

Searchenginemarketing SEO & SEM

Keywordanalyse

Keyword

Ein Keyword (*dt. Schlüsselwort*) bezeichnet im Online Marketing einen Suchbegriff, über den eine Suche ausgelöst wird.

→ SERP → Suchergebnisliste

Im Suchmaschinenmarketing dienen Keywords zur **Steuerung der Einblendung** von Werbeanzeigen und zur Suchmaschinenoptimierung einer Website.

→ Google Ads, Display-Anzeigen

Was ist eine Keyword-Recherche?

Als **Keyword-Recherche** bezeichnet man die Suche nach **sinnvollen Keywords**, auf die eine **Landingpage** (Webseite) oder eine ganze Domain (Website) optimiert werden soll.

Ziel ist es, für die richtigen Keywords und Keyword-Kombinationen in den **SERPs** (Search Engine Result Page = Suchergebnisseite) zu ranken (**Sichtbarkeit**), um **Traffic (Besucher)** auf die Seite zu bekommen.

Die Keywordrecherche ist der erste Schritt einer guten SEO-Optimierung.

Ziel einer Keyword-Recherche?

Ziel jedes kommerziellen Unternehmens ist es, den Gewinn zu steigern. Die Keyword Recherche hilft zu verstehen, wonach eure Kunden im Internet suchen und welches Angebot sie erwarten.

“Keywords, die viele Besucher auf die Seite bringen, sind nicht automatisch die Keywords, welche zu einer Umsatzsteigerung führen.”

Keywordarten & ihre Intentionen

Navigations-Keywords: Der User sucht allgemeine Informationen. Er oder sie kann eine Kaufabsicht haben, kann jedoch genauso gut nach Inspiration suchen.

Beispiel: "Schuhe" (generische oder allgemeines Keyword)

Informations-Keywords: Der User sucht detaillierte Informationen.

Beispiel: "Schuhe Größentabelle", Handy Preise, Smartphone vergleichen

Recherche-Keywords: Der User hat eine Kaufabsicht, möchte sich jedoch zunächst absichern.

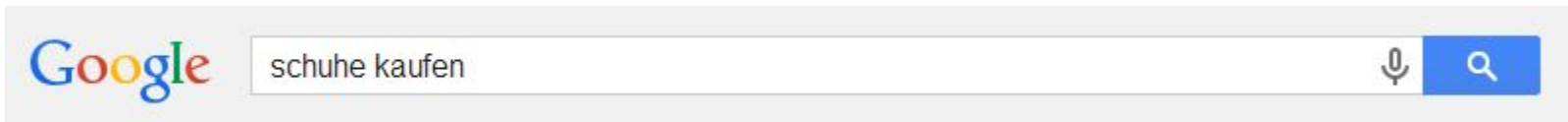
Beispiel: "Samsung Galaxy Testberichte", Nike Free Farbmodelle /Größen

Transaktions-Keywords (money-keys): Der User sucht detaillierte Informationen mit Kaufabsicht.

Beispiel: "Schuhe kaufen in Wilmersdorf", Nike Air 90 weiß kaufen Gr 38, Samsung Galaxy gebraucht online, iphone X kaufen, Flug lissabon buchen, zahnarzt wedding termin vereinbaren, zahnarzt notdienst wochenende

Long-, Mid- und Shorttail ?

Short-Tail: Short-Tail Keywords sind allgemeine Suchbegriffe mit sehr hohem **Suchvolumen**. Wenn du für diese Suchbegriffe ein gutes Ranking erreichen willst, benötigst du einen langen Atem.



- Long-Tail -> Langer Ausläufer, ab 3 Wörter +
- Mid-Tail: -> Mittlerer Ausläufer, 2-3 Wörter
- Short-Tail -> Kurzer Ausläufer, 1 Wort
- Je länger die Keywordkombination, desto präziser die Suchanfrage
- Je präziser die Suchanfrage, desto wahrscheinlicher eine Conversion

