

Ausarbeitung

Bekanntheit des Unternehmens steigern durch Suchmaschinenoptimierung

HEKO Akademie

<https://heko-akademie.de/artikel/bekanntheit-steigern-und-kunden-gewinnen>

Von:

Pierre Hecht

Daniel Kohout

Erschienen am:

09.05.2023

Veröffentlicht durch:

HEKO Akademie

Einleitung

Als Handwerksunternehmen in Deiner Branche und Region möchtest Du sicherlich nicht nur erfolgreich sein, sondern auch als Platzhirsch wahrgenommen werden. Eine Möglichkeit, dieses Ziel zu erreichen, ist die Suchmaschinenoptimierung (SEO) Deiner Website und Deines Online-Auftritts. Durch eine effektive SEO-Strategie kannst Du nicht nur mehr hochpreisige Kunden gewinnen, sondern auch langfristig halten. In diesem Text werde ich Dir einige Tipps und Tricks geben, wie Du durch SEO zum Platzhirsch in Deiner Branche und Region werden kannst und dabei hochpreisige Kunden gewinnst und hältst.

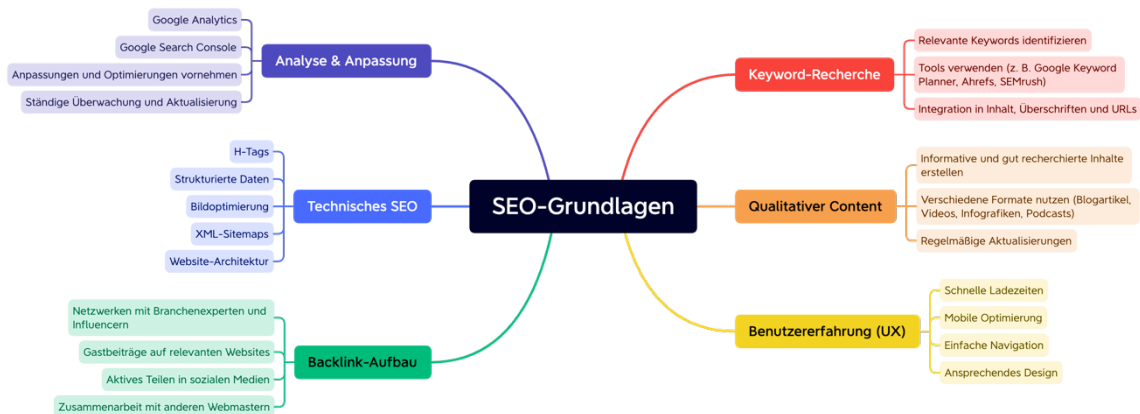
1. Durch Suchmaschinenoptimierung machst Du Dein Handwerksunternehmen zum Platzhirsch in der Branche.

Zunächst einmal ist es wichtig zu verstehen, dass SEO (Search Engine Optimization) ein komplexes Thema ist und eine langfristige Strategie erfordert. Es geht darum, Deine Website und Deinen Online-Auftritt so zu optimieren, dass sie von Suchmaschinen wie Google gut gefunden und in den Suchergebnissen weit oben angezeigt werden. So kannst Du mehr Traffic auf Deiner Website generieren und dadurch mehr potenzielle Kunden erreichen.

2. Die Grundlagen für erfolgreiches SEO

Um mit SEO erfolgreich zu sein, musst Du einige grundlegende Dinge beachten. Dazu gehören die Optimierung Deiner Website für relevante Keywords, die Erstellung von qualitativ hochwertigen Inhalten, die Verbesserung der Benutzererfahrung auf Deiner Website und der Aufbau hochwertiger Backlinks. In diesem Artikel der HEKO Akademie lernst Du Stück für Stück, was genau SEO ist, welche Maßnahmen Du treffen kannst, um Dich als Handwerksunternehmen besser zu positionieren und von der neu erlangten Bekanntheit zu profitieren. Solltest Du zu einem Zeitpunkt Fragen haben oder etwas unklar sein, dann wende Dich direkt an uns - so können wir nicht nur Dir helfen, sondern auch die Qualität unserer Artikel stetig verbessern.

