

Suchmaschinen

Rang 1 im Fokus

Angesichts der steigenden Anzahl an Webseiten im Internet stellen Suchmaschinen für Online-Nutzer ein essentielles Werkzeug zur Orientierung dar. So verwundert es nicht, dass unter den Webseitenbetreibern ein regelrechter „Positions-Krieg“ ausgebrochen ist. Alle wollen bei Google und Co die Ersten sein. Nur, wie gelangt man nach oben?

Ansprechendes Design, interessanter Text, gute Strukturierung – das alles nützt Ihnen bei Ihrer Website wenig, wenn sie nicht gefunden wird. Daher hängt der Erfolg Ihres Onlineauftritts stark von der Reihung in den Ergebnissen einer Suchabfrage ab.

Haben Sie selbst nicht schon ähnliche Erfahrungen gemacht? Sie suchen einen speziellen Begriff, einen Namen oder eine Dienstleistung in einer beliebigen Suchmaschine. Welche Ergebnisse erregen Ihre Aufmerksamkeit? Kaum jemand klickt sich durch hunderte Linkvorschläge. Sie werden sich höchstwahrscheinlich ein paar wenige herauspicken und zwar genau jene, die die Suchergebnis-Liste anführen.

Sie selbst möchten sicher mit Ihrer Website ganz vorne bei den Suchergebnissen auftauchen, wenn potenzielle Kunden nach einem Steuerberater in Ihrer Nähe suchen. Da das aber weder mit Zufall noch mit Glück zu tun hat, sollten Sie mittels einer Suchmaschinenoptimierung, kurz SEO, regelmäßig nachhelfen lassen. Abgesehen davon entscheiden aber noch viele weitere Faktoren.

Praktische Tipps für den Weg nach oben in der Ergebnisliste

Regel Nummer eins: Homepages sollen für die User und nicht für Suchmaschinen konstruiert werden! Die Verbraucherszufriedenheit hat eine große Auswirkung auf das Ranking der Suchergebnisse, da die Signale

der User registriert werden. Verlassen beispielsweise viele unzufriedene Nutzer sofort wieder Ihre Seite, kann sich dies auf Dauer auf Ihre Position bei den Suchergebnissen auswirken.

Sehr beliebt ist der Austausch von Erfahrungsberichten im Internet. Diese dienen jedoch nicht nur als Entscheidungshilfe, sondern haben unter Umständen Einfluss auf das Suchmaschinenranking einer Website. Viele Bewertungen werden auch in den Suchergebnissen angezeigt und erhöhen gleichzeitig, aufgrund des Servicecharakters für den User, auch die Klickrate auf der Webseite.

Rund 70 Prozent der User glauben an die Bewertungen im Internet – deswegen ist es ratsam, Möglichkeiten zur Bewertung seines Unternehmens durch ein System auf der eigenen Homepage oder über einen Link auf Bewertungsportalen zu integrieren. Bitten Sie gleichzeitig die Kunden über Newsletter und E-Mails um eine Bewertung.

„No more search without social!“ An Facebook und Co. führt in der Onlinewelt nichts mehr vorbei. Auch für Suchmaschinen sind die sozialen Netzwerke bedeutend. Lediglich eine eigene Fanpage einzurichten ist jedoch zu wenig. Diese muss ebenso laufend aktualisiert werden, da dies Einfluss auf das Suchmaschinenranking nimmt. Ist in einem Social-Media-Profil auch ein Foto des Autors integriert, kann das ebenfalls in den Suchergebnissen angezeigt werden. Dies erhöht wiederum die Klickrate auf die Webseite.

Allgemein gilt jedenfalls: Jegliche Infos, die zusätzlich zum Ergebnis angezeigt werden, steigern die Wahrscheinlichkeit, dass genau diese Seite vom User ausgewählt wird. Hier ein paar Zahlen und Fakten:

- 66 Prozent der User erwarten eine Telefonnummer und Öffnungszeiten bei den Suchergebnissen – 60 Prozent der Seitenbetreiber haben jedoch keine angeführt!
- 75 Prozent der Websites verfügen über keine Optimierung für mobile Geräte. Dadurch sind diese mit Smartphone oder Tablet schlecht oder gar nicht nutzbar.
- 25 Prozent von allen Suchen sind einzig-

» Serienplaner

Teil 77 –

SteuerConsultant 5/2013
Spezialisierung versus Rundumbetreuung

Teil 78 –

SteuerConsultant 6/2013
Suchmaschinenoptimierung

Teil 79 –

SteuerConsultant 7/2013
Vom Experten zum Markenstatus

Abonnenten-Service

Abonnenten können im Internet unter www.steuer-consultant.de das Themenarchiv nutzen und unter anderem alle Teile der Serie „Marketing“ kostenlos nachlesen.



Johann Aglas

ist Geschäftsführer der Atikon Marketing & Werbung GmbH im oberösterreichischen Leonding. Atikon hat sich auf das Marketing und die Homepage-Gestaltung für Steuerberater spezialisiert.

E-Mail: johann.aglas@atikon.com
www.atikon.com

artig. Das bedeutet, dass die möglichen Suchbegriffe für grundsätzlich ein und dasselbe Ziel stark variieren. Wer davon ausgeht, dass jeder den Begriff „Steuerberater“ eingibt, der nach einem Steuerberater sucht, der irrt. Alle Suchvarianten kann man mit einer Suchmaschinenoptimierung der Homepage jedoch nicht abdecken. Daher wird ein Fokus auf ein paar wenige „Haupt-Keywords“ gelegt, eine gekonnte Selektion ist daher wichtig.

Beim Suchen und Finden ist also mehr zu beachten, als es auf den ersten Blick scheint. Auch wenn Sie im Moment mit Ihrem Suchmaschinenranking zufrieden sind, müssen Sie beständig dranbleiben. Die Ergebnisse sollten regelmäßig überwacht und an neue Anforderungen angepasst werden. Denn, was heute noch als wichtiges Kriterium gilt, um die Ergebnisliste einer Suchanfrage anzuführen, hat vielleicht schon morgen keinen Einfluss mehr.

Zudem beobachten Google und Co. Webseiten über einen langen Zeitraum und nicht nur für einen kurzen Moment. Am besten tun Sie daran, Ihre Homepage von Experten prüfen zu lassen und Entwicklungsvorschläge zu besprechen. Damit sparen Sie sich Zeit und Mühen und können sich lediglich vom Erfolg überraschen lassen.