

# SEO Grundlagen und Siteklinik

Jan Theofel



jan@theofel.de



@jantheofel

# Was machst du denn?

# Was machst du denn?

- Berater/Konzepter

# Was machst du denn?

- Berater/Konzepter
- Webworker (Contao, SEO, Catalog)

# Was machst du denn?

- Berater/Konzepter
- Webworker (Contao, SEO, Catalog)
- Social-Medialist

# Was machst du denn?

- Berater/Konzepter
- Webworker (Contao, SEO, Catalog)
- Social-Medialist
- Barcamps

# Was machst du denn?

- Berater/Konzepter
- Webworker (Contao, SEO, Catalog)
- Social-Medialist
- Barcamps
- Persönliches Coaching

# Als Tagesseminar

Den SEO-Workshop gibt es auch als Tagesseminar.  
Informationen und Termine unter:

[www.contao-seminare.de](http://www.contao-seminare.de)



# Material

# Material

- Folien (Mail)

# Material

- Folien (Mail)
- Links und Beispiele (Mail)

# Material

- Folien (Mail)
- Links und Beispiele (Mail)
- [www.contao-seo.de](http://www.contao-seo.de) („demnächst“)

# Themen

- Was ist SEO?
- Wozu SEO?
- Keywords definieren
- „Onsite“: Inhalte
- „Onsite“: Technik
- „Offpage“: Linkaufbau
- Erfolgsmessung
- Teilnehmerbeispiele



Foto: Hario Varlan Lizenz: CC BY 2.0

# Viele Bausteine...



Foto: Mike Rushmore Lizenz: CC BY 2.0

...zwischen denen ich springe

# SEO?

Kurz für:  
Search  
Engine  
Optimization

The screenshot shows a Google search interface with the logo on the left and a search bar containing 'google treffer'. Below the search bar, it indicates 'Suche' and 'Ungefähr 15.100.000 Ergebnisse (0,07 Sekunden)'. On the left side, there are navigation links for 'Alles', 'Bilder', 'Maps', 'Videos', 'News', 'Shopping', and 'Mehr'. Below these are filters for 'Stuttgart' (Standort ändern), 'Das Web' (Seiten auf Deutsch, Seiten aus Deutschland, Übersetzte Seiten), and 'Alle Ergebnisse' (Verwandte Suchanfragen, Mehr Text, Mehr Optionen). The main content area displays several search results:

- Wie man ein gutes Google Ranking erreicht [Jans Technikblog]**  
[www.theofel.de/archives/2004/11/wie\\_man\\_ein\\_gut.html](http://www.theofel.de/archives/2004/11/wie_man_ein_gut.html)  
14. Nov. 2004 – Besucher, die über einen **Treffer** in **Google** kommen, verweilen auf der Seite statt sofort den nächsten **Treffer** abzurufen. Und während Sie noch ...
- Prüfen Sie Ihre Position und Ihr Ranking in Suchmaschinen.**  
[www.ranking-check.de/suchmaschinen.php](http://www.ranking-check.de/suchmaschinen.php)  
... soweit sich Ihre Domain unter den ersten 100 **Treffern** befindet. ... Position für das Suchwort, Anzahl der Links von fremden Seiten. **Google** · Yahoo · bing! Ask ...
- Optimierung für Google - Suchmaschinenoptimierung Tipps**  
[suchmaschinenoptimierung.michaelsattler.de/google.html](http://suchmaschinenoptimierung.michaelsattler.de/google.html)  
Wenn Sie Ihre **Google**-Position regelmäßig kontrollieren, Ihre Webseite aber nicht unter den ersten 10 **Treffern** auftaucht, gibt es zwei elegante Möglichkeiten, ...
- Focus on the user: Browser-Erweiterung für relevantere Google-Treffer**  
[www.spiegel.de/fotostrecke/fotostrecke-77765.html](http://www.spiegel.de/fotostrecke/fotostrecke-77765.html)  
24. Jan. 2012 – Focus on the user: Browser-Erweiterung für relevantere **Google-Treffer**.
- Meiste Google Treffer**  
[board.gulli.com/thread/583834-meiste-google-treffer/](http://board.gulli.com/thread/583834-meiste-google-treffer/)  
20 Beiträge - 14 Autoren - 12. Mai 2009  
Hi, weis jemand ob www bei **Google** an **Treffern** noch zu über bieten ist?
- Erhöhen Sie Ihre Google Treffer mit Google Websiteverwalter-Tools ...**  
[www.sitew.de/.../google-treffer-erhoehen-mit-google-websiteverwalter...](http://www.sitew.de/.../google-treffer-erhoehen-mit-google-websiteverwalter...)  
**GOOGLE TREFFER ERHOEHEN MIT GOOGLE WEBSITEVERWALTER TOOLS.**  
Google Websiteverwalter-Tools ermöglichen es Ihnen die Anzeigehäufigkeit ...
- Hat jeder die gleichen Google-Treffer bei gleicher Eingabe (in ...**  
[de.answers.yahoo.com](http://de.answers.yahoo.com) › ... › Computer & Internet › Internet › Google  
Keine Antworten - 20. Jan.  
Clever - Hat jeder die gleichen **Google-Treffer** bei gleicher Eingabe (in Deutschland)? - Was. Wer. Wo. Wie. Warum - equal was Sie wissen ...





rechtsfahrgebot in pusemuckel



Suche

4 Ergebnisse (0,14 Sekunden)

Alles

[was soll man als Radfahrer machen ? \(Rechte, Radfahren\)](#)

[www.gutefrage.net/frage/was-soll-man-als-radfahrer-machen-](http://www.gutefrage.net/frage/was-soll-man-als-radfahrer-machen-)

Bilder

14 Antworten - 21. Juli 2011

Maps

Übrigens gilt auch für Fahrradfahrer das **Rechtsfahrgebot**. ... ein Fahrradverein ... und natürlich nicht der Club der Radfahrer von **Pusemuckel**!

