrer Webseite sieht – entsprechend wird es von Google beim Ranking berücksichtigt.

Wahrscheinlich enthält der Header Ihrer Homepage ein Logo, eine Bilddatei, oft rechts oder links neben dem Hauptmenü platziert. Erscheint dort ein Text, wenn Sie mit der Maus über das Logo fahren? Wenn nicht, dann fehlt Ihnen an dieser wichtigen Stelle schon eine Information für die Suchmaschine Google: Dieser Platz ist leer – und das Logo erscheint auf jeder Seite. So vergeben Sie die Möglichkeit, bei Google Aufmerksamkeit zu erregen und Ihre Sichtbarkeit zu erhöhen. Es ist wichtig, an dieser Stelle ein sinnvolles Alt-Attribut, einen Text zum Bild zu hinterlegen. So können Sie Google mitteilen, was auf dem Bild zu sehen ist bzw. welche Dienstleistung Sie anbieten. Mit den Ergebnissen der Keyword-Analyse wissen Sie sofort, welchen Text Sie hier platzieren sollten. Das Ergebnis könnte „Personalberatung ...“ sein. Wenig aussagekräftige Begriffe wie „Home“ oder „Start“ als Alt-Attribut zu hinterlegen bedeutet für Sie, mögliche Google-Pluspunkte nicht zu nutzen.

Bitte lesen Sie die folgenden häufig verwendeten Hauptmenü-Begriffe und überlegen Sie welche Dienstleistungen hier angeboten werden könnten.

Häufig verwendete Begriffe im Hauptmenü:



Ihnen fällt keine Antwort ein? Dann sind Sie in bester Gesellschaft! Vergleichen Sie unter diesem Aspekt die Begriffe mit dem Hauptmenü Ihrer eigenen Website und ziehen Sie Ihre Schlüsse daraus.

Das Hauptmenü ist nicht nur das wichtigste Navigationselement auf Ihrer Website, es bietet auch Ihrer Zielgruppe und Google Orientierung. Abhängig von Ihrer Zielgruppe, den Ergebnissen einer Keyword-Analyse und Ihrer Grundstrategie kann Ihnen ein optimiertes Hauptmenü deutliche Vorteile beim Ranking verschaffen. Wenn dort zum Beispiel weder **Personalberatung**, **Personalberater** oder **Headhunter** erscheint, dann können Sie sich verbessern. Versuchen Sie, Ihre Zielgruppen (Unternehmen und Kandidaten) an dieser Stelle nicht mit „Für Unternehmen“, „Für Bewerber“ zu leiten. Berücksichtigen Sie vielmehr hier schon die Suchintentionen: Unternehmen brauchen eine Personalberatung und Kandidaten möchten Karriere machen oder suchen einfach einen neuen Job. Menüpunkte wie „Über uns“, „Standorte“ oder „Branchen“ können durchaus neben Telefonnummer und E-Mail-Adresse in das Topmenü verschoben werden. Sie sollten nur nicht im Hauptmenü erscheinen.

Topmenü



Ein letzter SEO-Tipp an dieser Stelle: Es gibt definitiv mehr Bewerber als Firmenkunden, die als Besucher Ihrer Website infrage kommen. Und auch, wenn Ihr Fokus auf Firmenkunden liegt und Sie eine ausreichende Anzahl an Bewerbern haben, sollten Sie diesen Hebel nutzen, um noch mehr qualifizierte Bewerber auf Ihre Website zu locken und damit auch für Google interessanter zu werden. Wir zeigen Ihnen gerne, wie Sie das erreichen können.

Sie wollen noch mehr SEO-Tipps? Sie benötigen eine professionelle Keyword-Analyse? Sie möchten Ihr SEO-Potenzial voll ausschöpfen? Dann gewähren Sie uns einen Einblick in Ihre Personalberatung und wir sagen Ihnen, welche SEO-Maßnahmen speziell für Ihr Unternehmen machbar sind, um eine bessere Platzierung bei Google zu erreichen. Gemeinsam mit Ihnen entwickeln wir Lösungen, damit Ihre Website noch besser gefunden wird.

SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG

SEO-Betreuung



Unsere Experten der SEO AG unterstützen Sie in allen Projektphasen, von der Analyse Ihrer Website bis zur Implementierung der Maßnahmen.