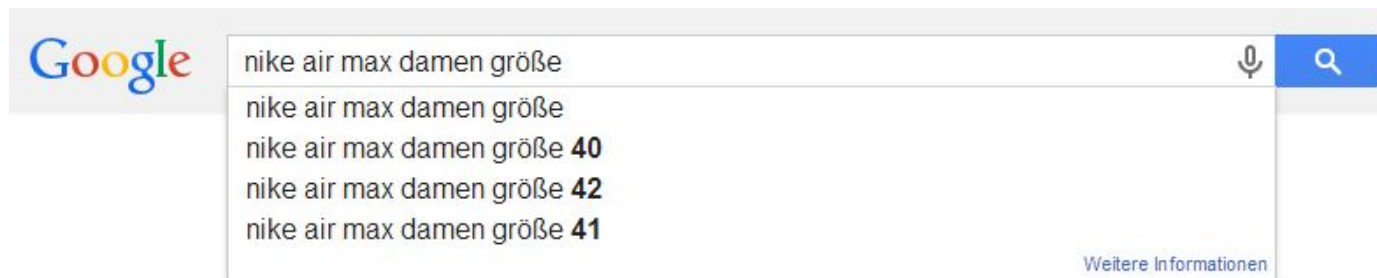
Short- vs. Long-Tail-Keywords*

Long-Tail: Ein Longtail-Keyword besteht aus mehreren relevanten Suchbegriffen. Diese Keywords können **heiß umkämpft** sein, da sie oft eine **höhere Conversion Rate*** haben.

Denn wer das besagte Keyword eingibt, hat ganz klar die Absicht, diesen Schuh auch wirklich zu kaufen.

Ein weiterer Vorteil der Longtail-Keywords kann sein, dass weniger Konkurrenz vorhanden ist und somit die Homepage leichter und schneller zu optimieren ist (je nach Anfrage) →
Nische: "Homepage Preise Berlin" statt "Webdesign Berlin"

Länge Long-Tail-Keywords: mehr als 3 Wörter



* von 100 Usern, die auf meine Homepage kamen, haben 10 Schuhe gekauft, also habe ich eine Conversion-Rate von 10%

Was ist: Conversion ?

- Conversion -> Konversion / Konvertierungs- (rate)
- (Prozentuale) *Umwandlung* von Status x zu Status y
- z.B.: Umwandlung eines Interessenten in einen Kunden

von 100 Usern, die auf meine Homepage kamen, haben 10 Schuhe gekauft, also habe ich eine Conversion-Rate von 10%

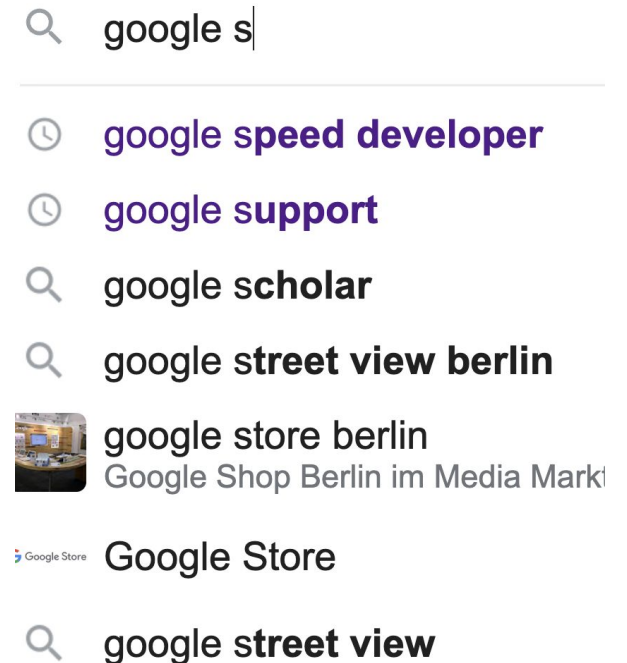
Conversion-Messung → Newsletteranmeldungen, Kontaktaufnahme

Ein möglicher Messwert für meine KPI

- Key Performance Indicator
- Kennzahlen → Messbar, nachvollziehbar

Herangehensweise

1. Branche kennenlernen/verstehen
2. Landingpage / Website
3. Mitbewerbervergleich, Marktteilnehmer
4. Google Suggest



Tools zur Keyword-Recherche:

- Google Trends / Überprüfung

<https://trends.google.de/trends/> (Unterschied Thema / Keyword <https://support.google.com/trends/answer/4359550>)