Videos

News

[StadtCommunities // Thema anzeigen - Wer fährt hier eigentlich?](#)

[www.unserrecklinghausen.de/forum/viewtopic.php?p=84152&sid...](http://www.unserrecklinghausen.de/forum/viewtopic.php?p=84152&sid...)

Shopping

9. Febr. 2007 – Wenn wir uns an's **Rechtsfahrgebot** halten, muss man selbst Nachts noch .... Navi, is von Vorteil wenn man in **Pusemuckel** den Rathausplatz ...

Mehr

[Umfrage Tempolimit-> ja oder nein? : Seite 3441 : Mein Einwurf war ...](#)

[www.motor-talk.de/Forum/Themen/Verkehr & Sicherheit](http://www.motor-talk.de/Forum/Themen/Verkehr&Sicherheit)

Stuttgart

11. Mai 2007 – Aber Dein Bürgermeister aus **Pusemuckel** ist auch eindrucksvoll. ....

Standort ändern

Umfrage: Abschaffung **Rechtsfahrgebot** bei Einführung eines Tempolimits ...

# Platz | reicht nicht!



Foto:Alexander Baxevanis Lizenz: CC BY 2.0

# Platz | reicht nicht!

# Warum SEO?

# Warum SEO?

- Suchmaschine als Tor zur Internet-Welt

# Warum SEO?

- Suchmaschine als Tor zur Internet-Welt
- Was ist eine URL?

# Warum SEO?

- Suchmaschine als Tor zur Internet-Welt
- Was ist eine URL?
- Werbeblindheit

# Warum SEO?

- Suchmaschine als Tor zur Internet-Welt
- Was ist eine URL?
- Werbeblindheit
- Organische Treffer sind vertrauenswürdig

### [SEO-Toolbox | sistrix.de](http://www.sistrix.de)

[www.sistrix.de/toolbox](http://www.sistrix.de/toolbox)

Erfolgreicheres **SEO** und SEM mit Profi Analysetool | Jetzt testen!

### [Suchmaschinenoptimierung | mediatouch-online.de](http://www.mediatouch-online.de)

[www.mediatouch-online.de/SEO](http://www.mediatouch-online.de/SEO)

TOP-Platzierungen = Mehr Kunden. Kostenlose Analyse jetzt anfordern!

### [Suchmaschinenoptimierung - Professionelle SEO inkl.](http://www.seo-kueche.de)

[www.seo-kueche.de](http://www.seo-kueche.de)

Linkaufbau, Reporting, uvm.

↳ [Kostenloses Angebot - Warum SEO? - Suchmaschinenoptimierung](#)

### [Suchmaschinenoptimierung – Wikipedia](http://de.wikipedia.org/wiki/Suchmaschinenoptimierung)

[de.wikipedia.org/wiki/Suchmaschinenoptimierung](http://de.wikipedia.org/wiki/Suchmaschinenoptimierung)

Suchmaschinenoptimierung oder Search Engine Optimization (**SEO**) sind Maßnahmen, die dazu dienen, dass Webseiten im Suchmaschinenranking in den ...

↳ [Arbeitsweise](#) - [Traditionelle ...](#) - [Akademische ...](#) - [Ethische Regeln](#)

### [Seo – Wikipedia](http://de.wikipedia.org/wiki/Seo)

[de.wikipedia.org/wiki/Seo](http://de.wikipedia.org/wiki/Seo)

**Seo**. aus Wikipedia, der freien Enzyklopädie. Wechseln zu: [Navigation](#), [Suche](#). **SEO** bezeichnet: [Search Engine Optimization](#), die Suchmaschinenoptimierung ...

### [SEO & Suchmaschinenoptimierung | Ihr SEO-united.de Team](http://www.seo-united.de)

[www.seo-united.de/](http://www.seo-united.de/)

Agentur für Suchmaschinenoptimierung (**SEO**). Wir von **SEO-united.de** sind auf die professionelle Optimierung von Webseiten für Suchmaschinen spezialisiert...

### [Suchmaschinenoptimierung \(SEO\) - Suchmaschinenmarketing ...](http://www.online-marketing-solutions.com/)

[www.online-marketing-solutions.com/](http://www.online-marketing-solutions.com/)

### [Suchmaschinenoptimierung](http://www.online-motor-deutschland.de)

[www.online-motor-deutschland.de](http://www.online-motor-deutschland.de)

So verbessern Sie Ihr Ranking.  
Hier der Guide für Anfänger!

### [Suchmaschinenoptimierung](http://www.trafficmaxx.de)

[www.trafficmaxx.de](http://www.trafficmaxx.de)

Wir bringen Sie ganz nach vorn!  
BVDW-Zertifikat. Über 150 Kunden.

