

ADCELL SEO-BUCH

Das kleine SEO Nachschlagewerk



Lieber Affiliate,

Sie haben sich bei ADCELL angemeldet um mit Partnerprogrammen Geld zu verdienen bzw. Ihre Webseite zu monetarisieren und mit starken Partnern aufzuwerten. Damit dies gelingen kann, benötigen Sie vor allem eins – Besucher!

Dieses kleine SEO Nachschlagewerk soll Ihnen dabei helfen, Ihre Webseiten so aufzubauen, dass wichtige Suchmaschinen wie Google diese mögen, sie leicht lesen können und dementsprechend gut in den Suchergebnissen listen.

Es richtet sich vor allem an die kleinen und mittleren Affiliates, die Ihre eigene Seite mit viel Liebe betreiben und mit ein paar Tricks und Kniffen das Potential Ihrer Webseite weiter ausschöpfen können.

Das Buch wurde bewusst kurz gehalten und soll Ihnen die absoluten Grundlagen für die Suchmaschinenoptimierung vermitteln – natürlich können nicht alle Themen abgehandelt werden, aber die wichtigsten Punkte für den Einstieg ins Affiliate Marketing und für die eigene Webseite sollen erläutert werden.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen und freue mich auf gemeinsame Erfolge.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M. Seidel'.

Ihr Marcus Seidel
Geschäftsführer

ADCELL



Der Grundgedanke von Google und Co



Seit Jahren ist Google die mit Abstand stärkste Suchmaschine und deswegen werden die Webseiten und Ihre Strukturen nach Google ausgerichtet. Google ist eine textbasierte Suchmaschine die Sekunde für Sekunde des Internet nach Content – und am liebsten nach einzigartigen Content durchforstet. Content ist das englische Wort für Inhalt und dieser setzt sich aus Text, Bildern, Videos und allem anderen zusammen, was das menschliche Auge wahrnimmt.

Da Google eine Seite aus einem anderen (textbasierten) Blickwinkel betrachtet müssen wir unsere Inhalte für Google sichtbar machen. Da Google textbasiert arbeitet gelingt uns das am besten, indem wir alle Inhalte, die nicht Textinhalte sind, mit Alternativ- oder Titelnamen versehen.

D.h. wir beschriften Dinge wie Bilder und Videos und geben Ihnen treffende Namen. Wenn Sie auf Ihren Seiten Produktbilder oder Fotos haben, beschriften Sie diese Bilder am besten genau mit den Worten, was man auf dem Bild sieht und beschreiben Sie zusätzlich den Inhalt der Bilder.

Kopieren Sie dabei nicht Standardtexte oder Auflistungen in die Beschreibung, sondern schaffen Sie einzigartigen Content, auch wenn dieser bei der Erstellung teurer ist als „Copy and Paste“ – Google wird es Ihnen danken – nicht umsonst gibt es die Wahrheit des 21. Jahrhunderts „Content is King“. Auf Deutsch frei übersetzt: Wer seinen Besuchern die detailliertesten Inhalte und Informationen bietet, gewinnt.

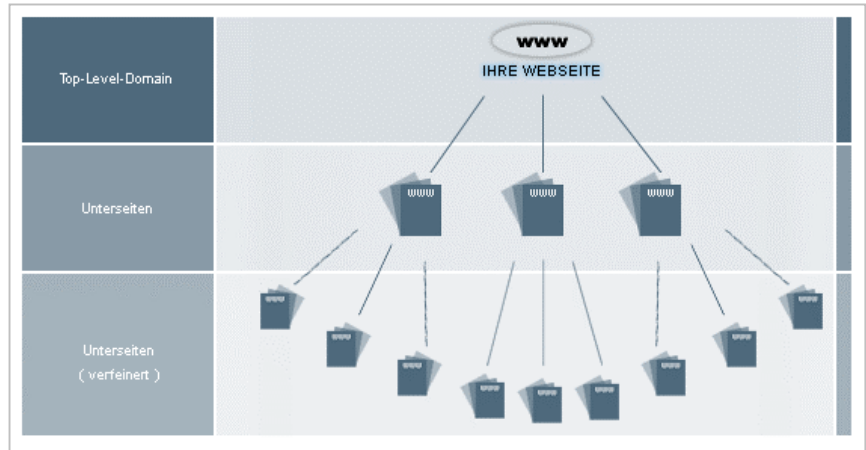
Praktische Tipps:

- verwenden Sie für jeden Inhalt / Content immer nur eine URL
- vermeiden Sie doppelte Inhalte und schaffen Sie unique Content, d.h. eigene Inhalte
- geben Sie nicht textbasierten Inhalten (Videos, Bilder) passende Titel und Beschreibungen



1. Die richtige Webseite und Ihre Struktur

Sie haben sich für Ihre Webseite und einen Domainnamen entschieden und müssen diesen nun aufbauen. Neben der Wahl der richtigen Domain (am besten wählen Sie einen kurzen, einprägsamen Namen – ideal sind auch bestehende Domains, die schon jahrelang im Googleindex existieren) sollten Sie immer bedenken, dass die Webseitenstruktur von Anfang an gut durchdacht sein muss, da man diese nie wieder anfassen sollte.



