Shop-SEO-Workshop: Interview mit dem Speaker Stephan Czysch

Der SEO DAY in Köln hat sich als eine der Top SEO Konferenzen hierzulande etabliert. Nun gibt es eine Erweiterung des Konzeptes mit der SEO DAY Akademie. Wir haben uns mit Stephan Czysch, einem der Speaker, über seinen Workshop zum Thema Shop-SEO unterhalten.

1. Hallo Stephan, Du wirst in knapp 2 Wochen am Vortag des SEO-DAY einen Expert Workshop zum Thema Shop-SEO halten. Was sind die Inhalte?

Ich werde mich dem ganzen Tag dem Thema Shop-SEO widmen und auf dessen Besonderheiten eingehen. Ein großer Teil des Workshops wird sich um das Thema Keyword-Targeting, interne Struktur, Crawling-Probleme und Mikroformate drehen.

Ich bin besonders auf die Fragen der Teilnehmer gespannt, auf die ich den Workshop mit ausrichten möchte. Diese können entweder vorab oder noch während des Workshops gestellt werden.

Stattfinden wird der Workshop am Mittwoch, den 29. Oktober. Noch gibt es ein paar Tickets und soweit mir bekannt ist, stoßen wir abends noch zu den Teilnehmern des parallel stattfindenden Expertdays mit dazu – da wird es abends auch nochmals ordentlich Austauschsmöglichkeiten geben.

2. Wer sollte alles zu Deinem Workshop kommen? Marken, Agenturen, Hobbyshopbetreiber? Wie ist das Skill-level?

Wichtig ist, dass man den Willen zur Veränderung mitbringt. Ich werde im Workshop einige Impulse geben, die man anschließend in die eigene SEO-Strategie bzw. Shopentwicklung einfließen lassen sollte.

In vergangenen Workshops war die Gruppe der Dienstleister in der Überzahl. Es waren viele Teilnehmer dabei, die entweder Shops im Kundenauftrag pflegen, Shopsysteme (weiter)entwickeln oder auch SEOs anderer Agenturen, die sich fortbilden wollten.

Aber auch Auftraggeber waren mit dabei, die das Thema SEO für sich entmystifizieren und die Leistung der Auftragnehmer besser einschätzen möchten.

Zu deiner Frage nach dem Kenntnisstand: Der Workshop wird nicht zum nerdy-techtalk mutieren, aber ein gewisses technisches Verständnis ist durchaus von Vorteil. Ein paar Grundlagen werden wir hier und da nochmals besprechen, man sollte allerdings zumindest das Google-PDF zum Thema SEO gelesen haben.

3. Was wird der Workshop kosten?

Mit 299 Euro netto ist man beim Workshop dabei. Das ist im Vergleich zu vielen anderen Workshops im Bereich des Online-Marketings auf jeden Fall sehr günstig.

4. Du hast schon viele Onlineshops gesehen. Was sind die größten Fehler die Du immer wieder siehst? Was sind die größten Stellschrauben an einem Onlineshop?

Zu den größten Problemen von Shops zählt die Struktur der Website. Durch unzählige Filter, Sortierungen und Paginierungen entsteht eine immens hohe Anzahl an URLs, die von Suchmaschinen bewertet werden müssen.

Man muss sich die Frage stellen, welche URLs man überhaupt benötigt. Ein Klicktracking über URL-Parameter sollte auf jeden Fall nicht mit dazuzählen Die (URL-)Struktur sauber zu lösen und anschließend sinnvoll intern zu verlinken, ist auf jeden Fall eine riesige Stellschraube.

Dazu kommt auch immer noch die Keyword-Strategie: Häufig ist man für wesentlich mehr gut

frequentierte Suchanfragen relevant, als man es auf der Website für Suchmaschinen kenntlich macht. Wenn man es vergisst, für wichtige Kombinationen relevante Seiten anzubieten, wird man in aller Regel auch nicht gefunden. Ich werde einen Weg zeigen, über den man mit wenig Aufwand neue Keywordpotenziale entdecken kann.

5. Du wirst auch das Thema Linkbuilding für Online-Shops besprechen. Unterscheidet sich es sich vom klassischen Linkbuilding?

Man müsste erstmal klären, was „klassisches Linkbuilding“ ist – denn vielfach war Linkbuilding in der Vergangenheit einfach nur Spam. Hier eine Website aufgesetzt, dort ein Eintrag in irgendein fragwürdiges Verzeichnis und immer daran denken, dass man bis in alle Ewigkeit ein konstantes Linkwachstum um 7,849% hinbekommt. Wie auch immer das hätte gehen sollen Darum sollte es allerdings schon seit Jahren nicht mehr gehen – leider ist das aber noch nicht immer so und die Folgen von Google-Strafen können sehr hart und ausdauernd sein.

Wenn man das Thema Linkbuilding richtig betreibt und den Marketing-Aspekt in den Vordergrund stellt, dann gibt es im Grunde wenig Unterschiede. Es ist enorm wichtig, sich am Markt zu positionieren, sich unterscheidbar zu machen und Gründe dafür zu liefern, warum man (von Kunden) weiterempfohlen werden sollte.

Man kann, wie gesagt, beim Linkbuilding enorm viel falsch machen und einer Website über einen extrem langen Zeitraum Schaden zufügen. Mir geht es darum, dass die Teilnehmer die Wirkung von Links verstehen und für sich einschätzen können, inwieweit Risiken bestehen und wie man auf natürlichem Weg Links erhalten kann.

6. Vielen Dank für das Interview Stephan, habe ich noch etwas vergessen?

Wenn wir den Lesern Lust auf den Workshop gemacht haben, dann ist alles mit dabei Ich freue mich auf jeden Fall auf den Tag und den anschließenden SEO Day!

Stephan Czysch ist Geschäftsführer der Online-Marketing Agentur Trust Agents. Er ist Autor des Fachbuchs „Suchmaschinenoptimierung mit Google Webmaster Tools“ (O’Reilly 2014) und Lehrbeauftragter für SEO an der Hochschule Darmstadt. Stephan Czysch hat vor Gründung von Trust Agents für verschiedene Unternehmen der Rocket Internet GmbH im Bereich SEO gearbeitet und berät heute diverse große Online-Shops.