### [SEO Marketing](http://www.headways.de/SEO)

[www.headways.de/SEO](http://www.headways.de/SEO)

Linkaufbau & Keywordanalyse. Mit uns erreichen Sie das Top-Ranking!

### [Seo Check](http://www.in-seo.de)

[www.in-seo.de](http://www.in-seo.de)

Besseres Ranking durch **Seo**:  
Angebot kostenlos anfragen!

### [SEO von seo|IQ](http://www.seoiq.de/SEO)

[www.seoiq.de/SEO](http://www.seoiq.de/SEO)

Wir bringen Ihre Site in die Top 10  
Kompetent, seriös & transparent

### [SEO Recherche](http://www.searchmetrics.com/seo-research)

[www.searchmetrics.com/seo-research](http://www.searchmetrics.com/seo-research)

Günstig, schnell und einfach. **SEO**  
Recherche mit Searchmetrics.

### [Suchmaschinenoptimierung](http://www.online-erfolg.de)

[www.online-erfolg.de](http://www.online-erfolg.de)

# Organisch vs. Bezahlt



Organic vs. Sponsored Click Through				n (%)
PPCTop: 1	22 (9.0)	PPCRight: 1	5 (2.0)	
PPCTop: 2	8 (3.3)	PPCRight: 2	3 (1.2)	
PPCTop: 3	1 (0.4)	PPCRight: 3	3 (1.2)	
PPCTop: 4	1 (0.4)	PPCRight: 4	1 (0.4)	
Organic: 1	61 (24.9)	PPCRight: 5	0 (0.0)	
Organic: 2	18 (11.4)	PPCRight: 6	1 (0.4)	
Organic: 3	19 (7.8)	PPCRight: 7	0 (0.0)	
Organic: 4	16 (6.5)	PPCRight: 8	2 (0.8)	
Organic: 5	10 (4.1)			
Organic: 6	11 (4.5)			
Organic: 7	6 (2.4)			
Organic: 8	6 (2.4)			
Organic: 9	8 (3.3)			
Organic: 10	13 (5.3)			

# Organisch vs. Bezahlt

# Zu Risiken und Nebenwirkungen...

# Zu Risiken und Nebenwirkungen...

- SEO ist ein Prozess

# Zu Risiken und Nebenwirkungen...

- SEO ist ein Prozess
- Gutes SEO = Zeit + Geld

# Zu Risiken und Nebenwirkungen...

- SEO ist ein Prozess
- Gutes SEO = Zeit + Geld
- Schlechtes SEO = Reputationsverlust

# Zu Risiken und Nebenwirkungen...

- SEO ist ein Prozess
- Gutes SEO = Zeit + Geld
- Schlechtes SEO = Reputationsverlust
- Ganzheitliche Betrachtung (Conversion!)

# Zu Risiken und Nebenwirkungen...

- SEO ist ein Prozess
- Gutes SEO = Zeit + Geld
- Schlechtes SEO = Reputationsverlust
- Ganzheitliche Betrachtung (Conversion!)
- Auf **Besucher** optimieren!

# Zu Risiken und Nebenwirkungen...

- SEO ist ein Prozess
- Gutes SEO = Zeit + Geld
- Schlechtes SEO = Reputationsverlust
- Ganzheitliche Betrachtung (Conversion!)
- Auf **Besucher** optimieren!
- **ACHTUNG:** SEO nicht immer sinnvoll!



# Keywords definieren

# Keywords definieren

- Womit will ich gefunden werden?

# Keywords definieren

- Womit will ich gefunden werden?
- Wie suchen meine Kunden das?

# Keywords definieren

- Womit will ich gefunden werden?
- Wie suchen meine Kunden das?
- Keyword-Recherche bei Google [Link](#)

# Keywords definieren

- Womit will ich gefunden werden?
- Wie suchen meine Kunden das?
- Keyword-Recherche bei Google [Link](#)
- Short-Head vs. Long-Tail