Die Grundlagen von SEO, oder Suchmaschinenoptimierung, sind entscheidend, um die Sichtbarkeit einer Website in den Suchergebnissen zu verbessern und mehr organischen Traffic zu generieren. SEO umfasst eine Reihe von Best Practices und Strategien, die darauf abzielen, die Relevanz, Qualität und Benutzerfreundlichkeit einer Website für Suchmaschinen wie Google zu erhöhen.



Presented with xmind

3. Die SEO Grundlagen im Überblick

SEO-Grundlagen	Beschreibung
Keyword-Recherche	Identifiziere relevante Keywords mithilfe von Tools wie Google Keyword Planner, Ahrefs oder SEMrush und integriere sie in den Inhalt, Überschriften und URLs.
Qualitativer Content	Erstelle regelmäßig informative, gut recherchierte und ansprechende Inhalte in verschiedenen Formaten (Blogartikel, Videos, Infografiken, Podcasts)
Benutzererfahrung	Optimiere die UX durch schnelle Ladezeiten, mobile Optimierung, einfache Navigation, ansprechendes Design und hilfreiche Funktionen wie Suchleisten.

SEO-Grundlagen	Beschreibung
Backlink-Aufbau	Generiere hochwertige Backlinks durch Netzwerken, Gastbeiträge, aktives Teilen in sozialen Medien und Zusammenarbeit mit Branchenexperten und Influencern.
Technisches SEO	Optimiere technische Aspekte wie H-Tags, strukturierte Daten, Bildoptimierung, XML-Sitemaps und Website-Architektur für eine saubere, gut strukturierte Website.
Analyse & Anpassung	Überwache den Erfolg der SEO-Maßnahmen mit Tools wie Google Analytics und Google Search Console, um Anpassungen und Optimierungen bei Bedarf vorzunehmen.

Das Kennen der SEO-Grundlagen ist entscheidend, um die Sichtbarkeit und Auffindbarkeit Deiner Website in den Suchergebnissen zu erhöhen. In der heutigen digitalen Welt ist das Internet oft der erste Ort, an dem Menschen nach Informationen, Produkten oder Dienstleistungen suchen. Daher ist es wichtig, dass Deine Website in den Suchergebnissen weit oben erscheint, um potenzielle Kunden oder Nutzer auf Deine Online-Präsenz aufmerksam zu machen.

Durch das Verständnis der SEO-Grundlagen und die Anwendung entsprechender Strategien kannst Du Deine Website besser für Suchmaschinen optimieren. Dies führt zu einer erhöhten Sichtbarkeit und einem verbesserten Ranking in den Suchergebnissen, was wiederum den organischen Traffic und die Anzahl der Website-Besucher erhöht.

Die Beachtung der SEO-Grundlagen hilft auch dabei, eine benutzerfreundliche Website zu schaffen, die sowohl für Suchmaschinen als auch für menschliche Besucher attraktiv ist. Durch die Verbesserung der Benutzererfahrung können