SEO ist ein kontinuierlicher Prozess, der ebenso viel fachliches Know-how wie einen hohen zeitlichen Aufwand erfordert. Unsere Experten der SEO AG unterstützen Sie in allen Projektphasen, von der Analyse der Stärken und Schwächen Ihrer Website über das Erschließen von Optimierungspotenzial bis zur Implementierung der Maßnahmen - und auch darüber hinaus. Denn im Anschluss an eine Erstoptimierung bringt die fortlaufende **SEO-Betreuung** klare Vorteile. So ändern sich immer wieder die Faktoren, die sich auf das Ranking auswirken. Dies gilt nicht nur für die Algorithmen von Suchmaschinen oder die Strategien Ihrer Wettbewerber, auch Ihre Website ist nicht statisch, was eine permanente Anpassung der SEO-Einstellungen erfordert.

Für Ihren nachhaltigen SEO-Erfolg kombinieren wir dabei – je nach individuellem Bedarf und Kundenwunsch – SEO-Checks, technische Optimierung, Linkaufbau mit Backlink-Analysen, Content Marketing, Landingpages, Conversion-Optimierung, Monitoring, Konkurrenzanalysen und vieles mehr.

Übrigens: Alle Leistungen lassen sich als SEO-Teil- oder –Komplettbetreuung buchen. Sie gehen kein Kostenrisiko ein, denn **unsere Verträge sind monatlich kündbar**.

SEO-Check



Im Rahmen eines SEO-Checks analysieren wir Ihre gesamte Website auf Schwachstellen und Potenziale und geben konkrete Optimierungsansätze.

Im Rahmen eines SEO-Checks wird Ihre gesamte Website auf Schwachstellen und Potenziale hin überprüft und entsprechend bewertet. Die Ergebnisse halten wir in einem Report fest, der die Kernaussagen und wichtigsten Kennzahlen zum aktuellen Stand Ihrer Webseite beinhaltet, und aus dem ein Maßnahmenkatalog resultiert, mit dem Sie Ihre Präsenz bei Google verbessern und eine höhere Nutzerfreundlichkeit Ihrer Website erreichen können.

Welche Schwachstellen können aufgedeckt werden?

- > Das CSS ist nicht valide programmiert.
- > Weder Bilder noch Links sind zu 100 % mit Title- oder Alt-Attributen gekennzeichnet.
- > Der Datentransfer ist zu hoch.
- > Der Text ist schwer verständlich.
- > Formale und Google-relevante Strukturen, wie z.B. die Überschriften-Hierarchien sind nicht eingehalten worden.
- > Nicht (mehr) funktionierende Links (aufspüren) und evtl. verschenkte SEO-relevante Potenziale (zurückgewinnen).
- > ...

Egal wie lang die Schwachstellenliste auch sein mag – damit lassen wir Sie als Entscheider nicht allein. Wir geben Ihnen konkrete Handlungsempfehlungen, legen mit Ihnen Prioritäten fest und unterstützen Sie bei der Planung. Auch bei der Umsetzung können Sie auf unsere Ressourcen zurückgreifen.

Keyword-Analyse



Die **Keywords**, mit denen Ihre Kunden agieren, sind das stabile Fundament der Suchmaschinenoptimierung.

Die **Keyword-Analyse** und damit die Auswahl der richtigen Keywords für Ihr Unternehmen bildet ein wichtiges Fundament der Suchmaschinenoptimierung. Ohne Keyword-Analyse können Sie zwar mit voller Kraft „loslaufen“, aber höchstwahrscheinlich in die falsche Richtung. Aus unseren Projekten wissen wir, dass die Keywords, mit denen Ihre Nutzer agieren, sich häufig vom Keyword-Input unserer Auftraggeber unterscheiden.

In der Regel unterscheidet man bei der Keyword-Analyse drei Arten von Keywords:

Head Keywords sind meist einzelne Wörter mit einer sehr großen Menge an Suchvolumen und hohem Wettbewerb.

Body Keywords sind Phrasen, die aus zwei bis drei Suchbegriffen bestehen. Sie haben ein großes Suchvolumen und der Wettbewerb ist ebenfalls recht hoch.

Long Tail Keywords sind Phrasen aus vier und mehr Wörtern. Sie sind sehr spezifisch und haben meist deutlich geringere oder gar keine Konkurrenz.

Linkbuilding



Eine nachhaltiger **Linkkaufbau** ist für ein gutes Ranking unerlässlich.

Auf welche Keyword-Art Sie setzen sollten, was Sie für eine Keyword-Analyse benötigen und was es mit den sogenannten „SEO-Perlen“ auf sich hat, erläutern wir Ihnen gerne in einem Gespräch.