Illustration: Wikipedia

# Short Head / Long Tail

Einzelnes Wort, Top-Suchbegriff „Auto“

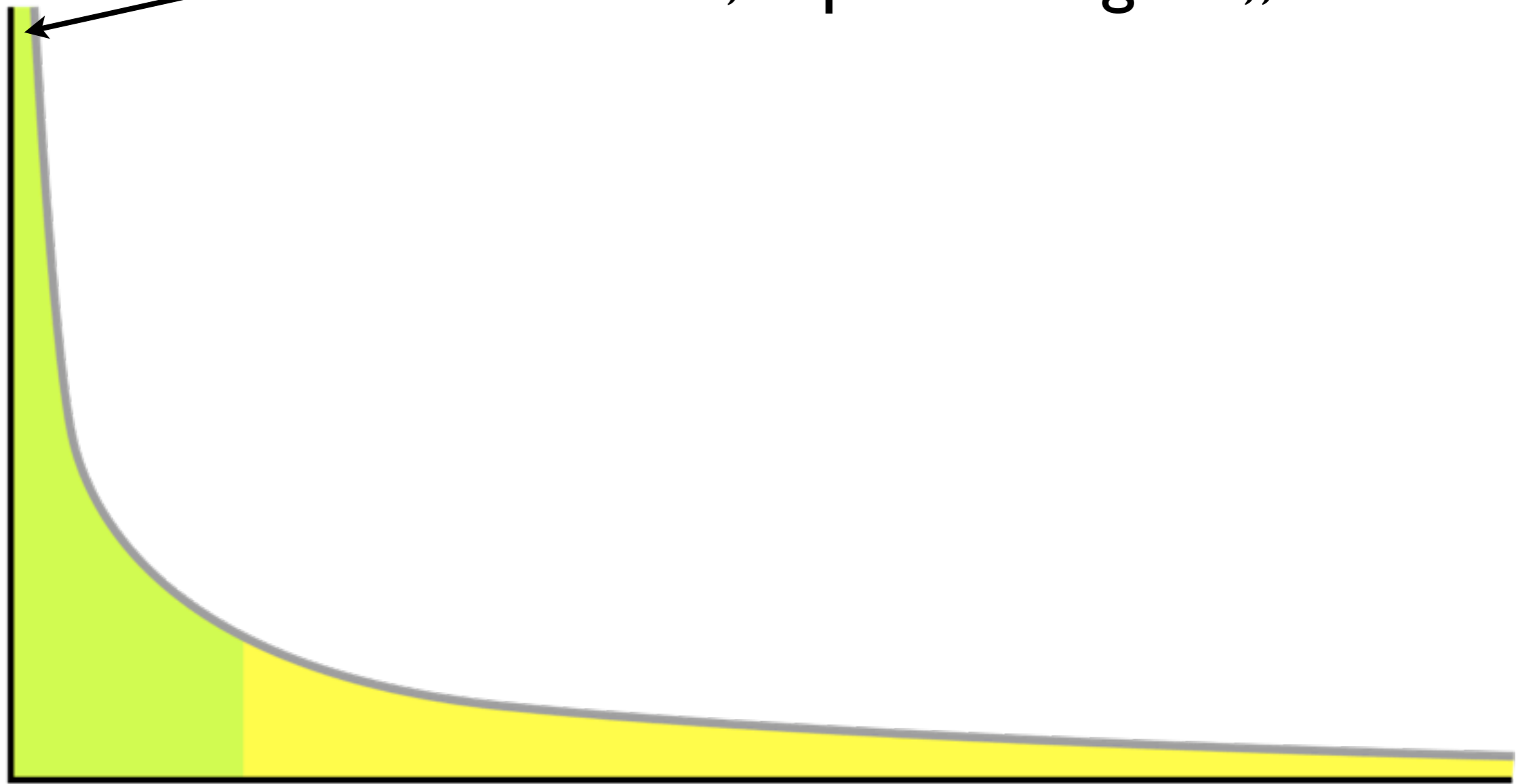


Illustration: Wikipedia

# Short Head / Long Tail

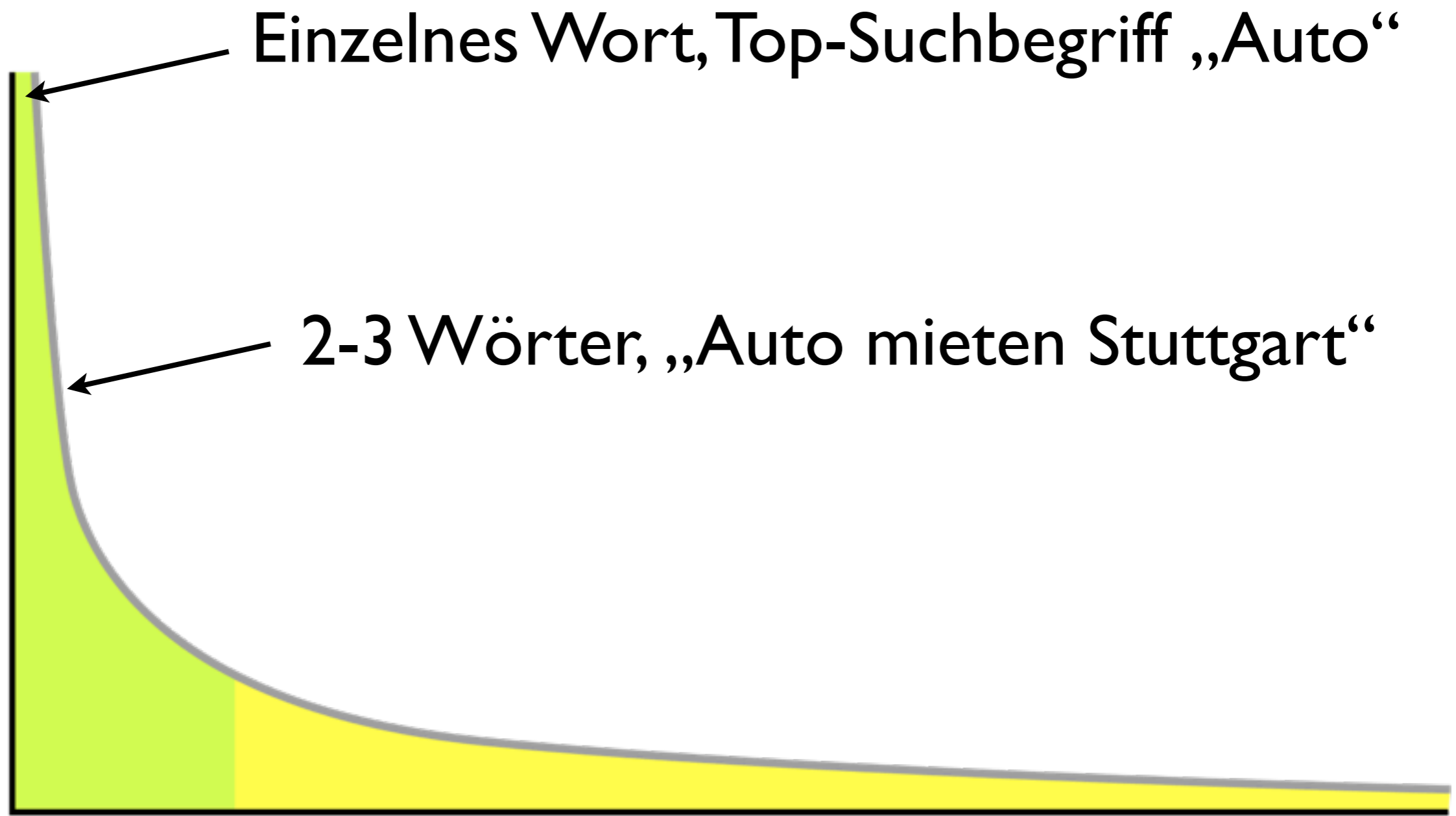


