

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 SEA und zur Suchmaschinenoptimierung SEO 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 avida-design.de/was-kostet-webdesign → “Webdesign Kosten”) oder eine ganze Domain (Website avida-design.de → “Webdesign Berlin Steglitz”) 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

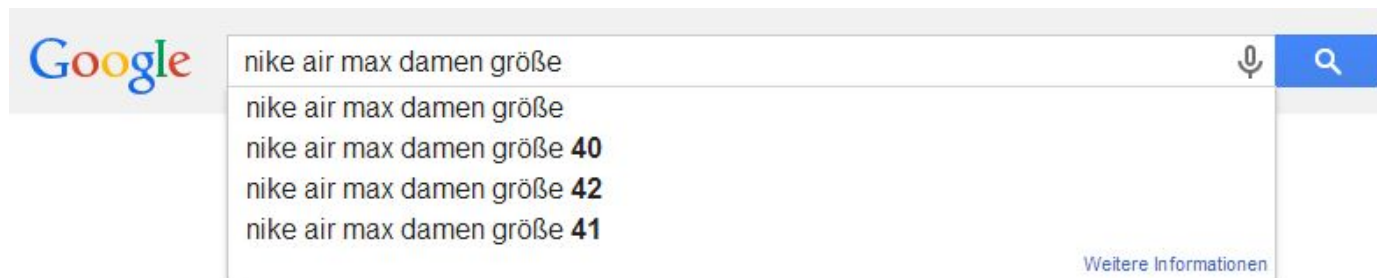
Short- vs. Long-Tail-Keywords*

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

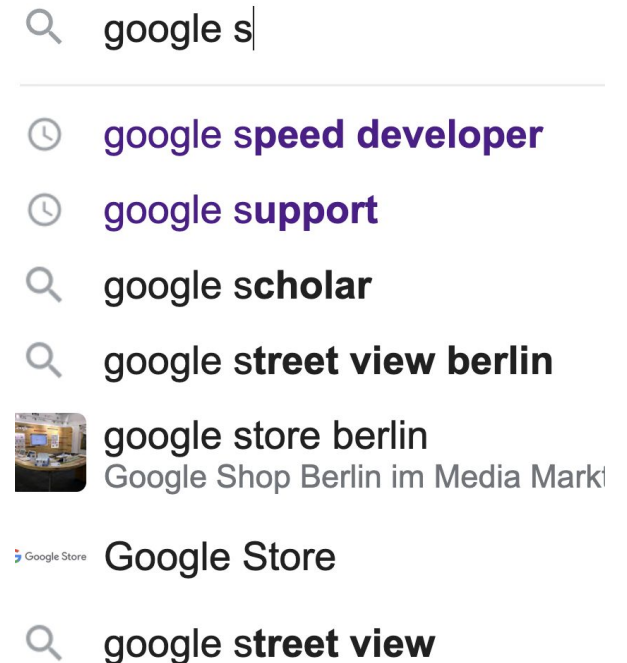
Ein möglicher Messwert für meine KPI

- Key Performance Indicator
- Kennzahlen → Messbar, nachvollziehbar

SEO → Performance Marketing → 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

Bedienung Übersuggest Anleitung

<https://docs.google.com/presentation/d/1lshaGBqj8tG0C2RaCIN7ESSsfYlWMvIxYh8MlmOOBg8/edit?usp=sharing>

Beispiel für eine SEO-Optimierte Seite Keyword "damen bluse": https://www.otto.de/damen/mode/blusen/#beratung-loessig_in_der_freizeit_flanellhemden_jeansblusen_und_co