Anhand der gewonnenen Daten, können Sie Ihre Website in den Bereichen Content, Metadaten und Struktur auf die passenden Keywords optimieren.

Für Google reicht es nicht, nur eine schöne Webseite zu haben. Die Sichtbarkeit in Suchmaschinen hängt weiterhin auch stark von der Quantität und Qualität der eingehenden Links ab. Jeder **Backlink** wird dabei unterschiedlich bewertet. Auch die letzten Google-Updates haben gezeigt, dass die Links nach wie vor zu den wichtigsten Rankingfaktoren gehören.

Ansprechpartner



Roman von Cieminski
Head of SEO Consulting
roman.voncieminski@seo-ag.de

Nachhaltiger Link-Aufbau

Um durch Links langfristig die Attraktivität von Webseiten für Suchmaschinen zu steigern, ist es wichtig, Partner und Webverzeichnisse zu gewinnen, die auf Ihre Webseite verlinken. Selbstverständlich sollen diese Links auch Besucher auf Ihre Website bringen, dienen aber vornehmlich zur Erhöhung der Sichtbarkeit bei Google.

Mit einem **einmaligen oder monatlichen Budget** akquirieren wir für Sie hochwertige Backlinks aus Webverzeichnissen, Blogs und Branchenbüchern. So sorgen wir auf natürliche Art und Weise für eine Verbesserung Ihrer Rankings in den Google-Suchergebnissen.

+49 (0)6151 78781-51

Backlink-Analyse

Neben dem stetigen Aufbau von neuen Links, müssen Sie auch die Qualität Ihrer bestehenden Backlinks im Auge behalten. – Wir erstellen ein Backlink-Profil Ihrer Webseite, das die stärksten, aber auch die „gefährlichsten“ Backlinks der Webseite aus Sicht von Google sowie Optimierungsansätze für das Linkbuilding beinhaltet.

SUCHMASCHINENWERBUNG

Zielgerecht werden, Streuverluste vermeiden



Wer im Internet eine Google-Suche startet, kennt das Phänomen: Nur die Suchergebnisse der ersten Seite werden wahrgenommen und angeklickt, folgende Seiten meist gar nicht beachtet. Verschiedene Studien beweisen, dass die Anzeigentexte im sichtbaren Bereich am ehesten geklickt werden. Wenn man als Unternehmen also nicht unter den ersten Ergebnissen auftaucht, ist die Chance, den Interessenten auf seine Website zu holen, sehr gering. – Allerdings gibt es eine weitere Möglichkeit, um auf die erste Suchergebnisseite zu kommen: durch **Suchmaschinenwerbung**.

Leistungen

Google Ads
Remarketing
Google Ads Starterpaket
(S. 21)

Suchmaschinenwerbung mit Google Ads

Am häufigsten werden hierfür die Ads von Google genutzt. Dies sind Anzeigen, die sich optisch kaum von den organischen Suchergebnissen unterscheiden und direkt vor der Ergebnisliste einer Google-Suche aufgeführt werden. Um **Google Ads** zielführend einzusetzen, ist eine sorgfältige Auswahl der für Ihr Angebot relevanten Suchwörter (Keywords) nötig. – Wir analysieren für Sie nicht nur, mit welchen Suchbegriffen Sie Ihre Zielgruppe erreichen, sondern wissen auch, wie man alle anderen Parameter für Ihre Google Ads einstellt, um möglichst viele Nutzer auf Ihr Angebot aufmerksam zu machen. Dabei haben Sie jederzeit einen Überblick über Ihr Budget und können laufend Optimierungen durchführen.

Wir bieten Ihnen:

- > SEA-Strategieberatung
- > Keyword-Recherche
- > Kampagnenaufbau
- > Erstellung der Anzeigentexte
- > Anzeigenoptimierung inkl. Erweiterungen
- > Definition ausschließender Keywords
- > regelmäßige und nachhaltige Optimierung
- > Analyse bestehender Google-Ads-Konten

Remarketing-Kampagnen

Haben Nutzer Ihren Webauftritt dann einmal besucht, gilt es, sie als Kunden zu gewinnen. Um jemanden, der Ihre Website durchstöbert hat, ohne einen Auftrag zu generieren, erneut an Ihre Angebote zu erinnern, sind Remarketing-Kampagnen geeignete Lösungen. Dabei wird den Interessenten nach Verlassen Ihrer Website gezielt Werbung dafür angezeigt, wonach sie zuvor auf Ihrer Internetseite gesucht haben. So können Sie mit maßgeschneiderten Werbebotschaften Ihre Angebote in Erinnerung rufen und aus Interessenten Käufer machen. Wichtig ist dabei jedoch, dass der Nutzer sich durch die wiederkehrende Werbung nicht verfolgt oder belästigt fühlt. Deshalb muss der Einsatz der Kampagne optimal geplant werden. – Das Team der SEO AG entwickelt für Sie geeignete Remarketing-Kampagnen, bei der alle Feinheiten dieser Technik behutsam eingesetzt werden, um freundlich zu erinnern, statt lästig zu werden.