Illustration: Wikipedia

# Short Head / Long Tail



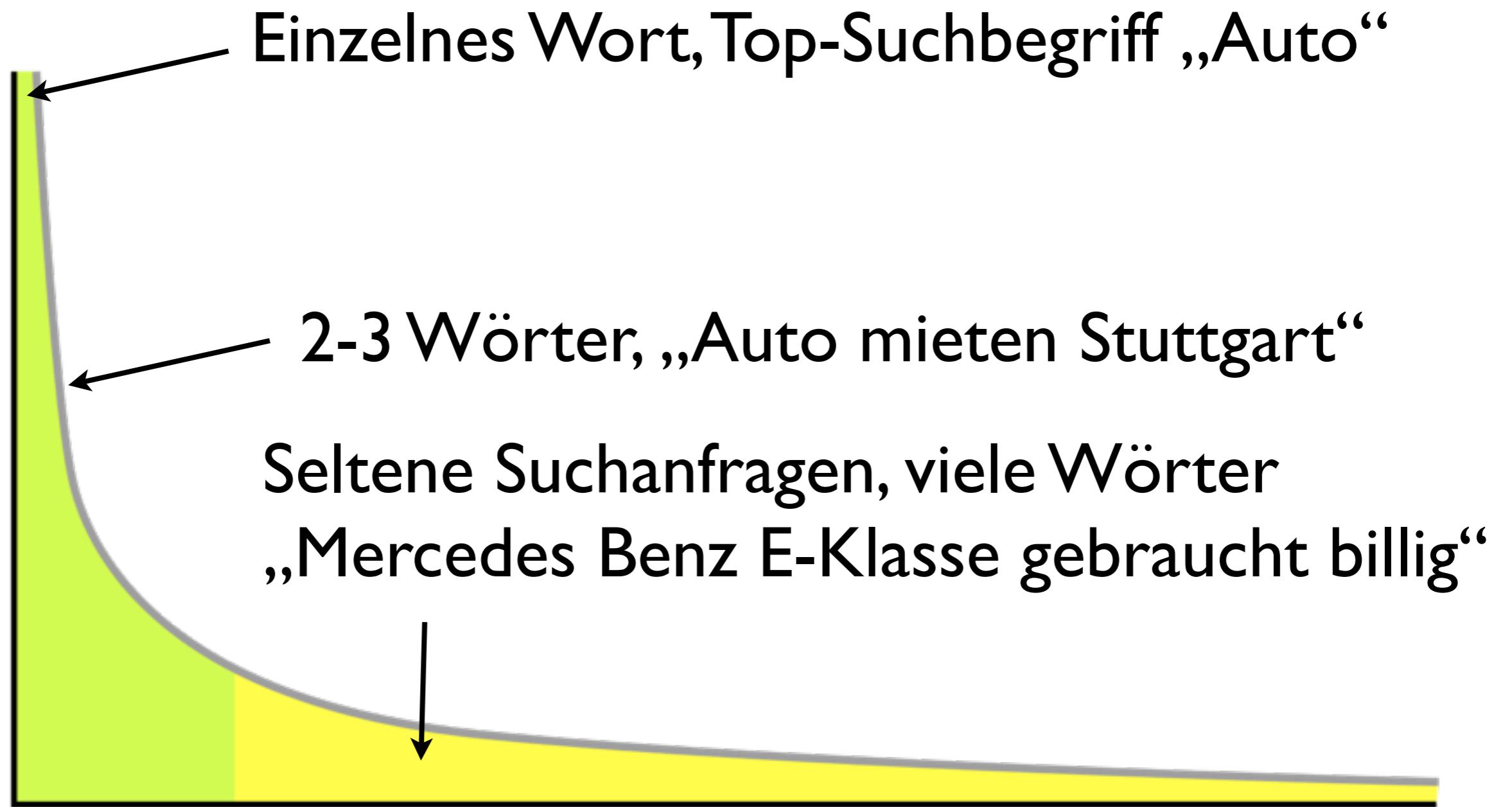


Illustration: Wikipedia

# Short Head / Long Tail

# Onsite: Inhalte

# Onsite: Inhalte

- Es geht immer um Inhalte (für Besucher)!

