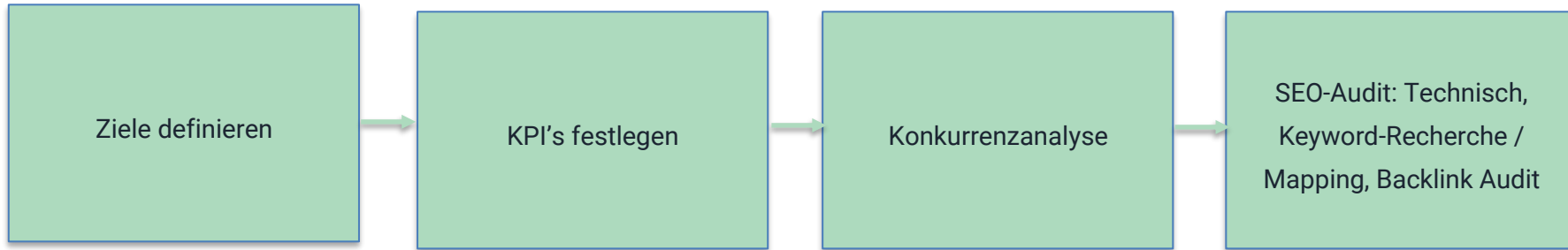


Wie entwickelt man eine SEO-Strategie (inkl. Vorlage)

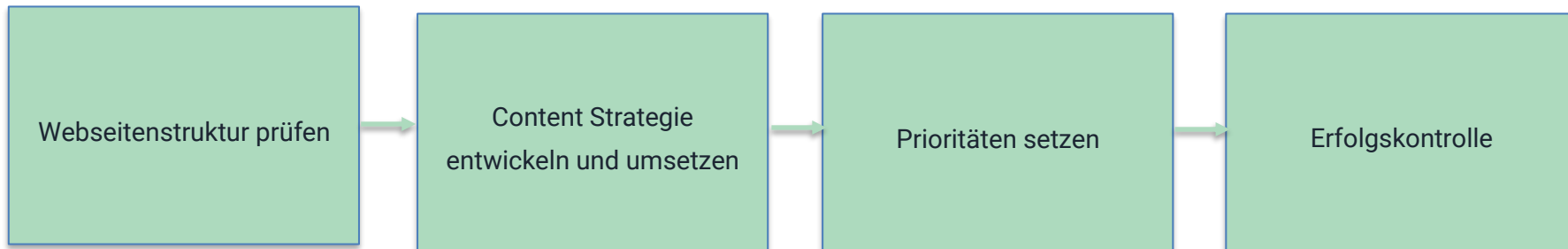
Zielgruppe dieses Reports:

Hersteller, Dienstleister und Händler

Prozess – Ziele und Analyse



Prozess – Setup und Umsetzung



Wichtige Fragestellungen

- Welches Ziel verfolgt die Strategie?
- Wer ist der primäre Kunde und wo online bewegt dieser sich?
- Gibt es überhaupt Nachfrage zum Thema bei der Suchmaschine?
- In welchem Bereich besteht bei unserem Projekt das grösste Potential (z.B. Nutzerverhalten oder Links)?
- Wie sollte die URL-Struktur künftig aussehen?
- Welche Keywords oder Themen werden zuerst bearbeitet und von wem?
- Benötigen wir eine Linkaufbau-Strategie?

Mit den wichtigsten Informationen starten




Beispiel

Name	Unternehmen	Wie kann SEO das bestehende Geschäftsmodell unterstützen?	Fokus	Ziel	KPI
Hans Muster, Marketingspezialist	XY Handels GmbH	Sichtbarkeit generieren für Umsatzsteigerung bis XY	Auf hohes Suchvolumen	Wir wollen beim Suchbegriff «Produkttyp» XY in 6 Monaten auf Seite 1 kommen	Organischer Traffic, Keyword Ranking
Fritz Müller, Head of Sales	B2B Software AG	Produkt lanciert mit Markteintritt	Auf spezifische Keywords	Wir möchten bei «Dienstleistung für B2B Kunden» 15 Anfragen pro Monat generieren	Conversions

Ihre Daten

Name	Unternehmen	Wie kann SEO das bestehende Geschäftsmodell unterstützen?	Fokus	Ziel	KPI