Jetzt auf Suchmaschinenwerbung setzen!

Die Möglichkeiten der Suchmaschinenwerbung sind vielfältig und können bis ins Detail an Ihre Anforderungen angepasst werden. Wer alle Stellschrauben kennt, kann sie so drehen, dass Traffic erhöht wird und **Conversions** gesteigert werden. Gerne beraten wir Sie, damit auch Ihre Online-Werbung Erfolg hat!

SEA



Professionelle Optimierung und Betreuung Ihrer Suchmaschinenwerbung.

Ansprechpartner



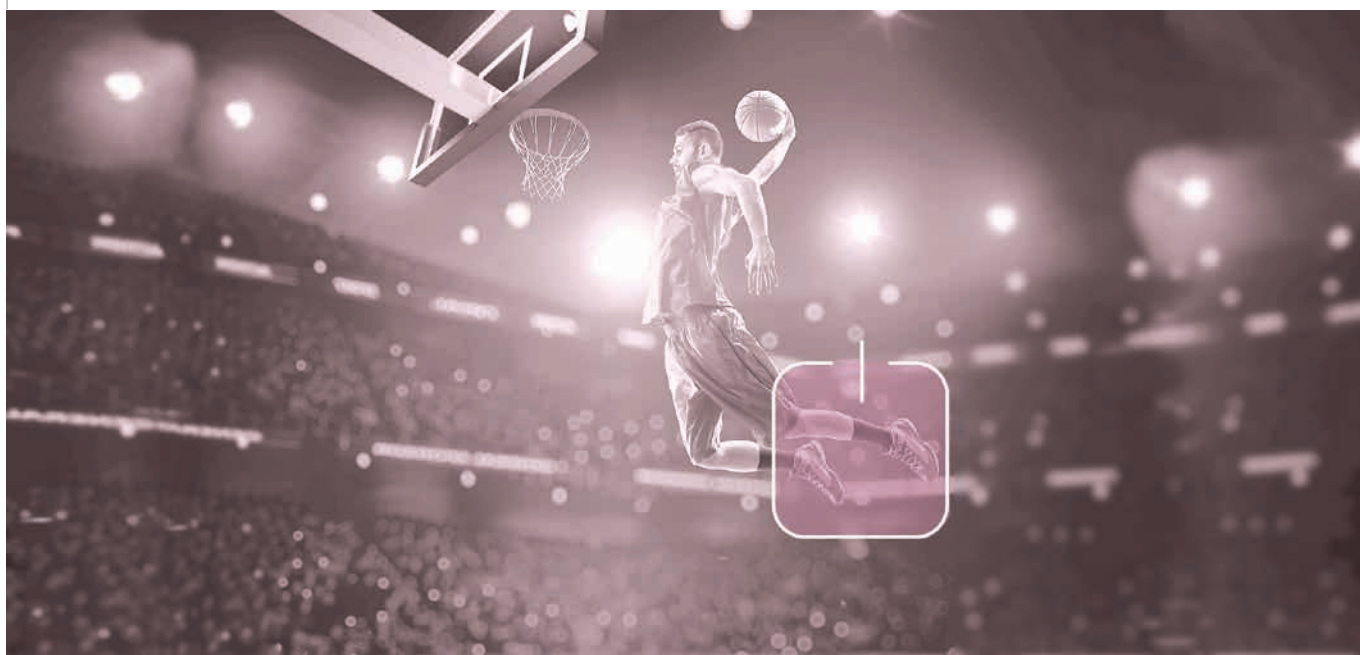
Roman von Cieminski

Head of SEO Consulting
roman.voncieminski@seo-ag.de

+49 (0)6151 78781-51

CONTENT **MARKETING**

Mit relevanten Inhalten Nutzen stiften



Sie möchten von Ihrer Zielgruppe im Netz vor Ihren Mitbewerbern gefunden werden und punkten? Dann brauchen Sie Texte mit Inhalten, die echten Mehrwert schaffen – die informieren, unterhalten oder beraten und so Vertrauen in Ihre Marke schaffen.