Berechnung/Darstellung: Statistischer Wert in Relationen gesetzt

(Google Trends funktioniert durch die Analyse eines Teils von Google-Suchanfragen. Dabei wird berechnet, wie viele Suchanfragen für die eingegebenen Begriffe eingegangen sind, bezogen auf die Gesamtzahl der Suchanfragen über die gleiche Zeit. Der Bezug "100" kann also 50 oder 5000 Suchanfragen bedeuten. Zeitlicher Vergleich zum Maximalwert)

- Answer the Public, ACHTUNG: funktioniert 3x/Tag, Anmeldung mit eurem Google Konto

<https://answerthepublic.com/>

(Sprache & Land: Germany & Deutsch)

- Google Suggest & am Ende der SERP:
Ähnliche Suchanfragen zu

- Übersuggest ACHTUNG: funktioniert 3x/Tag

<https://ubersuggest.io/>

Anmeldung über euer Google Konto

Ähnliche Suchanfragen zu kredit online

online kredit **sofort**

kredit online **ohne schufa**

online kredit **mit sofortzusage**

bester online kredit

kredit online **abschließen**

kredit **24 sofort**

kredit online **beantragen**

online kredit **erfahrungen**

Beispiel für eine SEO-Optimierte Seite Keyword "damen bluse": <https://www.otto.de/damen/mode/blusen/#beratung-laessig-in-der-freizeit-flanellhemden-jeansblusen-und-co>

Google Keyword-Planer <https://ads.google.com/home/tools/keyword-planner/>

Einladung für den Zugriff auf ein Google Ads-Konto annehmen

Sie wurden über die E-Mail-Adresse bettina.heuser@gmail.com eingeladen, auf das folgende Google Ads-Konto zuzugreifen.

Google Ads-Kontoname: **Bettina Heuser**

Google Ads-Kundennummer: **940-029-1009**

Zugriffsebene: **Nur lesen**

Klicken Sie unten auf die Schaltfläche „Einladung annehmen“ und folgen Sie der Anleitung, um auf das Konto zuzugreifen.

EINLADUNG ANNEHMEN

Nutzer mit Lesezugriff können Informationen im Konto aufrufen sowie Berichte erstellen und bearbeiten. [Weitere Informationen zu allen Merkmalen dieser Zugriffsebene](#)

Wenn Sie nicht auf dieses Konto zugreifen möchten, können Sie die [Einladung ablehnen](#).

Viele Grüße

Ihr Google Ads-Team

Google Keyword Planer

Wie logge ich mich ein?

<https://ads.google.com/home/tools/keyword-planner/>

1. Einladungsmail öffnen und auf den Button klicken, dann
2. den Link öffnen
3. Konto wählen

Spalten anpassen

1. Spalten anpassen wählen
2. Spalten aussuchen
3. uns reicht: Durchschn. Suchanfragen pro Monat

Wählen Sie ein aktives Konto aus

[Wählen Sie ein Konto aus](#)

Neue Keywords entdecken

Keyword-Ideen erhalten, um Nutzer zu erreichen, die an Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung interessiert sind

[→](#)

VON MIR ERSTELLTE PLÄNE FÜR MICH FREIGEGEBEN

FILTER HINZUFÜGEN

Plan	Status	Ideen

Google Ads verwenden als...

Konto	Telefonnummer
Bettina Heuser, meine Kreditkarte (Aufgelöst)	355-330-5
Bettina Heuser	940-029-1
CIM Data Dozenten & Studenten Verwaltungskonto	487-658-3
SEA-Alexander Dez 2020 (Aufgelöst)	149-529-4

[NEUES GOOGLE ADS-KONTO](#)

[GOOGLE-KONTO WECHSELN](#)

Nicht jugendfreie Vorschläge ausschließen FILTER HINZUFÜGEN 568 von 572 Keyword-Ideen werden angezeigt

SPALTEN

Spalten anpassen

Meine Spaltensätze

Benutzerdefiniert

Keyword (nach Relevanz) ↓	Durchschnittl. Suchanfragen pro Monat	Anteil an möglichen organischen Impressionen	Durchschnittliche organische Position
Von Ihnen eingegebene Begriffe			
☐ schmerztherapie	480	-	