Zielgruppe

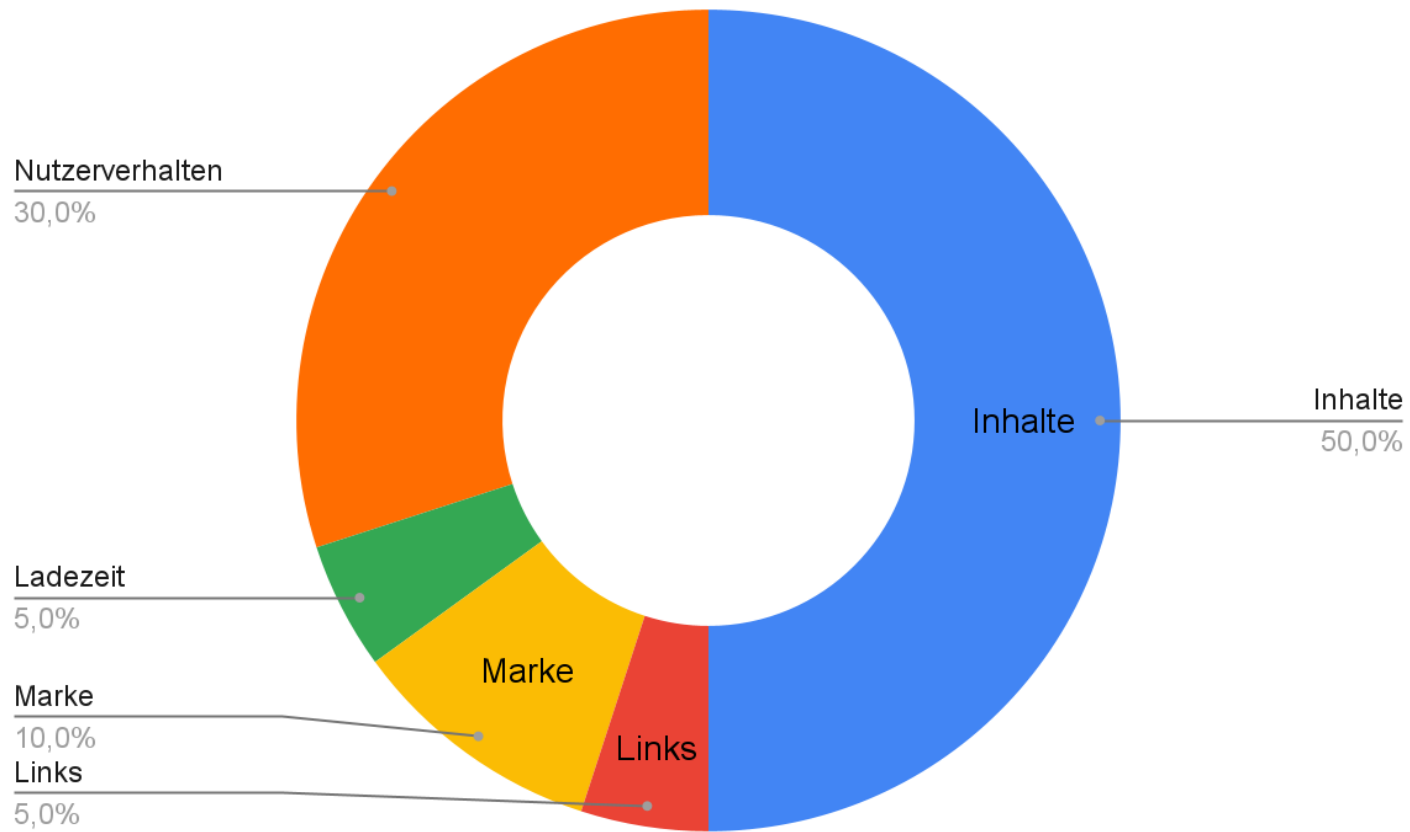
	<p>Name Zielgruppe 1 Alter: [] Soziale Netzwerke: [] Job: [] Ausbildung: []</p>	<p>Kommunikationsweg Telefon E-Mail Face-to-Face</p>	<p>Ziele []</p>
	<p>Name Zielgruppe 2 Alter: [] Soziale Netzwerke: [] Job: [] Ausbildung: []</p>	<p>Kommunikationsweg Telefon E-Mail Face-to-Face Soziale Medien</p>	<p>Ziele []</p>
	<p>Name Zielgruppe 3 Alter: [] Soziale Netzwerke: [] Job: [] Ausbildung: []</p>	<p>Kommunikationsweg E-Mail Soziale Medien</p>	<p>Ziele []</p>