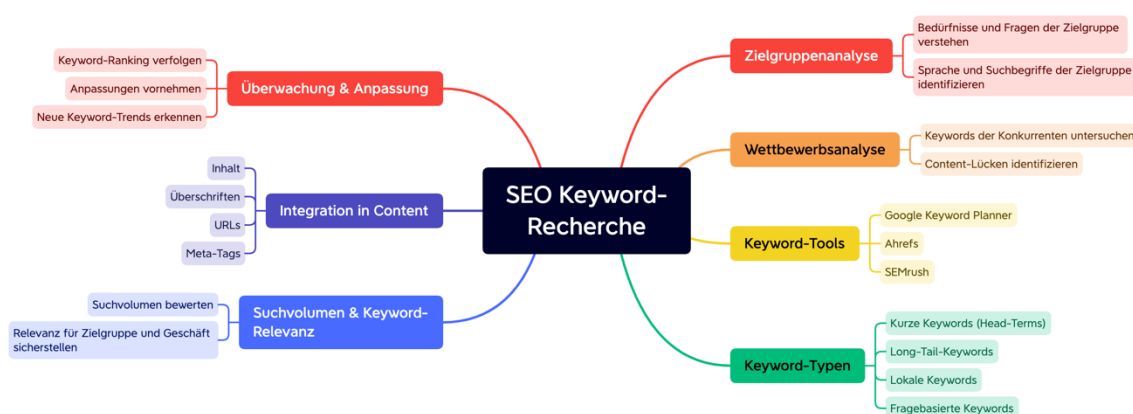
Besucher dazu ermutigt werden, länger auf der Website zu verweilen und die angebotenen Inhalte, Produkte oder Dienstleistungen näher zu betrachten.

Ein weiterer wichtiger Aspekt der SEO-Grundlagen ist die Fähigkeit, sich an die ständig wechselnden Anforderungen und Algorithmen der Suchmaschinen anzupassen. Da Suchmaschinen ihre Algorithmen regelmäßig aktualisieren, um bessere Ergebnisse für die Nutzer zu liefern, ist es wichtig, die SEO-Strategien entsprechend anzupassen und auf dem neuesten Stand zu halten.

Insgesamt ermöglicht das Wissen um die SEO-Grundlagen, Deine Website effektiver zu gestalten und zu optimieren, um Deine Online-Präsenz zu stärken, mehr organischen Traffic zu generieren und letztendlich Dein Geschäft oder Deinen Einfluss in der digitalen Welt auszubauen.

4. SEO Keyword-Recherche

Die SEO Keyword-Recherche ist ein fundamentaler Schritt im Prozess der Suchmaschinenoptimierung, der darauf abzielt, die richtigen und relevanten Keywords zu identifizieren, die Dein Zielpublikum bei der Suche nach Informationen, Produkten oder Dienstleistungen verwendet. Durch die Integration dieser Keywords in Deine Website-Inhalte, Überschriften und URLs erhöhst Du die Chancen, dass Deine Website in den Suchergebnissen besser platziert wird und von potenziellen Kunden gefunden wird. Die Keyword-Recherche beinhaltet das Verständnis der Bedürfnisse und Fragen Deiner Zielgruppe, die Analyse der Konkurrenz und die Verwendung von spezialisierten Tools wie Google Keyword Planner, Ahrefs oder SEMrush, um relevante Suchbegriffe und deren Suchvolumen zu ermitteln. Eine gründliche Keyword-Recherche hilft Dir dabei, Deine Inhalte zielgerichtet zu gestalten, sodass sie sowohl für die Suchmaschinen als auch für die Nutzer ansprechend und informativ sind.



Presented with xmind

5. Beispielprozess zur Findung von Keywords:

Zielgruppenanalyse: Starte mit einer detaillierten Analyse Deiner Zielgruppe, um ihre Bedürfnisse, Fragen und die Art und Weise, wie sie nach Informationen suchen, zu verstehen. Erstelle Personas, um ein besseres Bild von Deinem idealen Kunden zu erhalten.

Brainstorming: Notiere alle Themen und Begriffe, die für Dein Geschäft und Deine Zielgruppe relevant sind. Denke dabei sowohl aus der Perspektive Deines Unternehmens als auch aus der Perspektive Deiner Kunden.

Wettbewerbsanalyse: Untersuche die Keywords, die von Deinen Hauptkonkurrenten verwendet werden. Identifiziere mögliche Content-Lücken und überlege, welche Keywords Du nutzen könntest, um Dich von der Konkurrenz abzuheben.