Durchschnittl. Suchanfragen pro Monat

Wettbewerb

Anteil an möglichen Anzeigenimpressionen

Gebot für obere Positionen (oberer Bereich)

Kontostatus

Wettbewerbsfähigkeit (indexierter Wert)

Gebot für obere Positionen (unterer Bereich)

Anteil an möglichen organischen Impressionen

Durchschnittliche organische Position

Ihre Spalten

Reihenfolge per Drag-and-drop ändern

Keyword-Text

Durchschnittl. Suchanfragen pro Monat

Anteil an möglichen organischen Impressionen

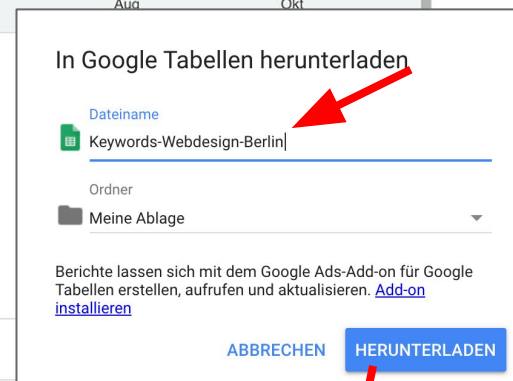
Durchschnittliche organische Position

Google Keyword Planer

<https://ads.google.com/home/tools/keyword-planner/>



1. Keyword-Ideen herunterladen
2. evtl. Datum der Recherche bestimmen
3. Google-Tabellen öffnet ein Dok. im Google Drive
4. Sinnvollen Namen vergeben
5. Tabelle in Google Drive öffnen



