

## **Checkliste: Brauche ich einen SEO Experten?**

**Oder anders gefragt: Warum lassen Sie sich nicht von einem IT-Techniker operieren?**

DIY ist in vielen Bereichen absoluter Trend, aber es gibt Gründe, warum man ab und an fachkundige Profis beauftragt und ihnen die Arbeit überlässt. Sie haben schlichtweg ihr Handwerk gelernt – über Jahre hinweg, kennen Produkte & Werkzeuge, mit denen Sie täglich umgehen, haben aus zahlreichen Aufträgen gelernt – was funktioniert & was Kunden benötigen. In der Suchmaschinenoptimierung, beziehungsweise im Online Marketing, ist das nicht anders! Insbesondere, weil hier ein stetiges Beobachten und Lernen das A und O ist.

Sicherlich fängt nicht jeder Webseitenbetreiber oder Onlinehändler beim Wissensstand 0 an, aber manchmal ist es besser den Profi zu beauftragen, der sich mit den rund 200 Rankingfaktoren der Onpage und Offpage Optimierung auskennt...

Gehen Sie doch einmal folgende Fragen durch, und versuchen Sie für sich abzuschätzen, ob Sie die Aufgabe – Ihren Onlineshop zum Erfolg zu führen – noch alleine realisieren können.

### **Allgemeines**

- Wie lange lädt Ihr Onlineshop? Könnten Sie an einer schlechten Ladezeit etwas ändern? Welche Schrauben müssen hier gedreht werden?
- Sind alle Seiten im Google Index? Warum indexiert Google einige Seiten nicht? Können Sie das ändern?
- Ist es sinnvoll Ihren Onlineshop mit Flash zu realisieren?
- Können Sie Duplicate Content mit dem Canonical Tag verhindern? Wissen Sie wie man einen Canonical Tag einrichtet, wann es zu doppelten Inhalten kommt und warum man dies vermeiden sollte?
- Können Sie mit der CSS-Datei Absätze gestalten? Überschriften definieren?
- Benutzen Sie die Webmaster Tools oder andere Hilfsmittel für die Analyse und Auswertung des Shops? Wie oft verwenden Sie diese Tools?
- Wie lange benötigt ein User, um die wichtigsten Informationen auf Ihrer Webseite zu finden? Ist darin auch wirklich alles Wichtige enthalten?
- Was wissen Sie über die Möglichkeiten von „Call-to-Action“?
- Lässt sich das Bestellformular auch über Smartphones öffnen? Muss der User dabei den Screen manuell anpassen?
- Ist eine intelligente Struktur erkennbar, gelangen die Besucher über die interne Verlinkung weiter zu passenden Angeboten?
- Wie messen Sie Ihre Performance? Welche Key Performance Indicators und andere Zielwerte haben Sie definiert? Wie überprüfen Sie diese?

**Wie viele Fragen mussten Sie mehrmals lesen? Wie viele Begriffe kannten Sie? Wie viele Techniken können Sie problemlos umsetzen?**

## SEO

- Haben Sie für jede Seite ein Keyword definiert? Bringt Ihnen das Keyword, gemessen am Wettbewerb, ausreichend Besucher? Wäre ein weniger stark gesuchtes Keyword besser?
- Haben Sie für Ihre Produkte keywordoptimierte Texte in ausreichender Länge, mit passender Keyword-Dichte, semantischem Bezug und hilfreichen Blickfängen erstellt?
- Wie viel Zeit können Sie pro Tag aufbringen, um entsprechende Texte (ansprechend & informativ) zu verfassen?
- Erreichen die Produktbeschreibungen die Zielgruppe?
- Wer ist Ihre Zielgruppe, was möchten die Besucher auf Ihrem Onlineshop?
- Was meint Google mit „Pinguin“ und „Panda“?
- Wie viel Zeit können Sie pro Tag aufbringen, um die Seiten mit passenden Titeln und Beschreibungen zu versehen, die User zum Klicken animieren?
- Haben Sie die Bilder mit stimmigen Keywords beschriftet?
- Wie viel Zeit haben Sie pro Tag, um jedes Bild anzupassen?
- Gibt es Backlinks, die auf Ihre Seiten verweisen? Wie viele sind es? Auf welche Seiten linken Sie? Liefern Sie Traffic, der auch bestellt?
- Wissen Sie, ob die Backlinks förderlich für Ihr Ranking sind?
- Wie viel Zeit können Sie pro Tag aufbringen, um neue Backlinks zu generieren?
- Kennen Sie Möglichkeiten, Links zu erhalten?

**Wie viele Fragen mussten Sie mehrmals lesen? Wie viele Begriffe kannten Sie? Wie viele Techniken können Sie problemlos umsetzen?**

## Social Media & Empfehlungen

- Spricht man über Sie im Netz?
- Wie sind die Meinungen über die Produkte / Ihren Service?
- Kennen Sie die Bedeutung von Bewertungsportalen?
- Auch für die Suchmaschinenoptimierung?
- Treten Sie in diesen Portalen auf? Wissen Sie um das Potential solcher Plattformen für erfolgreiche Onlinehändler?
- Haben Sie jeden Tag auf Bewertungen und Kommentare zu reagieren, um mögliche Kritik durch Tipps & Hilfe wett machen zu können?
- Sind Sie in sozialen Netzwerken unterwegs? Informieren Sie die User dort tatsächlich oder posten Sie nur lustige Videos?
- Sprechen Sie die Sprache Ihrer Zielgruppe?
- Wie reagieren Sie auf einen negativen Beitrag?

**Wie viele Fragen mussten Sie mehrmals lesen? Wie viele Begriffe kannten Sie? Wie viele Techniken können Sie problemlos umsetzen?**

## **Und, was denken Sie jetzt?**

Selbstverständlich erhebt diese Liste keinesfalls Anspruch auf Vollständigkeit. Sie dient lediglich dazu, Ihnen eine erste Hilfestellung zu sein. Nicht nur zu berücksichtigen, dass derlei Wissen angesammelt und verstanden werden muss, sondern auch umgesetzt und regelmäßig aufgefrischt. Und Themen wie Search Engine Advertising oder Programmierung wurden in dieser Liste noch nicht einmal berücksichtigt.

Bei aller Wissensaneignung und Umsetzung müssen Sie auch immer daran denken, dass Sie für derlei Dinge Zeit benötigen. Professionelle Dienstleister lernen dies über Jahre hinweg, befassen sich ausschließlich mit SEO und Online Marketing. Sie müssen dies unter Umständen nebenbei machen – zusätzlich zu Verpackung & Versand, Kundenservice, Warenbestellung und vielem mehr.

Sie sollen keineswegs entmutigt werden, sicherlich können Sie die Maßnahmen & Aufgaben umsetzen, mit denen Sie sich auskennen. Aber, wenn Sie nicht weiter wissen, sondern erst ein Lexikon wälzen müssen, fragen Sie lieber einen Profi für Suchmaschinenoptimierung und Online Marketing, der den Blick für das Ganze hat!

Udo Carl  
c/o argutus GmbH  
Harffstraße 110a  
40591 Düsseldorf

tel: + 49 (0) 211 - 699 366 0  
mail: [carl@argutus.de](mailto:carl@argutus.de)