

SEO für Shopbetreiber Teil 1: Keywords richtig auswählen und bewerten

☒ Die ersten Plätze der Suchergebnisseiten sind hart umkämpft, wer hier mit aufgeführt werden möchte kommt um SEO-Maßnahmen nicht herum. Am Anfang steht immer die Auswahl der richtigen Keywords. Aber wie finden Online-Händler diese und wie bewerten sie dann auch noch die Relevanz für den eigenen Shop?

In unserer dreiteiligen Artikelserie "SEO für Shopbetreiber" gibt Ihnen unser Autor Jens Mönning, Technischer Leiter Operations bei fairrank, wichtige und sofort umsetzbare SEO-Tipps für Ihren Online-Shop.

Der Erfolg steht und fällt mit den richtigen Keywords!

Online-Shops benötigen in der Regel mehr Keywords aus unterschiedlichen Bereichen und somit eine höhere Keyword-Vielfalt. Die richtigen Keywords sind die Keywords, bei denen die Chance besteht mit dem Shop auf den ersten Seiten der Google Suchergebnisse platziert zu werden.

Doch welche Keywords sind für den eigenen Online-Shop überhaupt relevant? Das sind natürlich in erster Linie die Produkte des jeweiligen Shops. Im Hinblick auf die unterschiedlichen Formen der Suchanfragen, sollten die Produkte mit entsprechenden Zusätzen erweitert bzw. kombiniert werden sowie auch mit weitgehend passenden Begriffen z. B. Synonymen erweitert werden.

Um die auf die Zielgruppe ausgerichteten Begriffe zu identifizieren, ist eine Keyword Recherche unabdingbar. Hierbei kann, neben eigenen Ideen und der Auswertung etwaiger bestehender Daten, auch die Analyse der Konkurrenz hilfreich sein. Zum Auffinden von weiteren passenden Keywords gibt es eine Reihe von kostenlosen Tools, welche die Recherche erleichtern.

Kostenlose Tools die bei der Keyword-Recherche und Bewertung der Keywords helfen können:

Semager.de liefert Keyword-Vorschläge über eine semantische Suche. Weiterhin werden inhaltlich passende Internetseiten zu der Bedeutung der Sucheingaben/Suchbegriffe angezeigt. Das ist bei der Konkurrenz-Suche hilfreich.

Der Metager Web-Assoziator, des SUMA-EV – Verein für freien Wissenszugang (e.V.) in Kooperation mit der Leibniz Universität Hannover liefert ebenfalls Keyword-Vorschläge auf Eingabe und kann für ein erstes Brainstorming genutzt werden.

Der Google Keyword Planer wurde ursprünglich für die Vereinfachung bei der Erstellung von AdWords-Kampagnen entwickelt, allerdings liefert das Tool die wohl umfangreichsten Daten zu einem Keyword und ist somit ideal für die Keyword-Recherche. Der Bereich "Ideen für neue Keywords und Anzeigengruppen suchen" ist für die Keyword-Recherche besonders relevant.

Profitipp:

Mit dem wichtigsten Keyword der Keyword-Liste eine Suchanfrage bei Google starten, dort den ersten Wikipedia-Eintrag suchen und dann die URL zu dem Eintrag wieder in den Keyword-Planer kopieren. Anschließend erhält man eine Übersicht zu welchen Keyword der Eintrag rankt und somit viele weitere relevante Keywords für die eigene Keyword-Liste.

Gleiches funktioniert auch für die Webseiten der Konkurrenz. Neben den Keywords, die von den Konkurrenten verwendet werden, erhält man auch eine Übersicht der Top-Konkurrenten.

Profitipp:

Die Liste mit den Keywords inkl. der zugehörigen Kennzahlen „durchschnittliche Suchanfragen pro Monat“ sowie „Wettbewerb“ kann heruntergeladen und anschließend bspw. in Excel weiterbearbeitet werden.

Google Suggest bietet dank der „Suggest-Vorschläge“ eine gute Anlaufstelle für die Keyword Recherche. Der Vorteil hierbei: Es werden die Keywords und Phrasen angezeigt, die am häufigsten bei Google gesucht werden.

Lohnenswert ist auch immer der Blick auf den Bereich „Verwandte Suchanfragen“ bei Google. Dieser Bereich ist meistens am Ende der Suchergebnisse zu finden.

Keywords mit hohen Suchvolumina werden dementsprechend häufig gesucht. Allerdings ist ein hohes Suchvolumen nicht immer das beste Kriterium für die Auswahl eines Keywords. Nicht jeder Besucher einer Webseite möchte dort auch das Produkt erwerben oder sich darüber informieren, sondern hat vielleicht nach völlig anderen Informationen gesucht.

Es sollten nur die SEO Keywords genutzt werden, die sowohl ein hohes Suchvolumen aufweisen als auch direkt relevant für die Besucher sind, die sich für Ihr Produkt interessieren würden. Auf SEO Keywords ohne jegliche Verbindung zu Ihnen, Ihrer Webseite oder zu Ihrem Produkt sollte verzichtet werden.

Es schreibt für Sie

 Jens Mönning arbeitet als Technischer Leiter Operations im Bereich Online Marketing bei der FAIRRANK GmbH und beschäftigt sich seit 1999 mit Suchmaschinenoptimierung und Online Marketing.