

Grundsätzliches zur Suchmaschinenoptimierung für EPU's und KMUs

Dieser Text fasst meine jahrelangen Erfahrung mit kleineren und mittleren Webprojekten zusammen und erklärt meine Arbeitsmethode sowie die Möglichkeiten, Chancen und Risiken von SEO für EPU's und KMUs. Die hier beschriebene Vorgangsweise hat sich in der Praxis als die kostengünstigste und effizienteste für die spezifischen Anforderungen dieses Kundensegments herausgestellt.

Meine Arbeit besteht aus 6 abgegrenzten Phasen:

1) Kostenfreie Vorarbeiten:

Analyse des Potentials Ihrer Webseite und der notwendigen Änderungen (Onpage und Offpage), um zu besseren Resultaten bei den Suchmaschinen zu kommen. Sie erhalten eine schriftliche Analyse, die ich mit Ihnen in einem max. einstündigen Gespräch am Telefon oder direkt bespreche. Dieser Teil meiner Arbeit ist für Sie gratis, Sie sind nicht verpflichtet, mir im Anschluss einen Auftrag zu erteilen.

Im Zuge der Vorarbeiten geben Sie mir bekannt, unter welchen Stichworten Sie gerne gefunden werden wollen. Für den Beginn unserer Zusammenarbeit ist es sinnvoll, 3-4 Keywords auszuwählen. Lokale Einschränkungen (Architekt Berlin) oder Begriffkombinationen (Webserver mieten) sind meist sinnvoller als Einzelkeys (Coach, Rechtsanwalt, Arzt...)

Anfallende Kosten: keine

2) Eventuelle Änderungen an Ihrer Seite:

Um gute Ergebnisse bei Suchmaschinen zu erzielen, müssen Webseiten, die nicht von vorneherein „suchmaschinenfreundlich“ angelegt wurden, häufig verändert werden. Diese Änderungen können von kleinen, kaum sichtbaren Maßnahmen bis hin zu einer vollkommenen Umgestaltung gehen. Welche Maßnahmen bei Ihrer Webseite anfallen, erfahren Sie in der schriftlichen Analyse und in einem persönlichen Gespräch.

Anfallende Kosten: individuell unterschiedlich

3) Basislinkbuilding:

Bei den meisten Seiten die von Freiberuflern, EPU's und kleineren KMUs genutzt werden, hat sich folgende Vorgangsweise als praktisch erwiesen: Über einen Zeitraum von 3-6 Monaten* werden mehrere hundert Links auf die Seite gerichtet. Diese Links stammen aus unterschiedlichsten Quellen (Artikelverzeichnisse, Foren, Blogkommentare etc.) und sind in ihrer Qualität bunt gemischt. Diese Art des relativ chaotischen Linkaufbaus wird von den meisten Suchmaschinen als „natürlich“ empfunden.

Nach Abschluss der Arbeiten erhalten Sie auf Wunsch einen Report über die gesetzten Links.

Anfallende Kosten: pauschal € 600,- exkl. MwSt.

4) Evaluierung:

Nachdem der Linkaufbau der Phase drei abgeschlossen ist, haben viele Seiten bereits sehr gute Positionen in den Suchergebnissen erreicht. Vor allem bei weniger umkämpften Begriffen ist meine Arbeit abgeschlossen. Bei schwierigeren Keywords ranken die entsprechenden Projekte meist auf den Seiten 2-10. Zu diesem Zeitpunkt gebe ich Ihnen eine Einschätzung der Kosten, die entstehen, wenn Sie Ihr Projekt auf Seite eins bringen möchten.

Anfallende Kosten: keine

5) Finales Linkbuilding:

Für die härter umkämpften Keys, die noch weiter klettern sollen, kann jetzt ein finales Linkbuilding betrieben werden, um sie auf die guten Plätze zu bringen. Die Grundlagen dieser Arbeit wurden bereits in Phase 4 besprochen.

Anfallende Kosten: individuell unterschiedlich

6) Eventuell neue Keywords oder ein Servicevertrag, um die Platzierungen zu halten:

In dieser Phase, die entweder nach Phase fünf oder parallel zu Phase fünf stattfinden kann, macht es Sinn, auch andere Keywords zu unterstützen. Früher ist dies wenig sinnvoll, denn Linkbuilding muss langsam erfolgen, um es für die Suchmaschinen natürlich wirken zu lassen. Viele Kunden schließen in dieser Phase auch einen Servicevertrag ab, der kostengünstig das Halten der bereits erreichten Platzierungen langfristig garantiert.

**Anfallende Kosten: individuell unterschiedlich
Servicevertrag ab € 25,- /Monat (netto)**

* Bei neuen Seiten empfehle ich eher 6 Monate, bei Projekten, die ein Jahr oder älter sind, kann man den Linkaufbau beschleunigen und innerhalb von drei Monaten durchführen.