Verwendung von Keyword-Tools: Nutze Tools wie Google Keyword Planner, Ahrefs oder SEMrush, um relevante Keywords zu finden und deren Suchvolumen, Wettbewerb und Klickpreise (CPC) zu ermitteln. Berücksichtige sowohl kurze (Head-Terms) als auch längere (Long-Tail) Keywords sowie lokalisierte und fragebasierte Keywords.

Priorisierung von Keywords: Erstelle eine Liste der gefundenen Keywords und priorisiere sie nach Relevanz für Dein Geschäft, Suchvolumen und Wettbewerbsintensität. Konzentriere Dich zunächst auf die Keywords mit dem höchsten Potenzial für Dein Geschäft.

Keyword-Integration: Integriere die ausgewählten Keywords in Deine Website-Texte, Überschriften, URLs, Meta-Tags und Bild-Alt-Tags. Achte dabei auf eine natürliche Verwendung der Keywords und vermeide Keyword-Stuffing.

Erstellung von Content: Erstelle qualitativ hochwertige, ansprechende und informative Inhalte, die sowohl für Deine Zielgruppe als auch für Suchmaschinen relevant sind. Berücksichtige dabei die ausgewählten Keywords und optimiere den Content für diese Begriffe.

Überwachung und Anpassung: Verfolge die Performance Deiner Keywords mithilfe von Analysetools wie Google Analytics und Google Search Console. Beobachte die Rankings und passe Deine Strategie bei Bedarf an, um die besten Ergebnisse zu erzielen.

Beispiele für Keywords:

Hier sind einige Beispiele für Handwerksbranchen und potenzielle Keywords, die auf Grundlage der Zielgruppenanalyse, Wettbewerbsanalyse und Keyword-Recherche ermittelt wurden:

1. Elektriker:

- Grundlegende Keywords: Elektriker, Elektroinstallation, Sicherungskasten
- Long-Tail-Keywords: Elektriker in [Stadt], Notdienst Elektriker, Elektroinstallation Neubau
- Fragebasierte Keywords: Wie finde ich einen zuverlässigen Elektriker?, Kosten für Elektroinstallation im Haus

2. Maler und Lackierer:

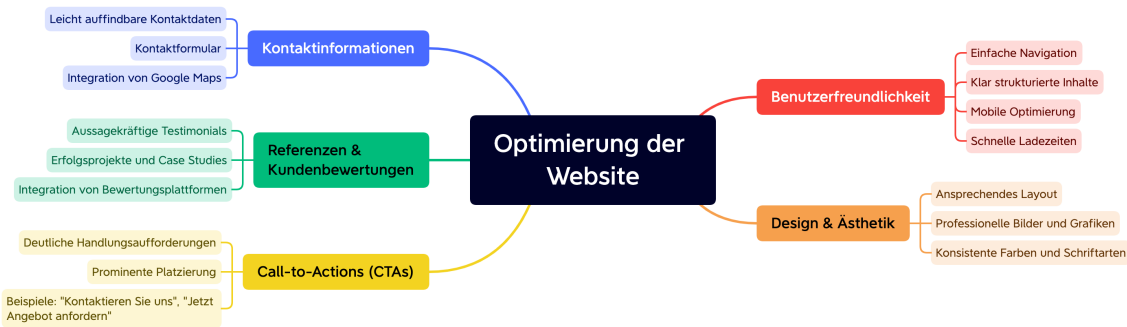
- Grundlegende Keywords: Maler, Lackierer, Fassadenanstrich
- Long-Tail-Keywords: Malerarbeiten Kosten, Innenraumgestaltung Ideen, Malerfirma [Stadt]

- Fragebasierte Keywords: Wie oft sollte man die Fassade streichen lassen?, Unterschied zwischen Dispersions- und Latexfarbe
3. **Tischler/Schreiner:**
- Grundlegende Keywords: Tischler, Schreiner, Maßanfertigung Möbel
 - Long-Tail-Keywords: Schreinerei in [Stadt], individuelle Küchenplanung, Einbauschränk nach Maß
 - Fragebasierte Keywords: Welches Holz eignet sich am besten für Möbel?, Wie pflege ich meine Holzmöbel richtig?
4. **Klempner:**
- Grundlegende Keywords: Klempner, Sanitärinstallation, Rohrreinigung
 - Long-Tail-Keywords: Notfall-Klempner [Stadt], Badrenovierung Ideen, Wasserrohrbruch Reparatur
 - Fragebasierte Keywords: Wie finde ich einen guten Klempner?, Wie vermeide ich verstopfte Rohre?

