

Inhalt

	Einleitung	11
1	Erste Schritte zum Erfolg der eigenen Webseite.....	15
	SEO	16
	Onpage-Optimierung	17
	Meta-Tags	17
	Einen Webseitenamen finden	19
	Schlüsselwörter finden und auf der Webseite platzieren	22
	Die richtige Seitenbeschreibung und den passenden Titel für die Webseite mit ein paar Klicks.....	24
	Interne Verlinkung inklusive Tag-Cloud.....	26
	Der Ladezeit der Webseite auf die Sprünge helfen	28
	Den Besucher der Webseite zum Kunden machen.....	29
	Auf dem direkten Weg mit der neuen Webseite im Google-Index landen	31
	Den User auf der Webseite halten	34
	Ein Blog ist Gold wert und sorgt für Neukunden – Bloggerstellung in wenigen Schritten	39
	Erste wichtige Anmeldungen, damit Sie auch schnell gefunden werden bei Google und Co.....	41
2	Nur mit Backlinks werden Sie gefunden	45
	Anmeldung beim Verzeichnis DMOZ.....	46
	Gemeinsam auf der Suche nach starken Backlinks, Anschreiben formulieren und loslegen.....	48
	Wie bekommt man einen Link bei Wikipedia? Mehrwert schaffen und Link zur eigenen Seite setzen oder Plan B.....	56
	Jede Menge Links kostenlos: Branchenbücher, Webkataloge und Co. aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und den USA – der Mix macht's.....	58

nofollow	60
dofollow	61
Fehlerfreier Linkaufbau in der Praxis mit der eigenen Seite, ohne die Seite aus dem Google-Index zu katapultieren	62
Linktausch kann verboten sein, aber ohne geht es kaum.....	63
SEO-Software als Instrument.....	64
RSS-Links kassieren und besser gefunden werden.....	66
Links in der richtigen Nachbarschaft bzw. Themengleichheit unterbringen.....	68
3 Einführung in Social Media	69
SMO.....	70
RSS-Feed für die eigene Seite erstellen.....	70
Wie finde ich RSS-Verzeichnisse?	71
Social-Media-Marketing (SMM)	72
Social Media Monitoring – Tools & Alerts	74
Autoren-Ranking und Social-Media-Auswirkung	79
Kostenpflichtige Social-Media- und SEO-Tools, Social Visibility	81
Social Visibility	85
Facebook.....	86
Facebook Connect	88
Facebook-Fanseite	90
Twitter.....	93
Google+	94
4 Neue Kunden und mehr Besucher....	105
Account anlegen bei Facebook, Twitter, Google+ und Co.	106
Buttons der sozialen Netzwerke auf der eigenen Seite einbauen.....	110
Bekanntheitsgrad steigern durch Posten von Tweets ...	113
Das soziale Netzwerk XING und die Verknüpfung der eigenen Webseite	114
Über Foren, Ratgeberseiten und Gruppen können Leser oder Interessenten zu neuen Kunden werden ...	116
Eine XING-Firmenseite anlegen.....	119

	Empfehlungen sind Gold wert – Accounts bei Qype, Ciao usw. und was es bringt.....	120
	Google Places – Account-Erstellung mit wichtigen Hinweisen.....	122
	SEO für den Google Places-Account und wie dieser Ihre Auffindbarkeit verbessert.....	123
	Wie bringen Sie Kunden dazu, Ihren Service bei Qype, Google oder anderen Netzwerken zu bewerten?	124
5	Wichtige Parameter abfragen und verstehen	125
	Der Einsatz der Geheimwaffe: Google AdWords Keyword-Tool	126
	Kostenlose hilfreiche Tools nutzen und die eigene Seite stärken.....	129
	Die besten kostenpflichtigen Tools	131
	Wichtige Funktionen und Parameter für den Linkaufbau unter der Lupe	136
	Rankingfaktoren – wissen, worauf es ankommt.....	141
	Unerlaubte Links und Black-Hat-SEO an bestimmten Strukturen früh erkennen	144
	Besser White-Hat-SEO als alles übers Knie brechen – White-Hat- versus Black-Hat-SEO.....	145
	Bevor ein Link gesetzt wird, dem Linktauschpartner auf den Zahn fühlen	146
	Mit Google Webmaster-Tools sehen, woher die Kunden kommen, und neue Quellen erkennen – mehr Kundschaft und mehr Umsatz generieren	149
6	Suchmaschinenmarketing	155
	Google AdWords – einfach starten mit Werbung zum halben Preis	156
	Ausgaben im Auge behalten: Statistik führen und AdWords gezielt einstellen	161
	Andere Werbemaßnahmen wie Facebook-Anzeigen buchen – gezahlt wird nur bei Klick	164
	Affiliate-Marketing bringt neue Besuche	165