Konkurrenzanalyse

Konkurrenten	Indexierte URLs	Top10 Rankings	DR 3 Monate	Markensuche	Online-Markenwachstum	Core Web Vitals	Mobile Pagespeed	Nutzerverhalten	Absprungrate	Aufenthaltsdauer
Konkurrent 1	7650	46	27	-1	120	30% 1 / 4	45	67%	1.2min	
Konkurrent 2	1910	244	66	-1	1000	-10% 4 / 4	70	unbekannt	unbekannt	
Konkurrent 3	1740	58	19	-4	350	10% 4 / 4	23	100%	0.5min	
Konkurrent 4	243	10	32	0	60	-30% 1 / 4	35	unbekannt	unbekannt	
Konkurrent 5	175000	99	84	0	150	30% 1 / 4	5	50%	2.5min	
Wir	380	9	38	0	0	0% 2 / 4	59	70%	1min	

Fazit Konkurrenzanalyse:

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.



Keywordanalyse (1 / 2)

Hier werden Topic Cluster & Daten aus der Keyword Map aufgezeigt.

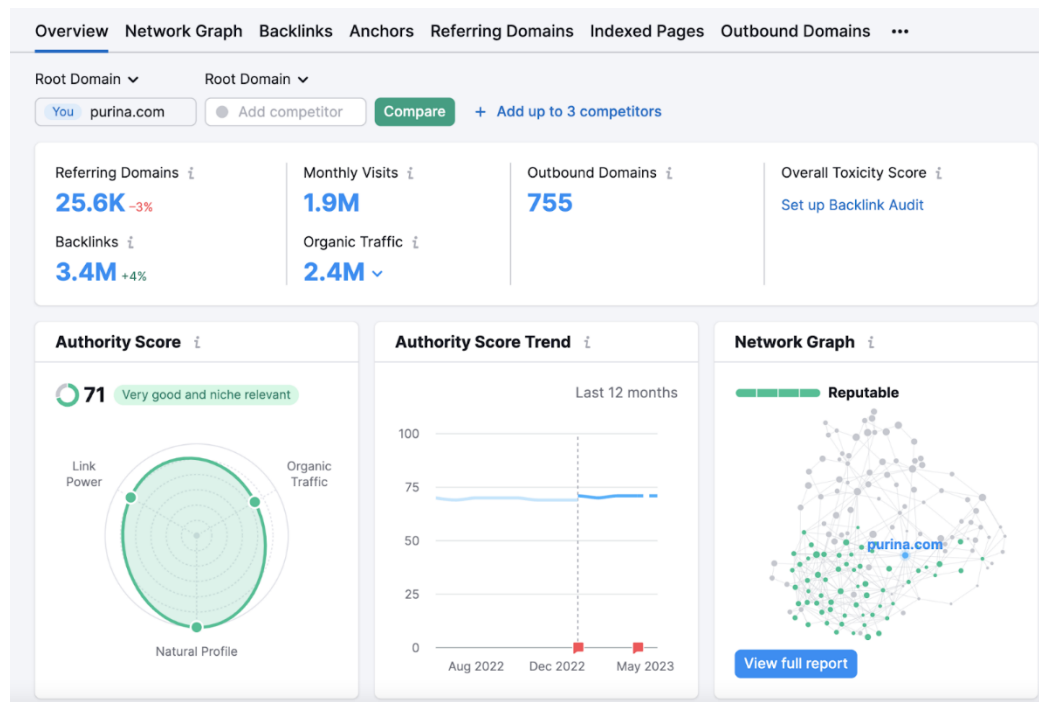
Keywordanalyse (2 / 2)

Hier werden die wichtigsten Keywords nach Kundenreise aufgelistet.