Das Redaktionsteam der SEO AG weiß, worauf es bei der Content-Erstellung ankommt. Unsere Texter verfassen für Sie SEO-Texte und -Inhalte, die nicht nur keyword-optimiert sind, sondern auch Ihre Nutzer ansprechen. So verbessern Sie das Ranking Ihrer Website in den Suchmaschinen, machen aus Besuchern Kunden und binden Ihre Zielgruppe langfristig an Ihr Angebot.

Leistungen

Blogbeiträge
Produkttexte
Ratgebertexte

Wer erzählt nicht gerne über sein Produkt oder seine Dienstleistung? Doch Vorsicht: Beim Bloggen geht es nicht um Werbung, sondern um echten Mehrwert für Ihre Nutzer. Ob Insider-Tipps, Empfehlungen, Ratgeber, Erfahrungsberichte, Tutorials oder Aktuelles aus Ihrer Branche – der Inhalt muss so verfasst sein, dass der Blog-Beitrag Ihre Nutzer informiert, berät, unterhält oder einfach nur lesenswert ist. Mit regelmäßigem und hilfreichem Content schaffen Sie es, dass die Leser Sie als Experten wahrnehmen und „am Ball bleiben“, sprich immer wieder auf Ihre Website zurückkehren.

Was hat jetzt aber Bloggen mit SEO zu tun? Zunächst geht es beim Content Marketing um die Interessen Ihrer Nutzer, aber hochwertiger Content gefällt auch den Suchmaschinen. Das Verhalten der Nutzer, also wie sie sich auf Ihrer Website bewegen, wie lange sie sich darauf aufhalten, ob sie wiederkehren oder Ihre Blog-Beiträge mit anderen via Social Media teilen – all das wirkt sich positiv auf das Ranking in Google aus.

Und nun die Gretchenfrage: Blog selbst schreiben oder schreiben lassen?

Einzigartiger Content ist natürlich immer dann besonders authentisch, wenn er im Unternehmen selbst geschrieben wird. Oft fehlt es aber an den entsprechenden Ressourcen oder, salopp gesagt, an der journalistischen Kompetenz. Ein Blog ist zwar schnell eingerichtet, doch nur mit regelmäßigen aktuellen Inhalten erfüllt er auch seine Funktion. Geben Sie diesen Part gerne an uns weiter. Wir recherchieren Neuigkeiten und Ideen und verfassen für Ihre Nutzer ansprechende Texte, die in Sprache und Stil perfekt auf Ihre Zielgruppe abgestimmt werden. Oder Sie geben einzelne Beiträge zu speziellen Themen einfach in Auftrag und tragen immer mal selbst etwas zu Ihrem Blog bei. Wie so etwas aussehen kann, sehen Sie an unserem Kundenbeispiel der Seminar AG. Hier erstand der Text in Zusammenarbeit mit der Dozentin Anke von Skerst, die eine ganze Blogreihe zum Thema Führung veröffentlicht hat und die Leser mit großer Begeisterung immer wieder auf die Website der Seminar AG zurückholte.

www.seminar-ag.de/blog/neu-als-fuehrungskraft-tipps-fur-den-start-teil-4

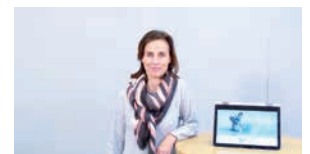


Blog-Beiträge



Wer erzählt nicht gerne über sein Produkt oder seine Dienstleistung? Doch beim **Bloggen** geht es um echten Mehrwert.

Ansprechpartnerin



Diana Thiele
Content Marketing Managerin
diana.thiele@seo-ag.de

+49 (0)6151 78781-51

CONTENT MARKETING

Produkttexte



Gerade **Shop-Betreiber** oder Dienstleister müssen sich täglich gegen Mitstreiter im Netz behaupten.

Wer sich von seinen Mitbewerbern abheben möchte und auf eine Top-Platzierung in den Suchmaschinen abzielt, der braucht verständliche und einzigartige **Produkttexte** (Unique Content), die umfassend informieren und zum Kauf anregen. Die vorgefertigten Produktbeschreibungen der Hersteller einfach zu übernehmen, reicht hierfür nicht aus. Denn dieser **Duplicate Content**, der oftmals eins zu eins auch von Mitbewerbern übernommen wird, bringt den Nutzern keinen Mehrwert und führt in der Regel zu schlechten Rankings in den Suchmaschinen.