Keyword-Ideen

CSV

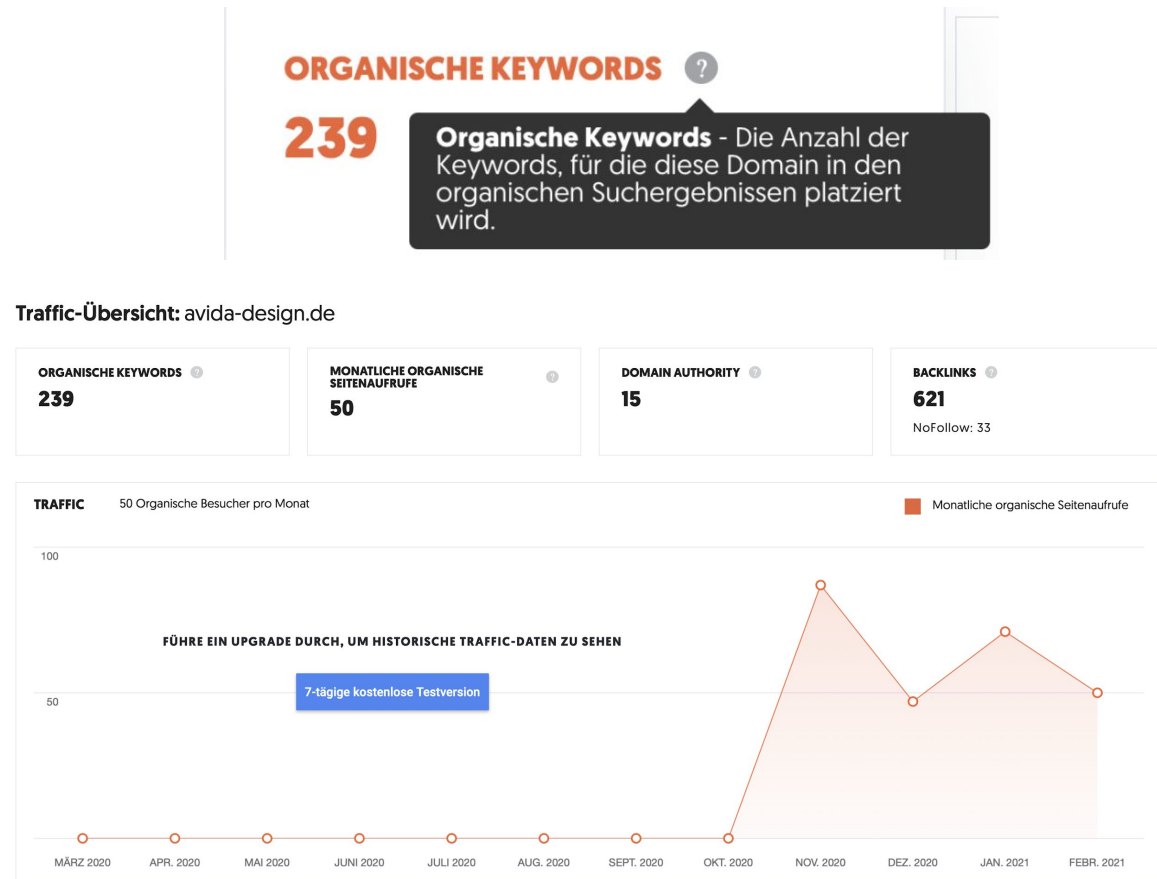
Google Tabellen

Ubersuggest

Traffic-Übersicht

Maus auf das Fragezeichen gibt eine Erklärung, was Sache ist

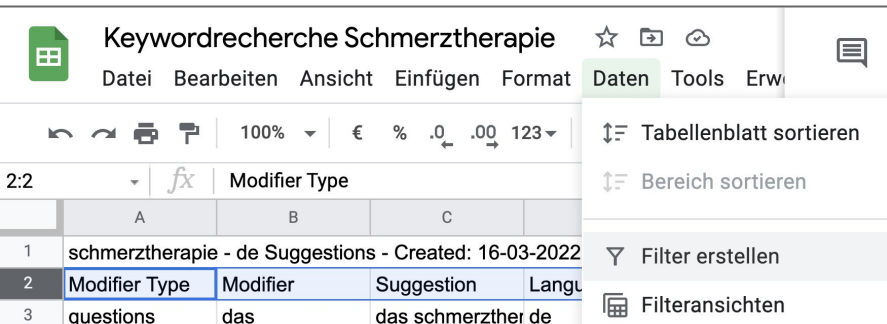
Klick auf Element öffnet Unterseite mit den Inhalten, die dazu gehören



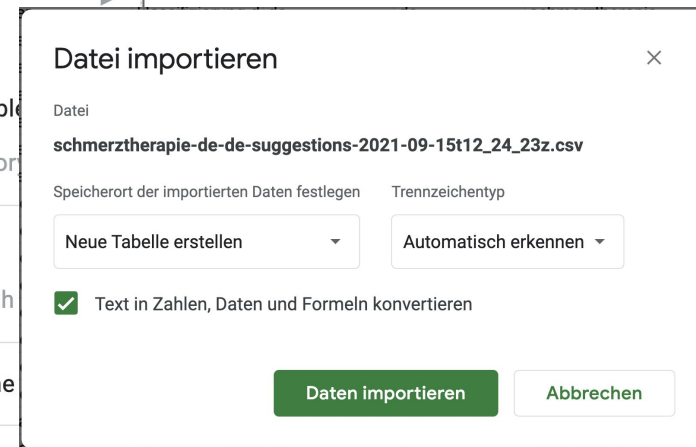
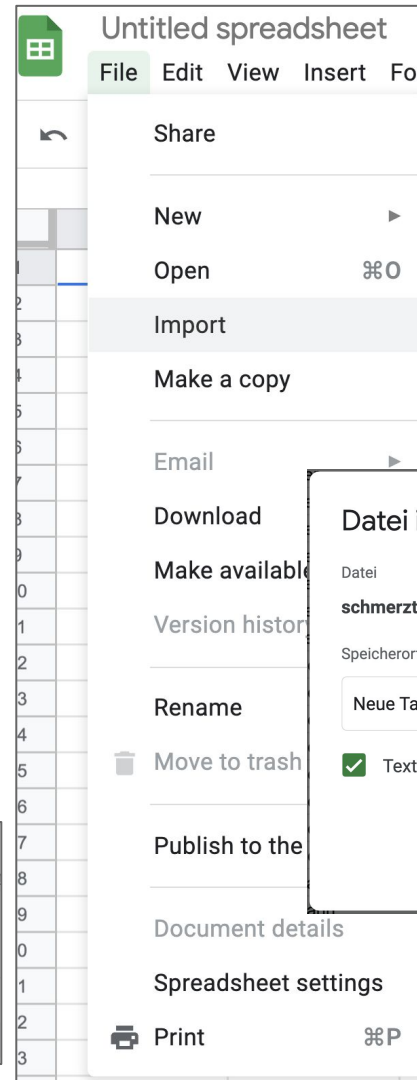
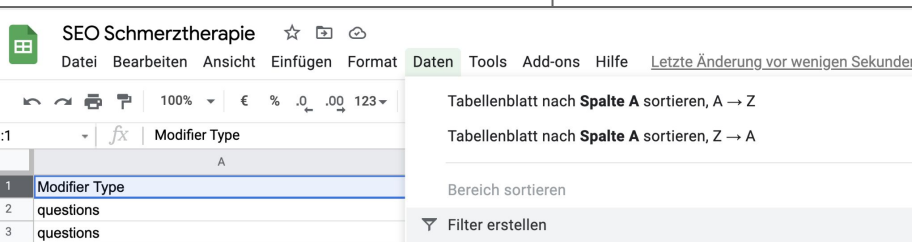
<https://digitalfahrschule.de/seo-tool-kostenlos-ubersuggest/>