Um auf diese Keywords zu kommen, ist es wichtig, die Bedürfnisse und Fragen der Zielgruppe zu verstehen, die Wettbewerber zu analysieren und die Ergebnisse aus verschiedenen Keyword-Tools zu kombinieren. Durch die Priorisierung der Keywords und die anschließende Integration in den Content kann die Sichtbarkeit in den Suchergebnissen für diese spezifischen Handwerksbranchen erhöht werden.

6. Optimierung der Website

Die Optimierung Deiner Website ist ein entscheidender Faktor, um potenzielle Kunden anzusprechen und sie dazu zu bringen, Deine Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen. Eine benutzerfreundliche und ästhetisch ansprechende Website, die leicht zu navigieren ist, hilft dabei, Besucher auf Deiner Seite zu halten und sie dazu zu ermutigen, weitere Informationen über Dein Handwerksunternehmen einzuholen. Klare Call-to-Actions (CTAs) wie "Kontaktieren Sie uns" oder "Jetzt Angebot anfordern" sollten an prominenten Stellen platziert werden, um die Benutzer dazu anzuregen, den nächsten Schritt zu unternehmen. Darüber hinaus sind aussagekräftige Referenzen und Kundenbewertungen wichtig, um Vertrauen aufzubauen und potenzielle Kunden von Deiner Kompetenz und Zuverlässigkeit zu überzeugen. Denke auch an die Optimierung Deiner Website für mobile Geräte und achte auf schnelle Ladezeiten, um ein optimales Benutzererlebnis zu gewährleisten. Insgesamt führt die Verbesserung der Benutzerfreundlichkeit und der visuellen Gestaltung Deiner Website zu einer erhöhten Conversion-Rate und trägt zur Steigerung Deines Geschäftserfolgs bei.