Machen Sie aus Besuchern „Wiederholungstäter“

Mit individuellen und verkaufsfördernden Produkttexten machen Sie Nutzer und Suchmaschinen gleichermaßen glücklich. Die Chance auf eine Top-Platzierung bei Google steigt und somit auch die Chance auf eine höhere Anzahl Besucher und Käufer. Stellen Sie stets den Informationsbedarf der Zielgruppe in den Fokus Ihrer Produktbeschreibungen. Auch die Auswahl der korrespondierenden Fotos sollten Sie sorgfältig vornehmen. Schlechte Qualität in Text und Bild lässt Sie bei den Nutzern schnell unseriös und unzuverlässig wirken, denn wir alle neigen dazu, uns visuell ein schnelles Urteil zu bilden. Einmal die Besucher vergrault, kommen sie garantiert nicht so schnell auf Ihre Website zurück. Betrachten Sie Ihr Angebot also durch die Augen Ihrer Kunden. Prüfen Sie, ob Sie einen Artikel oder eine Dienstleistung basierend auf Ihrer Beschreibung und der eingesetzten Fotos kaufen würden. Fehlt noch etwas, das den Käufer interessieren könnte? Wie präsentieren sich die Mitbewerber?

Fühlt sich ein Besucher bei Ihnen gut aufgehoben und beraten, bestellt er vielleicht das ein oder andere Produkt gleich mit oder kehrt gerne wieder zu Ihrem Shop zurück.

Damit dies passiert, unterstützen wir Sie bei der Erstellung hochwertiger Produkttexte – umfassend, verständlich und klar formuliert. Sachlich geschrieben und je nach Produkt und Zielgruppe auch unterhaltsam. Und damit die Texte auch für die Suchmaschinen relevant sind, berücksichtigen wir natürlich auch entsprechende SEO-Kriterien wie die Integration suchrelevanter **Keywords** und aussagekräftiger Headlines.

Statt Hilfe bei einer Problemlösung zu geben, strotzen sie vor Fehlern, werfen mit Fachbegriffen nur so um sich oder sind inhaltlich schlichtweg falsch. Dabei ist es kein Hexenwerk, einen guten **Ratgebertext** zu schreiben, der nicht nur Ihre Nutzer, sondern auch die Suchmaschinen begeistert. Beachten Sie ein paar einfache Grundregeln, wie beispielsweise eine griffige und suchmaschinenoptimierte Überschrift, kurze und prägnante Formulierungen, übersichtliche und leserfreundliche Struktur, unterstützt von einer passenden Illustration, und natürlich inhaltliche Richtigkeit. - Schon haben Sie einen Ratgebertext, der das Image Ihres Unternehmens bei den Nutzern stärkt und Ihre Kompetenz demonstriert.

Bei komplizierten Kaufentscheidungen und bestimmten Problemstellungen bekommen Leser mit informativen **Ratgebertexten** eine praktische Hilfestellung an die Hand. Überzeugt der Inhalt, besuchen die Nutzer das nächste Mal gerne wieder Ihre Website, um dann vielleicht nicht nur Ihren Rat, sondern auch die Leistungen Ihres Unternehmens in Anspruch zu nehmen. Daher sind Ratgebertexte auch beliebter Content im Rahmen von **Linkbuilding-Maßnahmen**. Sie finden sich in nahezu jeder Branche – ob Gesundheit, Finanzen, Urlaub oder Unterhaltungselektronik. Ratgebertexte können für diverse Fragestellungen angeboten werden, wie zum Beispiel:

- > Ferienratgeber: Welche Destination passt zu meinem Urlaubstyp?
- > Tutorial: Wie installiere ich die Software XY richtig?
- > Praktische Tipps für die Gesundheit: Die größten Fehler beim Smoothie-Mixen

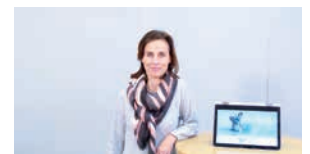
Sie möchten wissen, welche Probleme bzw. Fragestellungen im Zusammenhang mit Ihren Produkten oder Dienstleistungen besonders häufig gesucht werden? Sie benötigen Hilfe bei der Erstellung geeigneter Ratgebertexte? Dann kommen Sie gerne auf uns zu!

Ratgebertexte



Im Internet kursieren unzählige **Ratgeber** zu jedem erdenklichen Thema. Doch die wenigsten dieser Artikel nutzen den Lesern.