# Onsite: Inhalte

- Es geht immer um Inhalte (für Besucher)!
- Premiuminhalte

# Onsite: Inhalte

- Es geht immer um Inhalte (für Besucher)!
- Premiuminhalte
- Einzigartige (wörtlich!) Inhalte

# Onsite: Inhalte

- Es geht immer um Inhalte (für Besucher)!
- Premiuminhalte
- Einzigartige (wörtlich!) Inhalte
- Regelmäßig neue Inhalte / Änderungen

# Onsite: Inhalte

- Es geht immer um Inhalte (für Besucher)!
- Premiuminhalte
- Einzigartige (wörtlich!) Inhalte
- Regelmäßig neue Inhalte / Änderungen
- Inhaltliche Tiefe (Long Tail)

# Onsite: Inhalte

- Es geht immer um Inhalte (für Besucher)!
- Premiuminhalte
- Einzigartige (wörtlich!) Inhalte
- Regelmäßig neue Inhalte / Änderungen
- Inhaltliche Tiefe (Long Tail)
- Klare Struktur und Navigation



# Onsite: Inhalte

- Es geht immer um Inhalte (für Besucher)!
- Premiuminhalte
- Einzigartige (wörtlich!) Inhalte
- Regelmäßig neue Inhalte / Änderungen
- Inhaltliche Tiefe (Long Tail)
- Klare Struktur und Navigation
- Bis zu drei Hauptkeywords pro Seite

# Schlechte Inhalte

# Schlechte Inhalte

- Introseiten

# Schlechte Inhalte

- Introseiten
- „Leere“ Seiten

# Schlechte Inhalte

- Introseiten
- „Leere“ Seiten
- Textwüsten

# Schlechte Inhalte

- Introseiten
- „Leere“ Seiten
- Textwüsten
- Veraltete Inhalte / News

# Schlechte Inhalte

- Introseiten
- „Leere“ Seiten
- Textwüsten
- Veraltete Inhalte / News
- Standardtexte von Lieferanten

# Schlechte Inhalte

- Introseiten
- „Leere“ Seiten
- Textwüsten
- Veraltete Inhalte / News
- Standardtexte von Lieferanten
- Schreibfehler (unbeabsichtigte)



# Onsite: Technik

# Onsite: Technik

- Standard HTML/CSS (kein PDF, Word, etc.)

# Onsite: Technik

- Standard HTML/CSS (kein PDF, Word, etc.)
- Echter Text (keine Bilder, Flash, etc.)

# Onsite: Technik

- Standard HTML/CSS (kein PDF, Word, etc.)
- Echter Text (keine Bilder, Flash, etc.)
- Semantisches Markup

# Onsite: Technik

- Standard HTML/CSS (kein PDF, Word, etc.)
- Echter Text (keine Bilder, Flash, etc.)
- Semantisches Markup
- Sprechende Domain

# Onsite: Technik

- Standard HTML/CSS (kein PDF, Word, etc.)
- Echter Text (keine Bilder, Flash, etc.)
- Semantisches Markup
- Sprechende Domain
- Sprechende URLs und Dateinamen