Eine Webseite beginnt immer mit www.autowebseite123.de – das ist die Grund URL die auch immer die Startseite sein sollte. Alle anderen Inhalte werden in diese Struktur – ähnlich eines Baumes - eingefügt. Nehmen wir an, Sie betreiben eine Webseite zum Thema Auto und wollen einen Bereich für schnelle Autos erschaffen, dann sollte diese unter dem folgenden Link (und nur unter diesem einmaligen Link) zu finden sein: www.autowebseite123.de/schnelle-autos . Wenn Sie diese Struktur weiter verfeinern wollen und zu den verschiedenen Autoanbietern von schnellen Autos schreiben wollen, beispielsweise Audi, dann sieht die Webseitenstruktur so aus www.autowebseite123.de/schnelle-autos/audi .

Alle diese einzelnen Haupt- und Unterseiten sollten einen eigenen Titel, eigene Meta Keywords und eine eigene Meta Description haben, die zum Inhalt der Unterseite passen. Machen Sie sich die Mühe und legen Sie diese Bausteine für jede neue Seite an, so werden Sie schneller und besser von Google gefunden.

Ihre fertige Domain-Linkstruktur sollte nicht mehr angefasst oder verändert werden, da Ihre User auf einzelne Bereiche Ihrer Seite verlinken oder bookmarken und diese Bereiche damit stärken. Sollten Sie die Struktur ändern und die dazugehörige URL – gehen die Links und die Besucher ins Leere.

Praktische Tipps:

- versuchen Sie eine saubere Struktur und Unterstruktur aufzubauen, idealerweise in Verzeichnisform wie www.autowebseite123.de/schnelle-autos oder www.google.de/services/
- vergeben Sie einzigartige, das Dokument kennzeichnende Titel, Meta Keywords und Meta Description für jede einzelne Seite
- versuchen Sie Änderungen der Grund-Linkstruktur Ihrer Domain niemals zu ändern



2. Finden von alten und neuen Inhalten



Nachdem wir festgehalten haben, dass eine saubere Struktur und einzigartige Inhalte ein großer Schritt in Richtung des Erfolg sind geht es jetzt darum Ihre neuen, aber vor allen die alten Inhalte findbar zu machen. Google unterteilt bei Themen nach aktuellen Inhalten und News d.h. die aktuellen Inhalte landen erst einmal weit vorne und werden mit der Zeit von neuen Beiträgen zu diesen Themen wieder zurückfallen.

Neben dieser Art von Inhalten gibt es aber Themen oder Produkte die sich nicht mit der Zeit ändern oder aktueller werden. Ein bestimmter Fernseher als einzelnes Produkt zum Beispiel wird als Produktbeschreibung immer 33kg wiegen und 117cm Bilddiagonale haben. Diese Inhalte können sich durch sauberes SEO und das Einhalten von Grundregeln langfristig und gut positionieren und sorgen so für ein gesundes Grundrauschen an Traffic. Auch hier ist für die Auffindbarkeit wieder auf die richtige und nicht zu verändernde URL-Struktur Ihrer Seite zu achten.

Um langfristige und ältere Inhalte gut und nachhaltig zu positionieren müssen diese eine gute interne und externe Verlinkung vorweisen. Achten Sie dabei darauf, dass die Links mit den richtigen Wörtern auf die jeweiligen Inhalte verlinken und untereinander eine starke Verlinkung aufweisen (sogenannte interne Links).

Wenn Sie als Ergänzung zu jedem Artikel zehn Links zu anderen Artikeln positionieren, so verfügt jeder einzelne Artikel über 10 Verweise auf sich und damit 10 Verlinkungen.