Ansprechpartnerin



Diana Thiele

Content Marketing Managerin
diana.thiele@seo-ag.de

+49 (0)6151 78781-51

STARTERPAKETE UND PREISE

Das kostet SEO-Optimierung bei uns



Vor der Beauftragung der SEO AG stehen Kunden vor der entscheidenden Frage nach dem Preis. Die Frage, mit welchen Kosten im Rahmen einer Suchmaschinenoptimierung zu rechnen ist, lässt sich allerdings nicht pauschal beantworten. Viele verschiedene Faktoren beeinflussen den Aufwand und somit auch den finanziellen Rahmen für ein SEO-Projekt.

Neben der Größe der Website und der Anzahl der Keywords spielen ebenso der Umfang bzw. das konkrete Ziel der SEO-Dienstleistung eine Rolle. Hierbei sind außerdem der erforderliche Aufwand und die Dauer der Suchmaschinenoptimierung Kriterien, die bei der Kostenfrage zu berücksichtigen sind. Weiterhin ist zu klären, ob bestimmte Aufgabenbereiche eines SEO-Projektes wie das Erstellen von Texten in Eigenleistung erbracht werden können. Nicht zuletzt ist auch die Wettbewerbssituation von entscheidender Bedeutung: Konkurrieren Sie mit einer Vielzahl an weiteren, starken Anbietern? Oder bewegen Sie sich in einem Nischenmarkt?

Damit die SEO-Kosten nicht aus dem Ruder laufen, sollten aus unserer Sicht gerade zum Start der Zusammenarbeit besser mehrere Pakete für die SEO-Optimierung mit festen Preisen definiert werden. So können einzelne Ziele einfach überprüft werden und wir als SEO-Agentur haben klare Budgetvorgaben für die verschiedenen Optimierungsmaßnahmen. Anschließend bietet es sich an, für bestimmte Bereiche wie das Linkbuilding, das Content Marketing oder die Verwaltung und Optimierung des Google Ads-Kontos ein monatliches Budget festzulegen.

Starterpakete

SEO-Starterpaket
Keyword-Analyse
Google Ads
Linkbuilding
Wettbewerberanalyse

Ansprechpartner



Roman von Cieminski

Head of SEO Consulting
roman.voncieminski@seo-ag.de

+49 (0)6151 78781-51

Die SEO AG bietet daher ihren Kunden verschiedene und einfach nachvollziehbare SEO-Starterpakete an:

SEO-Starterpaket (SEO-Ist-Analyse): 720,- € zzgl. MwSt.

Viele Websites besitzen „bauliche Mängel“ in Bezug auf die Suchmaschinenfreundlichkeit. Die SEO AG überprüft mit Hilfe einer SEO-Ist-Analyse die Seitenstrukturen und listet mögliche Schwachstellen detailliert auf. Anschließend erstellen wir eine To-Do-Liste mit konkreten Optimierungsvorschlägen für die Programmierer.



Keyword-Analyse-Starterpaket: 450,- € zzgl. MwSt.

Die Verwendung der richtigen Keywords ist entscheidend für gute Rankings auf den Google-Ergebnisseiten und zentraler Bestandteil einer erfolgreichen Suchmaschinenoptimierung. Die SEO AG unterstützt Sie bei der Auswahl der für Ihr Unternehmen relevanten Keywords. Dabei werden u. a. die Relevanz der Suchbegriffe für Ihr Produkt bzw. Unternehmen, das Suchvolumen der Keywords in den Suchmaschinen sowie die Konkurrenzsituation analysiert.

Google Ads-Starterpaket: 300,- € zzgl. MwSt.

Auf Basis der gewonnenen Informationen aus der Keyword-Analyse zum Suchmarkt der Zielgruppe(n) erstellt die SEO AG ein zielgerichtetes Konzept für das Suchmaschinenmarketing. Dieses wird in enger Zusammenarbeit mit dem Kunden anhand tatsächlicher Daten sowie aus Unternehmenserfahrungen weiter verfeinert. Anschließend richtet die SEO AG ein Google Ads-Konto ein (sofern noch nicht vorhanden) und legt auf Grundlage des SEM-Konzepts die Werbekampagnen an. Budget- und Werbevorgaben werden hierbei selbstverständlich berücksichtigt.



Linkbuilding-Starterpaket: 500,- € zzgl. MwSt.

Anhand einer Analyse erstellt die SEO AG ein Backlinkprofil für Ihre Website. Dies beinhaltet einen Überblick über die stärksten und gefährlichsten Backlinks der Website aus Sicht von Google sowie Optimierungsansätze für das Linkbuilding.