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**

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

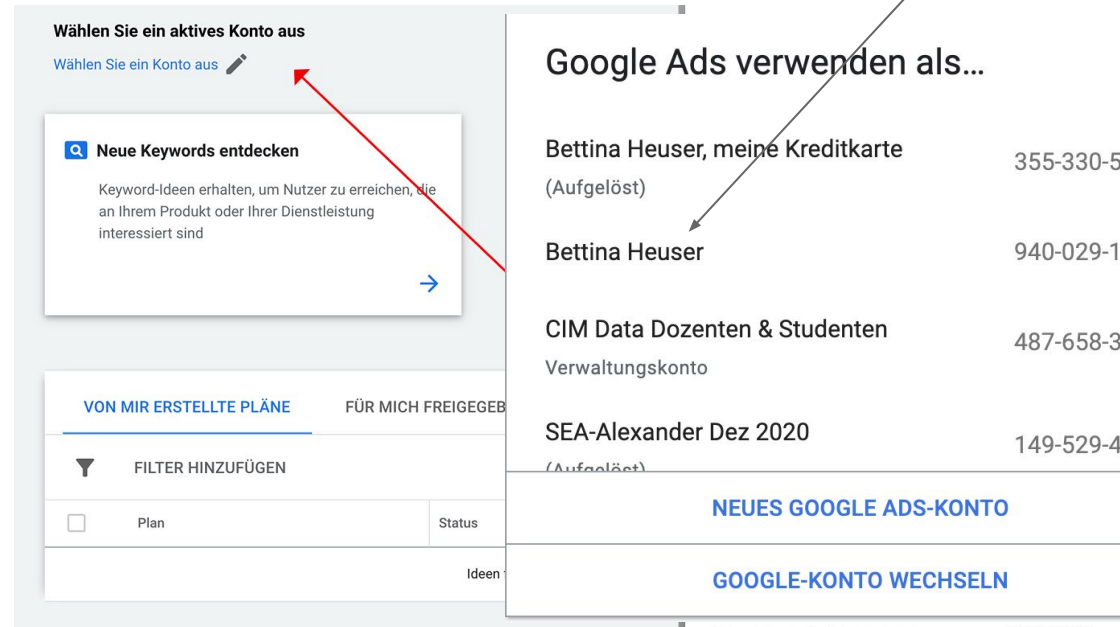
Ihr Google Ads-Team

Google Keyword Planer

Wie logge ich mich ein?

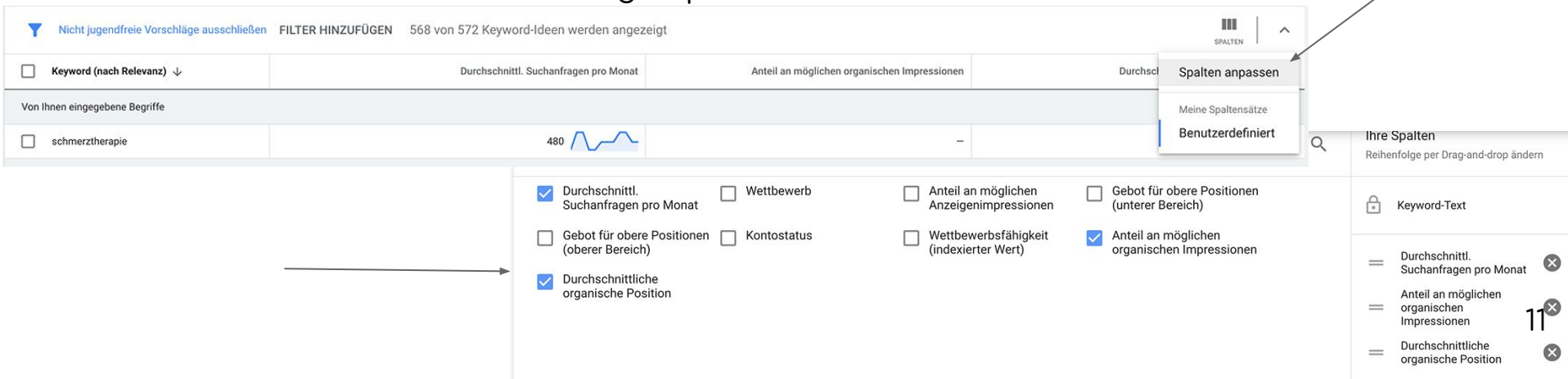
<https://ads.google.com/home/tools/keyword-planner/>