FAQ - Häufige Fragen:

Für viele Freiberufler, EPU's, MPU's ist Suchmaschinenoptimierung ein vollkommen neues Gebiet, und sie haben viele Fragen. Im Folgenden versuche ich die wesentlichsten Fragen, die immer wieder auftauchen, zusammen zu fassen. Falls Ihr spezielles Anliegen nicht dabei ist, kontaktieren Sie mich einfach.

Für alle Marktteilnehmer stehen natürlich immer die Kosten einer Maßnahme in Bezug zu ihrer Effizienz im Vordergrund. Kein ökonomisch denkender Mensch sucht gute Platzierungen bei Suchmaschinen aus Vergnügen oder Eitelkeit. SEO muss sich also rechnen. Aber wie stellt man fest, ob sich eine Maßnahme rechnet, wenn man weder Ihre genauen Kosten noch ihre genaue Effizienz kennt? Im folgenden daher einige Ideen zu diesem brisanten Thema:

Ist SEO überhaupt die richtige Maßnahme für Ihr Projekt?

Die erste Frage, die sich Unternehmer in diesem Zusammenhang stellen müssen, ist, ob ihr Angebot überhaupt von ihrer Zielgruppe (!) in Suchmaschinen gesucht wird. So wird der Suchbegriff „Fotograf Berlin“ zwar häufig gesucht, für einen Hochzeitsfotografen macht es auch durchaus Sinn, in Suchmaschinen gut gefunden zu werden, ein Magazinfotograf, der sich auf Tierreportagen spezialisiert hat, wird jedoch davon weniger profitieren. Letzterer wird eher durch Mund-zu-Mund Propaganda an seine Auftraggeber kommen.

Wieviel kostet SEO?

Ist erst ein Mal geklärt, ob SEO für ein bestimmtes Projekt überhaupt sinnvoll ist, dann ist die nächste Frage die der Kosten. Die Vorarbeiten sind für Sie auf jeden Fall kostenfrei. Nach dem Erstgespräch sind Ihnen die Kosten von Phase zwei und Phase drei bekannt. Ob zusätzlicher Linkaufbau (Phase vier) notwendig sein wird, sieht man erst nach Abschluss von Phase drei.

Wie läuft die Bezahlung?

Da sich meine Arbeiten über einen längeren Zeitraum hinziehen, können wir gerne auch Ratenzahlung vereinbaren!

Sind Google-Adwords oder andere Werbeformen im Web nicht günstiger?

Bei SEO fallen vor allem zu Beginn - in einer Phase in der noch keine Ergebnisse sichtbar sind - Kosten an. Dennoch ist SEO oftmals effizienter als andere Werbeformen, wenn man einen Zeitraum von mehreren Jahren beobachtet. Eine beliebte Alternative zu SEO sind die Google-Adwords. Diese haben den Vorteil, dass sie sofort verfügbar sind. Allerdings: Adwords zahlt man jahrelang - Monat für Monat. SEO im günstigsten Fall nur ein Mal.

Gibt es Garantien auf Platzierungen?

Garantien auf Platzierungen kann es bei seriösem SEO keinesfalls geben. Ich habe keinen Vertrag mit Google, Google alleine bestimmt den Algorithmus nach dem die Suchergebnisse gereiht werden. Und dieser Algorithmus ist erstens geheim, zweitens ändert er sich ständig, und auch der Wettbewerb schläft nicht. Alle diese Faktoren tragen dazu bei, dass SEO oft als unseriös abgetan wird. Aber das stimmt so nicht. Meine Arbeit funktioniert strikt nach den Google-Richtlinien, wirkt nachhaltig und funktioniert ohne Tricks bzw. doppeltem Boden. In der Fachsprache der SEO heißt das dann „Whitehead-SEO“, im Unterschied zu „Blackhead-SEO“, bei dem vor allem mit Maßnahmen, die von Suchmaschinen abgelehnt werden, gearbeitet wird.

Der Nachteil von nachhaltigem Whitehead-SEO ist, dass es eventuell etwas länger dauert, um gute Ergebnisse zu erzielen. Der Vorteil ist, dass diese Ergebnisse auch mittel- und langfristig halten.

Warum ist SEO nicht konkreter planbar?

SEO ist eine Maßnahme, die nur indirekt planbar ist. Dafür gibt es zwei wichtige Gründe:

1) Die Suchmaschinen selbst:

Es kann - selten aber doch - durch Änderungen im Algorithmus der Suchmaschinen zu Verzögerungen meiner Arbeit kommen. Aber machen sie sich keine Sorgen! Diese Änderungen haben meist das Ziel, Seiten mit schlechter Qualität oder „Blackhead-SEO“ zu eliminieren. „Whitehead-SEO“, das ich anbiete, ist relativ wenig von diesen Änderungen betroffen.

2) Die Konkurrenz:

Immer wieder tauchen neue Seiten in den Suchmaschinen auf und kämpfen um die besten Platzierungen. Und welche Anstrengungen der Wettbewerb unternimmt, um Sie aus den guten Position zu entfernen, kann kein SEO der Welt vorhersehen.