Google Drive: erzeugte CSV Datei importieren

1. Google Drive öffnen
2. Google Tabelle öffnen
3. Datei importieren (die gespeicherte CSV-Datei)
4. Import
5. Upload
6. okay!



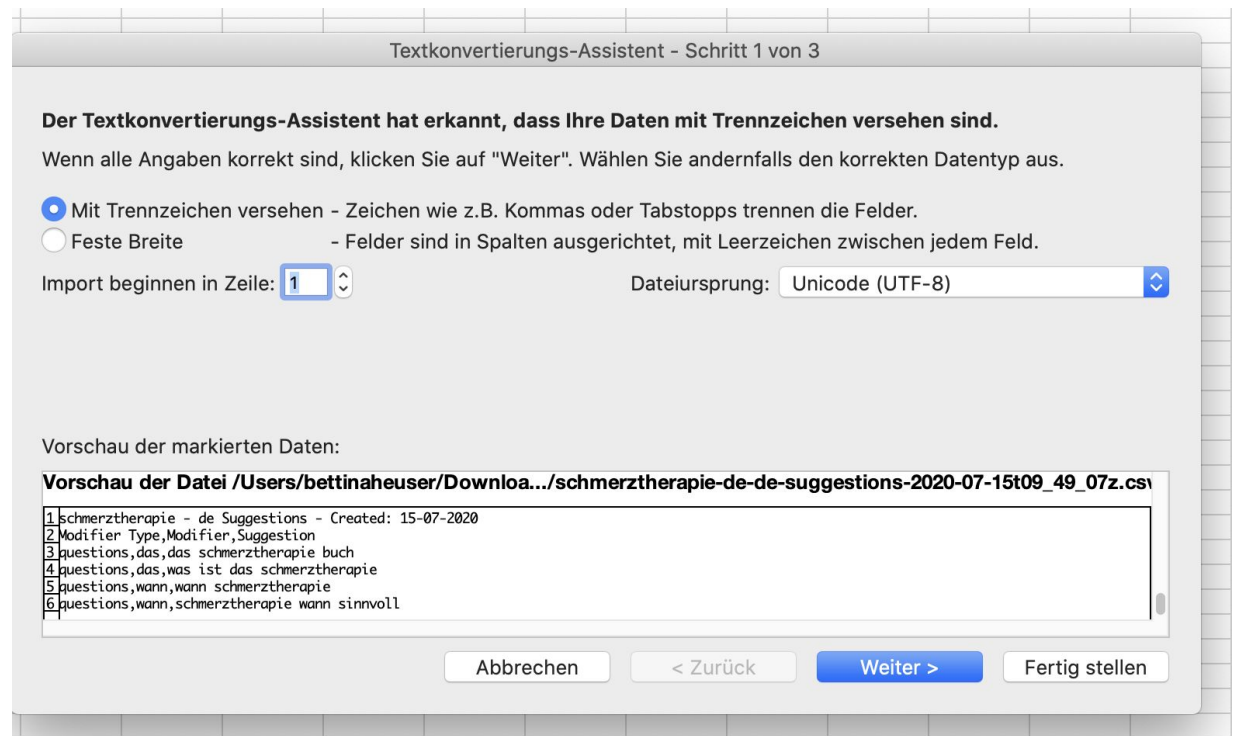
Filter erstellen und nutzen



Excel Mac:

erzeugte CSV Datei importieren

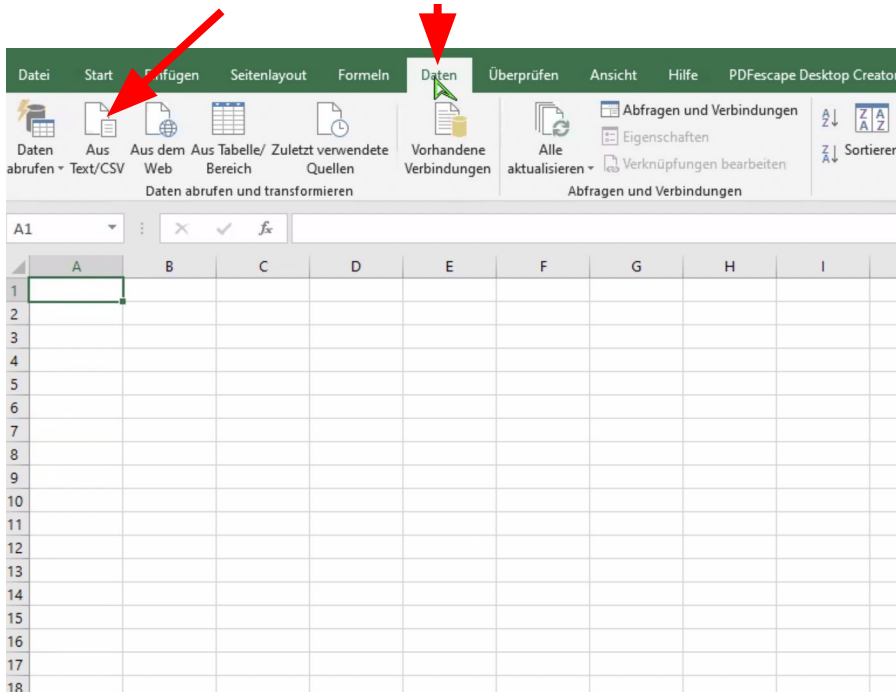
1. Excel öffnen
2. Datei importieren (die gespeicherte CSV-Datei)
3. siehe Screenshot → Weiter
4. **Kommas** als Trennung auswählen



Excel Windows:

erzeugte CSV Datei importieren

1. Excel öffnen
2. Daten
3. Aus Text/CSV (die gespeicherte CSV-Datei)
4. ggf. Komma als Trennzeichen auswählen
5. siehe Screenshot → Laden



suggestions_ubersuggest_yoga_berlin.csv

Dateiursprung: 65001: Unicode (UTF-8) | Trennzeichen: Komma | Datentyperkennung: Basierend auf den ersten 200 Zeilen

No	Keyword	Suchvolumen	CPC	Paid Difficulty	SEO Difficulty
1	yoga berlin	2400	1,40	27	39
2	yoga barn berlin	480	1,77	1	49
3	yoga cafe berlin	480	3,49	2	44
4	yoga für dich berlin	390	1,13	1	48
5	yoga circle berlin	320	1,81	5	38
6	yoga berlin mitte	320	0,93	19	28
7	yoga now berlin	210	0,20	17	50
8	yoga institut berlin	210	1,02	2	64
9	yoga vidya berlin	210	1,33	12	57
10	yoga in berlin	170	1,32	41	41
11	yoga berlin charlottenburg	170	1,06	39	27
12	yoga berlin prenzlauer berg	170	1,88	16	33
13	yoga berlin kreuzberg	140	0,96	16	34
14	yoga laden berlin	140	0,62	82	28
15	yoga berlin english	140	0,86	15	39
16	yin yoga berlin	140	0,98	53	27
17	yoga akademie berlin	140	1,02	38	18
18	yoga berlin friedrichshain	110	0,97	23	19
19	yoga cottage berlin	110	0,21	21	33
20	yoga delta berlin	110	0,00	1	46

Die Daten in der Vorschau wurden aufgrund von Größenbegrenzungen abgeschnitten.

Laden | Daten transformieren | Abbrechen