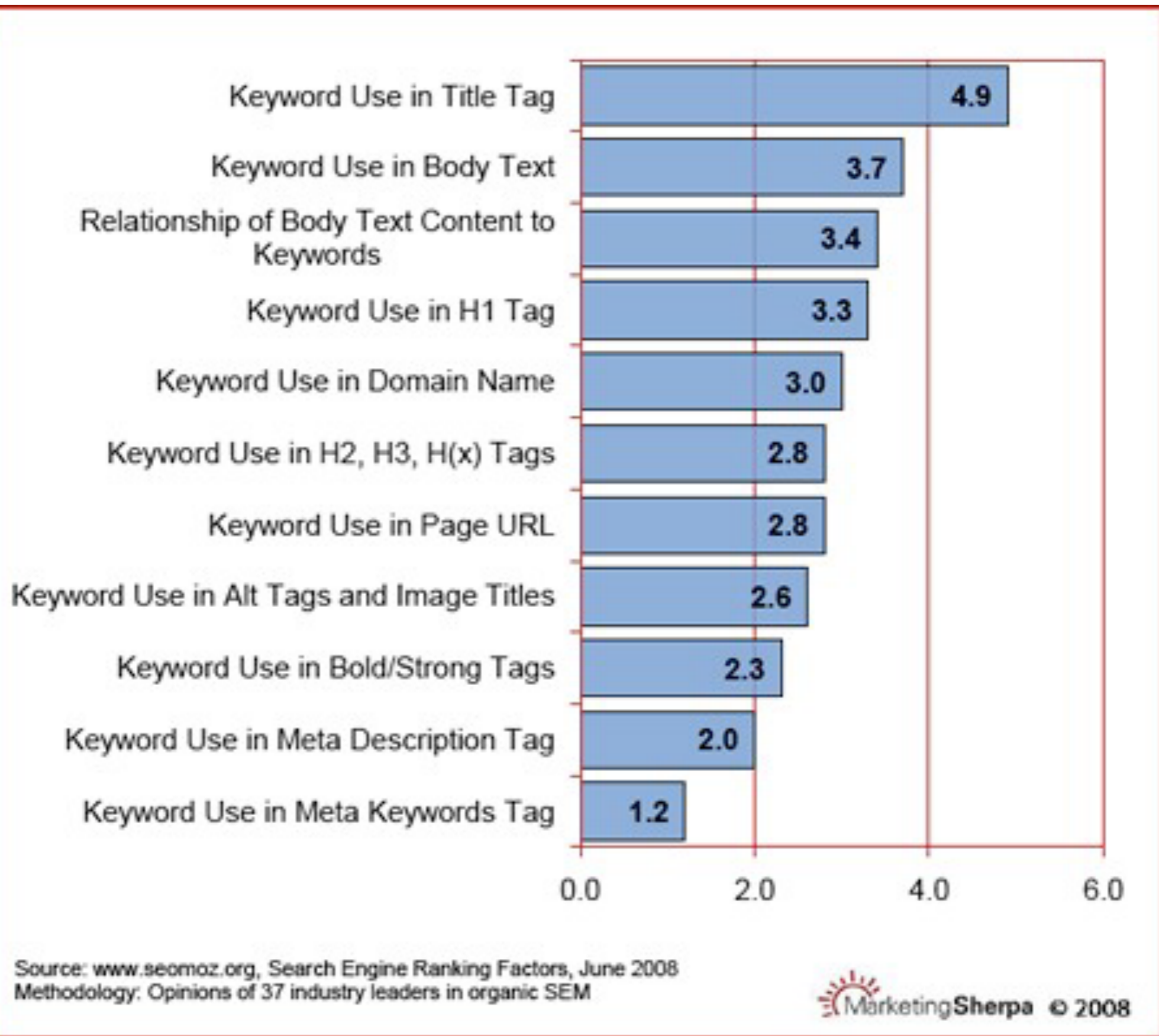
# Onsite: Technik

- Standard HTML/CSS (kein PDF, Word, etc.)
- Echter Text (keine Bilder, Flash, etc.)
- Semantisches Markup
- Sprechende Domain
- Sprechende URLs und Dateinamen
- Meta: Titel, Description, Bildtexte, etc.

# Onsite: Technik

- Standard HTML/CSS (kein PDF, Word, etc.)
- Echter Text (keine Bilder, Flash, etc.)
- Semantisches Markup
- Sprechende Domain
- Sprechende URLs und Dateinamen
- Meta: Titel, Description, Bildtexte, etc.
- Google XML-Sitemap (Webmaster Tools)





# Schlechte Technik

# Schlechte Technik

- Fremder Webspace

# Schlechte Technik

- Fremder Webspaces
- Frames / Frame Weiterleitungen

# Schlechte Technik

- Fremder Webspaces
- Frames / Frame Weiterleitungen
- Textinhalte in Bildern, Flash, etc.

# Schlechte Technik

- Fremder Webspaces
- Frames / Frame Weiterleitungen
- Textinhalte in Bildern, Flash, etc.
- Proprietäre Formate (Word etc.)

# Schlechte Technik

- Fremder Webespace
- Frames / Frame Weiterleitungen
- Textinhalte in Bildern, Flash, etc.
- Proprietäre Formate (Word etc.)
- Inhalte in Popups

# Schlechte Technik

- Fremder Webspaces
- Frames / Frame Weiterleitungen
- Textinhalte in Bildern, Flash, etc.
- Proprietäre Formate (Word etc.)
- Inhalte in Popups
- Beiwerk in URL (index.php, Parameter, ...)



# Schlechte Technik

- Fremder Webspaces
- Frames / Frame Weiterleitungen
- Textinhalte in Bildern, Flash, etc.
- Proprietäre Formate (Word etc.)
- Inhalte in Popups
- Beiwerk in URL (index.php, Parameter, ...)
- Langsame Webseiten

# Technik: Speed-Tuning!

# Technik: Speed-Tuning!

- CSS und JS in jeweils eine Datei

# Technik: Speed-Tuning!

- CSS und JS in jeweils eine Datei
- Unnötiges CSS und JS vermeiden

# Technik: Speed-Tuning!

- CSS und JS in jeweils eine Datei
- Unnötiges CSS und JS vermeiden
- CSS Sprites verwenden

# Technik: Speed-Tuning!

- CSS und JS in jeweils eine Datei
- Unnötiges CSS und JS vermeiden
- CSS Sprites verwenden
- CDN oder „virtuelles“ CDN

# Technik: Speed-Tuning!

- CSS und JS in jeweils eine Datei
- Unnötiges CSS und JS vermeiden
- CSS Sprites verwenden
- CDN oder „virtuelles“ CDN
- Caching von Bildern aktivieren (.htaccess)

# Technik: Speed-Tuning!

- CSS und JS in jeweils eine Datei
- Unnötiges CSS und JS vermeiden
- CSS Sprites verwenden
- CDN oder „virtuelles“ CDN
- Caching von Bildern aktivieren (.htaccess)
- Bilder in geringerer Qualität nutzen (JPG)



# Technik: Speed-Tuning!

- CSS und JS in jeweils eine Datei
- Unnötiges CSS und JS vermeiden
- CSS Sprites verwenden
- CDN oder „virtuelles“ CDN
- Caching von Bildern aktivieren (.htaccess)
- Bilder in geringerer Qualität nutzen (JPG)
- CSS/JS/HTML Markup komprimieren

# Linkaufbau

**REGEL:**

Jeder Link ist eine Empfehlung.

