

# Suchmaschinentipps von der SEMSEO 2011

☒ Bereits zum fünften Mal fand am Freitag die SEMSEO in Hannover statt. Wir vom Shopbetreiber-Blog hatten wieder die Gelegenheit, bei der Konferenz für Suchmaschinen-Marketing dabei zu sein. Nahmhafte Experten der Branche waren vor Ort und sorgten für eine Reihe von spannenden Vorträgen.

## Erfahren Sie, welche Suchmaschinentipps Sie noch heute anwenden sollten!

Im Kuppelsaal des Kongresszentrums eröffnete Vanessa Fox die [SEMSEO 2011](#). In Ihrer Keynote stellte sie die Entwicklung der Suchmaschinen kurz dar und zeigte mit [Google Correlate](#) ein neues Tool.

Die folgenden Ratschläge und Tipps der SEO-Experten sind auch für Shopbetreiber relevant.

## Onlineshop im Ausland (Webb, Grimm)

Andere Kulturen: Prioritäten der Kunden an Datenschutz, Vertrauen, Zahlungsarten, Bewertungen, Marke, Produktdarstellung beachten!

Eigene Top-Level-Domain vs. Subdomain vs. Unterordner:

TLD (Favorit): Erleichtert Google die Zuordnung in den "richtigen Index", Erhöht Kaufbereitschaft der Kunden

Subdomain und Unterordner: Einfach einzurichten, bestehendes SSL-Zertifikat kann weiterverwendet werden, Länderzuordnung über Google Webmaster Tools möglich

Querverlinkungen zwischen TLDs idealerweise aus dem Content-Bereich und auch Deep-Links einbauen (shop.de/schuhe => shop.co.uk/shoes)

Für gute Suchmaschinenplatzierungen sind lokale Links innerhalb des Zielmarkts nötig!

## Linkaufbau für Onlineshops (Ebach, Fischerländer)

Auf natürliches Linkprofil achten: Mix aus "nofollow", verschiedene Ankertexte, Links aus Bookmark-Diensten und Blog-Komentaren

Natürlicher Linkaufbau für Kategorien oder Produktseiten fast unmöglich

Tipp: "Entkommerzialiserte Zone" schaffen und von Shop lösen. Dort auf kommerzielle Hinweise (Bestell-Button, auffälliger Markenname, Angebote, Preise etc) verzichten und eigene Publikationen anbieten: [Blog](#), Gewinnspiel, Ratgeber, Downloads, Interviews, Videos, Analysen etc.

Linkaufbau für diese "Satelliten" deutlich einfacher!

Beispiel: [audiotranskription.de](http://audiotranskription.de)

Ziel: Menschen aktivieren, die keine Kunden sind, aber auf die eigenen Seiten verlinken: "Mehr Links, Bessere Rankings, Mehr Besucher, Mehr Conversions, Mehr Gewinn"

Einige außergewöhnliche Produkte aufnehmen. Beispiel: [Wi-Fi Detector Shirt](#)

Backlinkprofile der Konkurrenz analysieren => <http://www.opensiteexplorer.org>

Folien: [Teil A](#) und [Teil B \(PDF\)](#)

## Conversion-Rate-Optimierung (Beck, Meijerhof, Morys)

Große Hebelwirkung: "Mehr Erträge bei gleichen Kosten"

Besucher auf Seite halten => Usability

Anreize schaffen => Call To Action, Verknappungsbotschaften

Hindernisse abbauen => z. B. Formulare verkleinern, dem User Entscheidungen abnehmen

Sicherheit geben: Testimonials, Garantien, Vertrauensverstärker

Testen, testen, testen!

# Site Clinic

Besucher lassen ihre Webseiten von den Experten untersuchen

Beispiel: [jeanswelt.de](http://jeanswelt.de) mit Verbesserungspotential

Titel und Beschreibung der Webseiten [nicht für Klickrate optimiert](#). Besser: Titel "Mustang Jeans jetzt günstig bei jeanswelt.de kaufen" verwenden und in der Beschreibung auf weitere Vorteile ("z. B. versandkostenfrei, alle Größen o.ä.) hinweisen

[Duplicate Content](#) für verschiedene Ausprägungen (Größe, Farbe) eines Produkts sollte vermieden werden

Im "Dschungelpalast" fand der Tag schließlich einen unterhaltsamen Ausklang. Danke an ABAKUS für eine tolle Veranstaltung und bis 2012!



## Weitere Rückblicke

[Recap-Sammlung von s1-suchmaschinenoptimierung.de](#)

[seobrause.de](#)

[seo-szene.de](#)

[bertschulzki.de](#)

[autoschieber.net](#)

[Martin Mißfeldt](#)