

Newsletter 4/2015 der Wortjongleurin

Themen:

- Neuer SEO-Blog für Gründer und KMUs: <http://www.seotexterin-muenchen.de>
- Suchmaschinenbegriffe für Einsteiger

Liebe Abonennten,

ich wünsche Ihnen allen ein glückliches neues Jahr 2016 und viel Erfolg mit Ihren Online-Auftritten!

Meinen 4. Newsletter veröffentliche ich im mobilfreundlichen Gewand. Sie finden hier eine Liste wichtiger SEO-Begriffe, die jedem SEO-Einsteiger begegnen.

Auf meinem **neuen Blog** [seotexterin-muenchen.de](http://www.seotexterin-muenchen.de) erhalten Sie wertvolle Tipps für Ihr Online Marketing und finden meine Newsletter-Artikel in aktualisierter Version. Denn Google ändert seine Algorithmen fast täglich. Was heute für Suchmaschinenoptimierer wichtig ist, kann schon morgen irrelevant sein.

Auf Feedback zum Blog freue ich mich! Und weitere Informationen über meine Dienstleistungen finden Sie auf www.kathrin-schubert.de.

Suchmaschinenbegriffe für Einsteiger

Black hat SEO: Durch den Einsatz intensiver Spam-Praktiken und gekaufter Backlinks wird falscher Traffic erzeugt. Das widerspricht den Google-Richtlinien, die Website kann abgestraft und aus dem Index genommen werden.

Click-through-rate (Klickrate): Verhältnis von Page Impressions (Seitenaufrufe) einer Webseite zur Anzahl der Klicks (z.B. auf ein Banner oder einen Link). Wird der Link bei 1.000 Seitenaufrufen 23 mal angeklickt, beträgt die CTR 2,3%.

Content Marketing: Erstellung und Platzieren von guten Inhalten im Rahmen einer klaren Content Strategie.

Conversion Rate: Die Konversionsrate bezeichnet den Prozentsatz der Leser, die nach Besuch der Seite so handeln wie vom Website-Betreiber bezweckt. Bei einer Konversionsrate von 1% hat z.B. jeder hundertste Besucher eines Online-Shops eine Bestellung abgegeben.

Description Tag: HTML-Tag zur treffenden Umschreibung des Seiteninhalts. Jede

Unterseite der Web-Präsenz braucht eine eigene Beschreibung. Sie sollte in ca. 150 Zeichen wiedergeben, was Besucher auf der Website finden.

Google Analytics: Tool zur Besucher-Analyse für Websites (gute kostenlose Alternative: Piwik).

Keywords: Suchbegriffe, die in Texten vorkommen müssen, die laut Matt Cutts aber im HTML-Code für Google irrelevant sind („Google doesn't use the keywords meta tag in web search“).

Landing Page / Doorway Page: speziell für Suchmaschinen erstellte Webseiten, die auf bestimmte Keywords optimiert sind.

Long Tail Keywords: Kombination aus mehreren Schlüsselbegriffen.

Metadaten/-tags: Metainformationen zeigen dem Webcrawler, welche Inhalte die Seite enthält (title, description, keywords), wer sie geschrieben hat (author), in welcher Sprache sie veröffentlicht wird (language) oder wo der Firmensitz liegt (Geo-Tag).

On-page / Off-page Optimierung: Verlinkungen zwischen Seiten auf der eigenen Homepage / zu anderen relevanten Websites.

Ranking: Position der Website in den Ergebnissen einer Suchmaschine.

Rich Snippet: Kombination aus großer Überschrift, Teasertext und URL, der in den SERPs angezeigt wird.

Seitenquellcode: HTML-Code einer Website, mit rechter Maustaste ersichtlich im Menu.

SERP (Search Engine Results Page): Webseite in einer Suchmaschine, die Ergebnisse einer Suchanfrage auflistet.

Sitemap: Liste der Unterseiten, mit der Webcrawler die Seitenstruktur untersuchen und Inhalte erfassen können. Die Sitemap wird über die Google Search Console erstellt.

Title tag: HTML-Tag zum Seitentitel einer Webseite. Er muss aussagekräftige Keywords enthalten und sollte nicht mehr als 65 Zeichen umfassen.

Traffic: Durch Abrufe von Webseiten und anderen Dateien entstehendes Datentransfervolumen zwischen einem Server und dem Internet.

Usability: Benutzerfreundlichkeit (relevanter Text, gute Lesbarkeit, Farbkontrast,

Schriftbild, einfache Navigation, Ladezeit).

Webcrawler: Auf der Suche nach neuen relevanten Inhalten besucht der Googlebot regelmäßig alle Websites und ordnet die Suchergebnisse neu an.

Über mich:

Als Wortjongleurin schreibe ich Texte für Websites, Online-Magazine, Bücher und Broschüren. Ich lektoriere Werbetexte, Businesspläne, E-Books und Buchmanuskripte. Kleine und mittlere Unternehmen unterstütze ich beim Content Marketing und bei der Suchmaschinenoptimierung.

Ich biete außerdem In-house-Vorträge und Workshops zum Thema SEO im Online-Marketing an. Gerne erstelle ich Ihnen ein Angebot für Text, Lektorat oder SEO-Beratung. Rufen Sie mich einfach an.

Impressum:

Kathrin Schubert M.A.
die Wortjongleurin
Metzstr. 35
81667 München
Tel. 089/54806650
contact@kathrin-schubert.de
www.kathrin-schubert.de

© COPYRIGHT Kathrin Schubert 2015

dieWortjongleurin
Kathrin Schubert