Wettbewerberanalyse-Starterpaket: 300,- € zzgl. MwSt.

In einer Analyse wird Ihre Website mit der von bis zu drei Wettbewerbern verglichen. Dabei wird u. a. überprüft, zu welchen Keywords Ihre Konkurrenten besser ranken als Sie bzw. zu welchen Suchbegriffen Sie im Gegensatz zu Ihren Wettbewerbern erst gar nicht gefunden werden.



DAS TEAM DER SEO AG

Qualifizierte und erfahrene Spezialisten



Roman von Cieminski

Head of SEO Consulting



Roman von Cieminski,

Master of Information Science, ist Ihr erster Ansprechpartner bei neuen Projekten. Mit Leidenschaft und Engagement setzte er bereits zahlreiche SEO-Maßnahmen Onpage und Offpage für Kunden der SEO AG um. Im Fokus seiner Arbeit steht der ganzheitliche Ansatz zur Erzielung einer maximalen Online-Marketing-Performance im Unternehmen.

Adrian Röttinger

Senior Consultant



Als Senior Consultant entwickelt **Adrian Röttinger**, Diplom-Informationswirt (FH), anforderungsgerechte SEO-Konzepte für unsere Kunden. Seine langjährige Erfahrung in der Suchmaschinenoptimierung, Suchmaschinenwerbung und im Linkbuilding kommt hier voll zum Einsatz. SEO-Ist-, Keyword- und Wettbewerberanalysen sind sein Steckenpferd.

Diana Thiele

Content Marketing Managerin



Diana Thiele, Diplom-Betriebswirtin (FH), kreiert für die Websites unserer Kunden relevante und wertvolle Inhalte in Form von Blog-Beiträgen, SEO-Artikeln, Ratgebertexten oder Newslettern, die nicht nur deren Zielgruppe, sondern auch die Suchmaschinen glücklich machen. Mit Neugier, Professionalität und einer „ansprechenden Schreibe“ erstellt sie Content mit Mehrwert.

Unsere Leidenschaft ist die Verbesserung von Websites, insbesondere die Suchmaschinenoptimierung. – Dieser „gemeinsame Nenner“ fügt uns als Team zusammen und ist die Basis, um mit Expertenwissen, Erfahrung und solider Arbeitsweise die Kunden der SEO AG zu begeistern.

Mit den Regeln und Stolpersteinen des Internets kennen wir uns bestens aus. Ihre Anforderungen stehen bei unseren Recherchen, Vorschlägen und Umsetzungen stets im Mittelpunkt. Gerne lassen wir uns bei den Aktionen in die Karten schauen, um im Ergebnis auch die Freude über die erreichten Erfolge mit Ihnen zu teilen.

Zögern Sie nicht, uns anzusprechen. Sie werden sehen, dass wir gemeinsam die Online-Präsenz Ihrer Website deutlich nach vorne bringen können. Versprochen!

Andrea Blasczyk

Content Marketing Managerin



Andrea Blasczyk erwarb das Rüstzeug zum Schreiben von kundenorientierten Texten während ihres Studiums der Literatur- und Sprachwissenschaft sowie im Aufbaustudium zum Master of Business Administration. Damit überzeugte sie im Marketing bei verschiedenen Unternehmen und Organisationen. Heute unterstützt sie unsere Kunden bei der Erstellung von Content.

André Zaadelaar

Fachinformatiker



André Zaadelaar, Fachinformatiker für Anwendungsentwicklung, entwickelt für unsere Kunden auf Basis der vorgegebenen Ziele intelligente SEO- und Web-Lösungen, die flexibel mit künftigen Anforderungen wachsen können. Er berät und unterstützt bei der Einführung und Einhaltung von Entwicklungsstandards, analysiert bestehende Webseiten hinsichtlich technischer SEO-Faktoren und hilft tatkräftig bei der Fehlerbeseitigung.

Emanuel Tsige

Vorstand



Emanuel Tsige, Diplom-Kaufmann, verfügt über Know-how und jahrelange Erfahrungen als Marketingleiter verschiedener Aktiengesellschaften und Organisationen aus den Bereichen Consulting, Weiterbildung und Software. Bei der SEO AG sorgt er dafür, dass Beratungsqualität und Kreativität zu messbaren SEO-Ergebnissen führen, die unsere Kunden begeistern.



SEO AG

Wittichstraße 2

64295 Darmstadt

Fon +49 (0)6151 78781-51

E-Mail: info@seo-ag.de

Internet: www.seo-ag.de

© SEO AG 03.2019