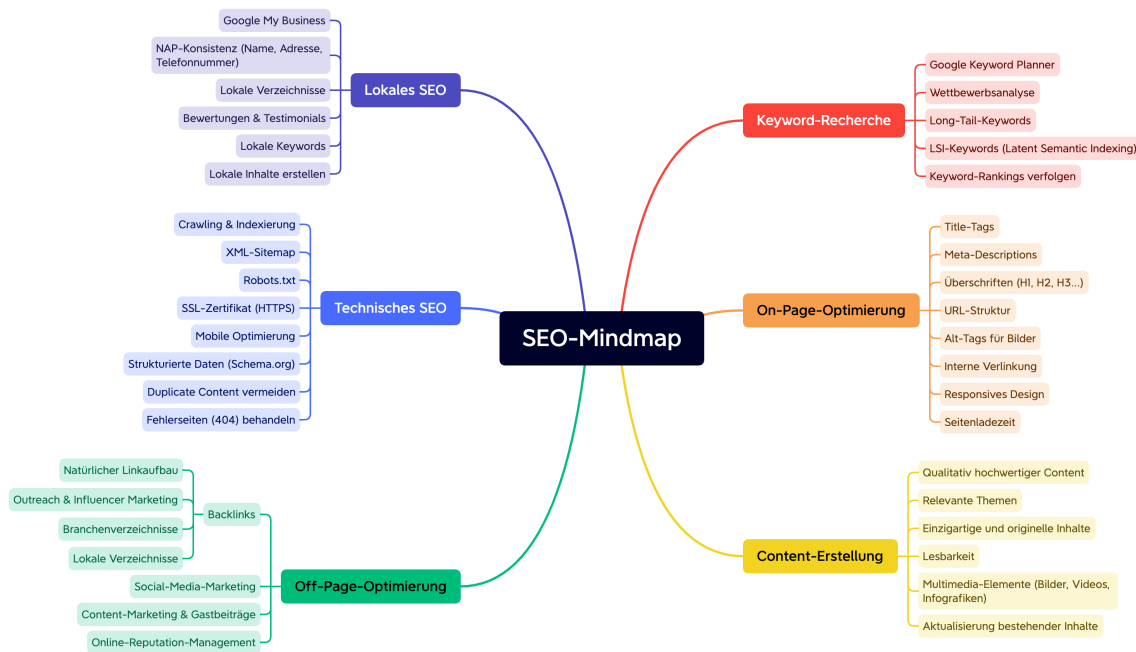
Presented with xmind

7. SEO Backlinks

SEO Backlinks spielen eine wichtige Rolle bei der Verbesserung der Sichtbarkeit und des Rankings Deiner Website in den Suchmaschinenergebnissen. Backlinks sind eingehende Links von anderen Websites, die auf Deine Website verweisen. Sie werden von Suchmaschinen als Vertrauens- und Empfehlungssignale gewertet, die darauf hindeuten, dass Deine Website qualitativ hochwertige und relevante Inhalte bietet. Um wertvolle Backlinks zu gewinnen, ist es wichtig, qualitativ hochwertigen Content zu erstellen, der für andere Websites und Nutzer interessant und nützlich ist. Du kannst auch gezielte Outreach-Aktionen durchführen, um Influencer und Branchenexperten auf Deine Inhalte aufmerksam zu machen und sie dazu zu bringen, auf Deine Website zu verlinken. Darüber hinaus ist das Eintragen Deiner Website in Branchenverzeichnisse und lokale Online-Verzeichnisse eine weitere Möglichkeit, um Backlinks zu generieren. Denke daran, stets auf die Qualität der Backlinks zu achten, da Suchmaschinen die Qualität der verweisenden Websites bei der Bewertung von Backlinks berücksichtigen. Schlechte Backlinks können Deinem Ranking schaden, während qualitativ hochwertige Backlinks zu einer besseren Positionierung in den Suchergebnissen führen.

8. Fazit: Mehr Bekanntheit durch SEO für Dein Handwerksunternehmen

SEO ist ein entscheidendes Instrument, um die Bekanntheit Deines Handwerksunternehmens zu steigern und mehr Kunden zu gewinnen. Durch eine effektive SEO-Strategie, die die Grundlagen wie Keyword-Recherche, Website-Optimierung, qualitativ hochwertige Inhalte und den Aufbau von Backlinks umfasst, kannst Du Deine Online-Präsenz verbessern und in den Suchmaschinenergebnissen höher positioniert werden. Dies führt zu einer erhöhten Sichtbarkeit, mehr organischen Traffic und letztendlich einer höheren Anzahl an Kundenanfragen.



Presented with xmind

Zusätzlich zur Suchmaschinenoptimierung ist es wichtig, eine benutzerfreundliche und ansprechend gestaltete Website zu haben, die potenzielle Kunden dazu einlädt, sich näher mit Deinem Handwerksunternehmen zu befassen. Klare Call-to-Actions, aussagekräftige Referenzen und Kundenbewertungen tragen dazu bei, Vertrauen aufzubauen und potenzielle Kunden von Deiner Kompetenz und Zuverlässigkeit zu überzeugen.

Insgesamt ist SEO ein langfristiger Prozess, der Zeit und Geduld erfordert. Aber mit der richtigen Strategie und kontinuierlichen Optimierungsmaßnahmen kannst Du Dein Handwerksunternehmen als führende Kraft in Deiner Branche und Region etablieren und dabei hochpreisige Kunden gewinnen und halten.