Je mehr Empfehlungen, desto wichtiger!

# Linkaufbau

# Linkaufbau

- Linkziel: Startseite vs. Deeplink

# Linkaufbau

- Linkziel: Startseite vs. Deeplink
- Linkquellen: Organisch verteilt

# Linkaufbau

- Linkziel: Startseite vs. Deeplink
- Linkquellen: Organisch verteilt
- Linkkontext: Thematisch passend

# Linkaufbau

- Linkziel: Startseite vs. Deeplink
- Linkquellen: Organisch verteilt
- Linkkontext: Thematisch passend
- Text- und Bildlinks

# Linkaufbau

- Linkziel: Startseite vs. Deeplink
- Linkquellen: Organisch verteilt
- Linkkontext: Thematisch passend
- Text- und Bildlinks
- Nofollow / Redirects



# Linkaufbau

- Linkziel: Startseite vs. Deeplink
- Linkquellen: Organisch verteilt
- Linkkontext: Thematisch passend
- Text- und Bildlinks
- Nofollow / Redirects
- Indikator: Pagerank

# Linkaufbau

- Linkziel: Startseite vs. Deeplink
- Linkquellen: Organisch verteilt
- Linkkontext: Thematisch passend
- Text- und Bildlinks
- Nofollow / Redirects
- Indikator: Pagerank
- Generell: Organisch!

# Gute Links

# Gute Links

- Trustwebseiten (Unis, Wikipedia)

# Gute Links

- Trustwebseiten (Unis, Wikipedia)
- Thematisch passende Seiten

# Gute Links

- Trustwebseiten (Unis, Wikipedia)
- Thematisch passende Seiten
- Linktext ist nicht „Klicken Sie hier“

# Gute Links

- Trustwebseiten (Unis, Wikipedia)
- Thematisch passende Seiten
- Linktext ist nicht „Klicken Sie hier“
- Linktext mit Keyword/Domain

# Gute Links

- Trustwebseiten (Unis, Wikipedia)
- Thematisch passende Seiten
- Linktext ist nicht „Klicken Sie hier“
- Linktext mit Keyword/Domain
- Gut Durchmischt



# Schlechte Links

# Schlechte Links

- Thematisch unpassend

# Schlechte Links

- Thematisch unpassend
- Alles aus einer Quelle

# Schlechte Links

- Thematisch unpassend
- Alles aus einer Quelle
- Reziproker Linktausch

# Schlechte Links

- Thematisch unpassend
- Alles aus einer Quelle
- Reziproker Linktausch
- Gekaufte Links

# Linkquellen

# Linkquellen

- Geschäftspartner (Referenzen bei anderen)

# Linkquellen

- Geschäftspartner (Referenzen bei anderen)
- Kunden (Rabatt)



# Linkquellen

- Geschäftspartner (Referenzen bei anderen)
- Kunden (Rabatt)
- Mitarbeiter

# Linkquellen

- Geschäftspartner (Referenzen bei anderen)
- Kunden (Rabatt)
- Mitarbeiter
- Blogs, Twitter, Facebook, ...

# Linkquellen

- Geschäftspartner (Referenzen bei anderen)
- Kunden (Rabatt)
- Mitarbeiter
- Blogs, Twitter, Facebook, ...
- Linklisten / Kataloge (teilweise nofollow)

# Linkquellen

- Geschäftspartner (Referenzen bei anderen)
- Kunden (Rabatt)
- Mitarbeiter
- Blogs, Twitter, Facebook, ...
- Linklisten / Kataloge (teilweise nofollow)
- Premiuminhalte: Checklisten, Infografiken, ...

# Erfolg messen

# Erfolg messen

- Statistiken: Google Analytics / Piwik

# Erfolg messen

- Statistiken: Google Analytics / Piwik
- Google Webmaster Tools

# Erfolg messen

- Statistiken: Google Analytics / Piwik
- Google Webmaster Tools
- Rankings überwachen



# Erfolg messen

- Statistiken: Google Analytics / Piwik
- Google Webmaster Tools
- Rankings überwachen
- Eingehende Links überwachen

# Erfolg messen

- Statistiken: Google Analytics / Piwik
- Google Webmaster Tools
- Rankings überwachen
- Eingehende Links überwachen
- Optimierung optimieren (z.B. Platz 11)

# Erfolg messen

- Statistiken: Google Analytics / Piwik
- Google Webmaster Tools
- Rankings überwachen
- Eingehende Links überwachen
- Optimierung optimieren (z.B. Platz 11)
- Geduld haben

**Und sonst noch...**

# Und sonst noch...

- Footer in Seiten einbauen

# Und sonst noch...

- Footer in Seiten einbauen
- Textlösung für Startseite

# Und sonst noch...

- Footer in Seiten einbauen
- Textlösung für Startseite
- Anmelden in Google Places

# Und sonst noch...

- Footer in Seiten einbauen
- Textlösung für Startseite
- Anmelden in Google Places
- Tote eingehende Links umleiten



# Und sonst noch...

- Footer in Seiten einbauen
- Textlösung für Startseite
- Anmelden in Google Places
- Tote eingehende Links umleiten
- Favicon setzen

**Zur Praxis...**