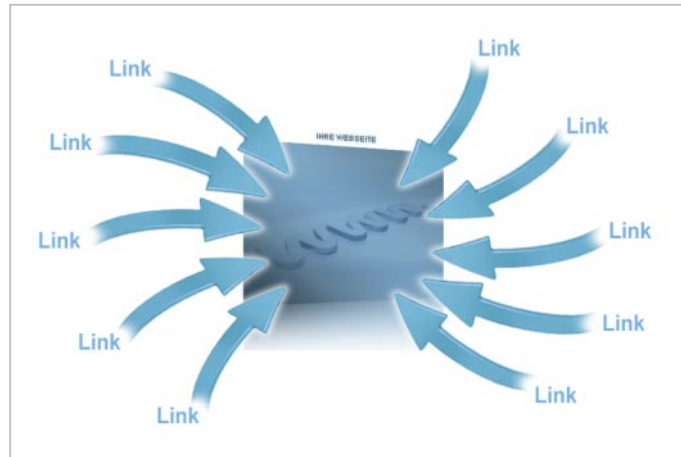
Praktische Tipps:

- Google mag Neuigkeiten und positioniert diese gut
- auch ältere Artikel und nicht zu erneuernde Themen sollten gut positioniert werden
- ernerne und externe Verlinkungen sind wichtig um Themen und Artikel zu stärken



3. Stärke von Außen – lassen Sie sich verlinken

Die Relevanz einer Webseite leitet Google nicht zwangsläufig von der Anzahl des Contents oder einem hohen Pagerank ab. Vielmehr schaut sich Google an, welche Webseiten (und ob diese selber stark oder schwach positioniert sind) auf die eigene Seite verlinken. Hierbei gilt: „je stärker die Webseiten und die Links auf die eigene Seite sind desto besser wird diese bewertet“. Jetzt sollte man sich natürlich die Frage stellen: „Wie bekomme ich viele und vor allem starke Links auf meine Seite?“.



Hier schließt sich der Kreis der Suchmaschinenoptimierung wieder mit dem guten und einzigartigen Content aus Punkt 1. Je besser andere den Inhalt meiner Seite einschätzen, desto eher linken sie auf mich und machen mich damit stark. D.h. wenn Sie über guten und einzigartigen Content verfügen, kann es durchaus sinnvoll sein, neben diesem Bookmarkingtools zu setzen (www.seitzeichen.de) oder den einfachen Satz „Sie dürfen meine Seite sehr gerne verlinken“.

Wenn Sie es beeinflussen können, achten Sie immer darauf, dass ein eingehender Link zu Ihrer Seite auch immer mit den richtigen Keywords (unter denen Sie mit genau dieser Seite gefunden werden möchten) versehen sind.

Neben den Möglichkeiten der kostenlosen Links über guten Content und freiwilligen Links zu Ihrer Seite (sog. Linkbaiting) gibt es noch die Möglichkeit des Linktauschs und des Linkkaufs.

Beim Linktausch sagt der Name bereits um was es geht. Sie verlinken die Webseite eines anderen von Ihrer Seite aus und er macht das genau umgekehrt. Dieser Mechanismus ist zwar einfach, wird aber deswegen auch leicht von Google durchschaut und nicht so stark wie ein einzelner Link ohne Backlink zu Ihrer Seite gewertet.

Der Linkkauf wird von Google ganz klar untersagt und abgestraft. Um Webseiten schnell aufzubauen und gute Platzierungen bei Keywords wie Auto, Sex oder Girokonto zu erreichen ist der Linkkauf fast unumgänglich und wird von den meisten SEO Agenturen auch so betrieben. In Deutschland gibt es mit teliad und LinkLift zwei bekannte Dienste bei denen Links käuflich erworben werden können. Sollte Google den Kauf von Links für Ihre Seite herausfinden, kann es passieren, dass Google die beteiligten Webseiten abstrafte oder sogar aus dem Index verbannt.

Praktische Tipps:

- Nutzen Sie Ihren Unique Content und betreiben Sie Linkbaiting
- Achten Sie auf relevante Keywords bei den Verlinkungen zu Ihren Seiten
- Umgehen Sie Möglichkeiten wie Linkkauf wenn Sie auf normalem Wege und durch Linktausch gute Links bekommen können

ADCELL SEO-BUCH

Mit diesem letzten Tipp endet das kleine ADCELL SEO Handbuch. Ich hoffe, Sie haben noch ein paar spannende Tipps entdecken können und setzen diese nun erfolgreich auf Ihren Seiten um. Für Anregungen oder das Aufnehmen weiterer Tipps wenden Sie sich einfach per Mail an mich (ms@adcell.de) oder das ADCELL Team.

Ich wünsche Ihnen maximale Erfolge auf Ihrem Weg im und durch das Internet.

Ihr 



Kontakt ADCELL:

Firstlead GmbH / ADCELL

Hönower Straße 35
10318 Berlin
Deutschland

Hotline 1: +49 (0) 30 66 65 46 85
Hotline 2: +49 (0) 30 66 65 46 84
Telefax: +49 (0) 30 99 28 55 07
E-Mail: service@adcell.de
Internet: <http://www.adcell.de>

ADCELL - bestes Affiliate
Netzwerk 2008 