Webseitenstrukturen Vorschlag

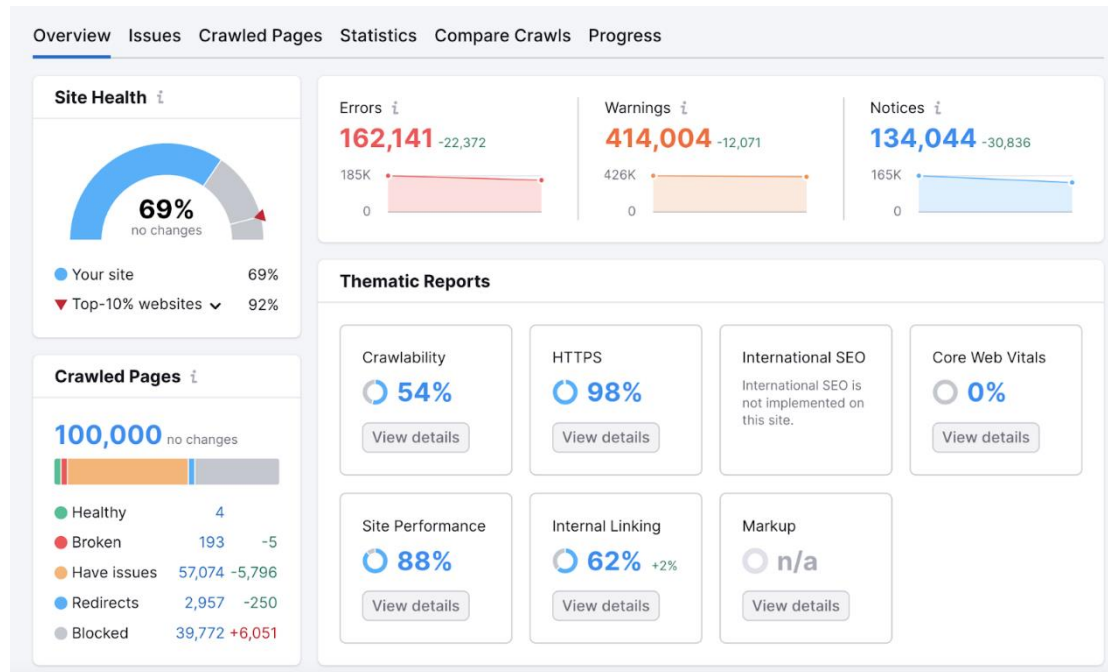
Hier wird eine neue Webseitenstruktur anhand der Keyword-Analyse vorgeschlagen.

Backlink Audit



Technischer Audit

Hier werden die technischen Optimierungspotentiale auf der Webseite aufgezeigt



Projekt-Planung und Massnahmen

[Monat] [Jahr]:

Konkurrenzanalyse, Keywordrecherche, Zielgruppendefinition, Nutzerverhaltensanalyse, technische Analyse

[Monat] [Jahr]:

Optimierung Hauptseite XY anhand SEO-Massnahme YZ

Optimierung von einer Shopkategorie-Seite [Thema]

[Monat] [Jahr]:

Optimierung von zwei Shopkategorie-Seiten [Thema] & [Thema]

[Monat] [Jahr]:

Erstellen von Landingpage [Thema]

[Monat] [Jahr]:

Aufbau eines Links zum Thema [Keyword]

[Monat] [Jahr]:

Erstellen von Landingpage [Thema]

Optimierung von Pagetitel & Meta Description der [Seite]

Sie sollten sich bezüglich der SEO-Strategie beraten lassen

Wenn Sie bisher keine Erfahrung in der Umsetzung von verschiedensten SEO-Projekten über einen Zeitraum von mindestens fünf Jahren gesammelt haben, verschenken Sie wertvolle Zeit in der Sie mit professionellem SEO massiv den Umsatz steigern können.

Jetzt beraten lassen:

www.sh-digital.ch/angebot



Autor dieses Reports



Sandro Huber ist Geschäftsführer der SH Digital GmbH. Mithilfe digitaler Vertriebs- und Marketingstrategien unterstützt er mittelständische KMU **im Immobilienbereich** bei der **Gewinnung neuer Verkaufsobjekte mit Onlinemarketing**.

Im letzten Jahr konnte Sandro Huber **mit seinem Team über 30 KMU in der Ostschweiz und gesamten Schweiz** zu deutlich mehr Kunden, neuen Anfragen und zu mehr Umsatz verhelfen.

Sandro Huber ist seit über 15 Jahren im Bereich Online Marketing tätig und ein in der Branche anerkannter Experte. Aktuelle Beiträge auf externen Marketingportalen finden Sie nachfolgend:



Link:
<https://www.leaderdigital.ch/news/wie-sandro-huber-mit-seiner-seo-dienstleistung-unternehmen-im-digitalen-vertrieb-unterstuetzt-8538.html>



Link:
<https://marketing.ch/sandro-huber-zeigt-auf-in-6-schritten-zu-erfolgreichem-b2b-seo-im-jahr-2022/>



Link:
<https://www.bexio.com/de-CH/blog/view/google-shopping>



Link:
<https://kundennutzen.ch/online-marketing-strategien/>