

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

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 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