Videovermarktung über YouTube mit Einbindung auf Ihrer Webseite	166
Videos auf der eigenen Webseite ohne Verwendung von YouTube	170
Linkbait – durch gezielte Aktionen Links kassieren	171
Newsletter auf der eigenen Seite und Bekanntheitsgrad steigern	172
Newsletter-Werbung über fremde Seiten buchen	174

7 Texte bei der Suchmaschinen-optimierung..... 177

Bestimmte Texte gehören auf die Seite: Impressum, „Über uns“, Kontaktdaten usw.	178
Nachrichten und Texte: Formulierung und Wirkung....	179
Wie kommt man an Texte, wenn man selbst nicht schreibt? Content-Marktplatz und -Anbieter als Lösung.....	179
Wie werden Texte für die Suchmaschinen optimiert? ..	181
Marken- und Urheberrecht.....	183

8 Feintuning, Tipps und kleine Kniffe 185

Geheimtipps aus erster Hand: Quellen finden, die nicht jeder kennt	186
Google News: So gelangt man hinein und bekommt 1.000 Besucher pro Tag mit nur einem Text	192
Links in der richtigen Dosierung – Beispiele, wie man es nicht machen sollte	197
Rich Snippets: Shopping-Ergebnisse des eigenen Onlineshops bei Google	202
Google Shopping für den eigenen Onlineshop nutzen und Ihre Artikel in den Suchergebnissen anzeigen lassen	205
SEO: Texte richtig formatieren, um besser gefunden zu werden.....	206
Linkkauf ist manchmal sinnvoll	211
Die richtigen Wörter zur richtigen Seite verlinken – Unterseiten müssen auch verlinkt werden.....	213

Optimierung von Google Verticals: Bilder, Videos, regionale Ergebnisse.....	214
Pinterest: Was ist das-und wozu dient es?	217

9 Neuerungen am SEO-Markt	219
Was beinhaltet das Panda-Update?	220
Wichtige Informationsquellen im Internet zum Thema SEO.....	222
SEO-Veranstaltungen: Wissensvorsprung mitnehmen	227
Was bietet Google+ und wie können Sie es effektiv nutzen?	230
Content ist immer noch der König: Warum?	234
Social Signals: Was ist das und was bringt es?	236
Die Auswirkung von Social Signals auf das Ranking bei Google	237
Google-Rankingfaktoren	237
Was sind Social Signals?	238
Wie wirken sich Social Signals aus?	238
Fehler im Content und doppelten Content korrigieren	244
SEO nach Richtlinien von Google mit Webmaster- Tools als Instrument	245
Ausblick: Mobiles Internet jetzt schon als Chance nutzen	248
Änderungen bei Google außerhalb des Panda- Updates inklusive Author-Tag	250
Google ändert den Algorithmus und plant semantische Suche.....	255
Long-Tail-Keywords statt Money-Keywords	257
Linkstrategien	259
Linkverteilung und PageRank.....	262
Markenstudie kurz nach dem Penguin-Update	263
Journalistische Texte zeigen mehr Wirkung als reine SEO-Texte	270
Dem Panda- und dem Penguin-Update entsprechen – aber wie?	273
Betroffen von Penguin und Panda – und wieder herauskommen mit gutem Ranking	275

Penguin-Update.....	277
Was wertet Google genau als Webspam?	278
Neues SEO-Google-Tool zur Aberkennung von Links: disavow-Tool	284
von Google.....	284
SEO für Facebook: Graph Search kommt.....	286
Graph Search	287
Google, SEO und die Graph Search	287
Facebook SEO	288
SEM- und SEO-Recht in der Praxis	288
Anhang	293
Exklusivinterview mit dem internationalen SEO- Experten Rand Fishkin, Mitgründer von SEOmoz	293
Index.....	297