

<b>Teil I: Grundlagen .....</b>	<b>9</b>
<b>1. Einführung.....</b>	<b>11</b>
<b>2. Die Basis .....</b>	<b>17</b>
Was bedeutet Suchmaschinenoptimierung? .....	17
Grundprinzipien:	
Wichtige Google-Faktoren – und Mythen.....	19
Der Algorithmus .....	22
Früher war alles anders.....	27
Reputation .....	30
Marke .....	32
Sichtbarkeit und Präsenz.....	33
Wie funktionieren Google und sein Crawler? .....	34
<b>Teil II: Praxis .....</b>	<b>37</b>
<b>3. Onpage-SEO .....</b>	<b>39</b>
Grundlagen, Strategie und Zielgruppe .....	40
Wer sind meine Kunden? Zielgruppen und Wettbewerb/	
Konkurrenzanalyse.....	41
Ziele setzen .....	43
Seitenstruktur: Aufbau, Navigation, Startseite und	
Landingpages.....	45
Exkurs: Holistische Landingpage.....	50
Interne Verlinkung.....	53
Conversion-Optimierung.....	53

Keywords und deren Bedeutung .....	56
Erster Schritt: Analyse des aktuellen Zustands .....	60
Keywordstrategien: vom Shorthead zum Longtail.....	62
Keywordrecherche .....	65
Bewerten und Prioritäten setzen .....	71
Zwischenfazit .....	80
Suchbegriffe zuordnen und Zielseiten festlegen .....	82
Inhalt.....	83
Was ist ein guter Text? .....	84
Unique Content und Duplicate Content.....	91
Struktur: Überschriften, Zwischenüberschriften, Bildunterschriften.....	94
Interne Links .....	95
Call-to-Action .....	96
Inhalt der Inhalte und deren Form.....	96
Domain .....	100
Neu dabei? .....	102
Title-Tag und Beschreibung.....	102
Title-Tag (Seitentitel) .....	103
Description .....	105
Microdaten/Rich Snippets.....	108
Lokale Suche.....	110
Etwas Technik.....	111
Mobile Websites und responsives Design .....	111
Ladezeiten/Pagespeed.....	113
Crawling- und Indexierungsmanagement .....	115
Sitemap .....	117
Statuscodes .....	117
Zwischenfazit Onpage-Optimierung .....	118
SEO oder SEA – was lohnt sich mehr? .....	120
<b>4. Offpage-SEO.....</b>	<b>121</b>
Externe Links – und deren Bedeutung.....	121
Gütekriterien von Links .....	122
PageRank™ vs. TrustRank™.....	123

Nofollow .....	127
Linkmarketing .....	128
Akquisitionsmix von Besuchern .....	134
Onlinemarketing .....	135
Reputationsmanagement .....	136
Vermarktung und Content Seeding .....	138
Vermarktung über Soziale Medien .....	144
Facebook .....	146
Instagram .....	156
Twitter .....	160
Xing .....	161
Google+ .....	162
Zwischenfazit Social Media .....	162
Analyse und Erfolgskontrolle .....	163
Sichtbarkeit und Sichtbarkeitsindex .....	165
Auswahl von Analyse- und Trackingtools .....	167
Netiquette: Erfolgsprinzipien .....	168
Enterprise SEO .....	169
Was ist Enterprise SEO? .....	170
<b>5. Weitere Topkanäle .....</b>	<b>179</b>
Suchmaschinenanzeigen (SEA) .....	179
Google Adsense .....	180
Google-Display-Netzwerk .....	181
Google Shopping .....	181
Google AdWords .....	182
<b>6. Fazit, Ausblick und die nächsten Schritte, SEO bei sich einzuführen .....</b>	<b>191</b>
Suchmaschinenoptimierung – Inhouse oder Agentur beauftragen? .....	197
<b>Über die Autoren .....</b>	<b>205</b>
<b>Anhang .....</b>	<b>207</b>