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

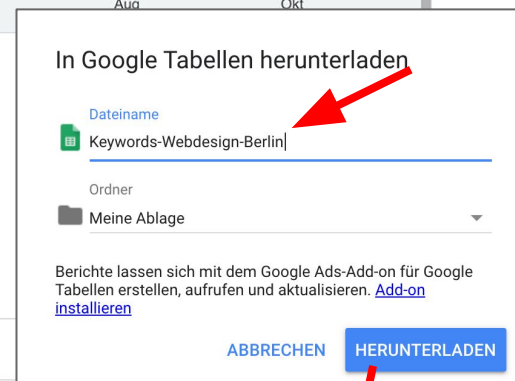


Google Keyword Planer

<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



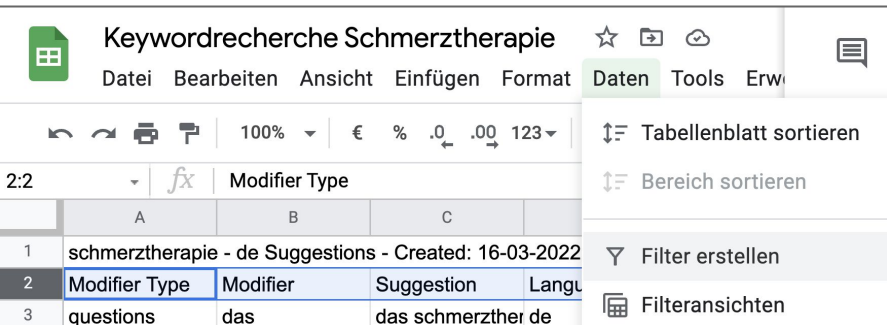
Keyword-Ideen

CSV

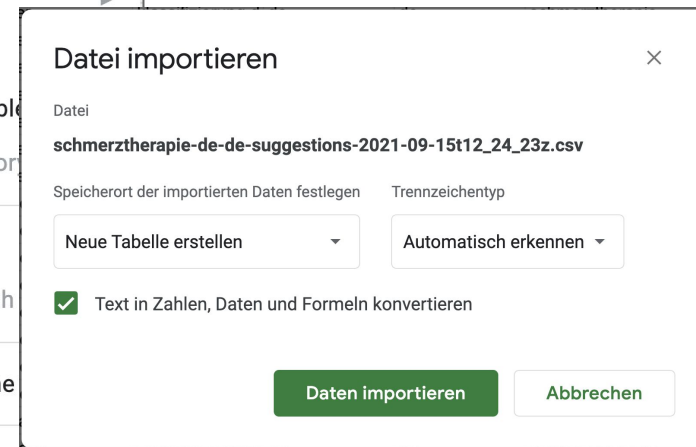
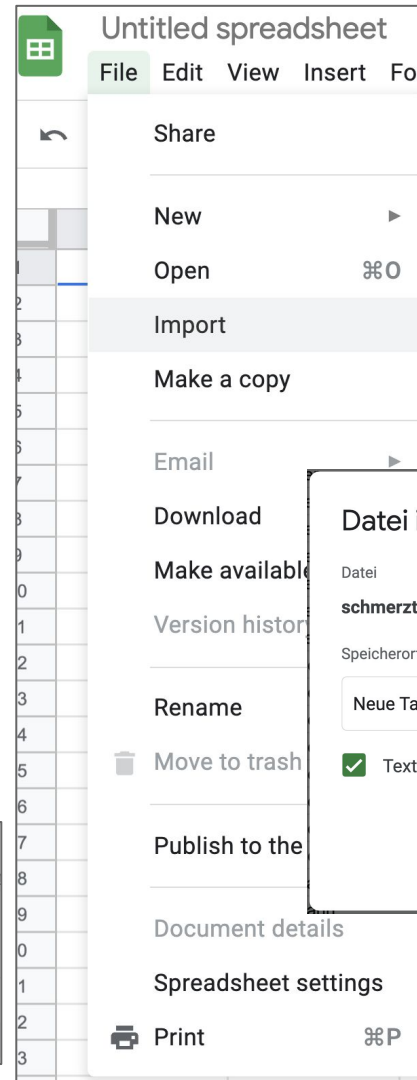
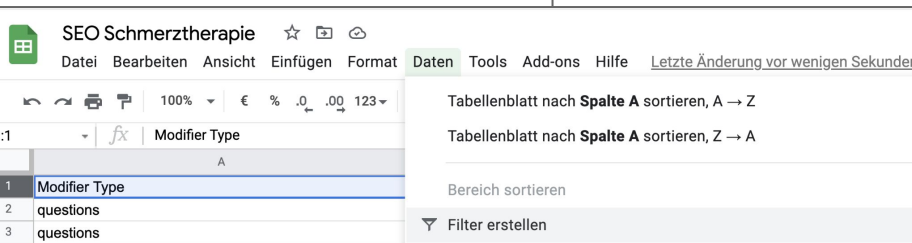
Google Tabellen

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!



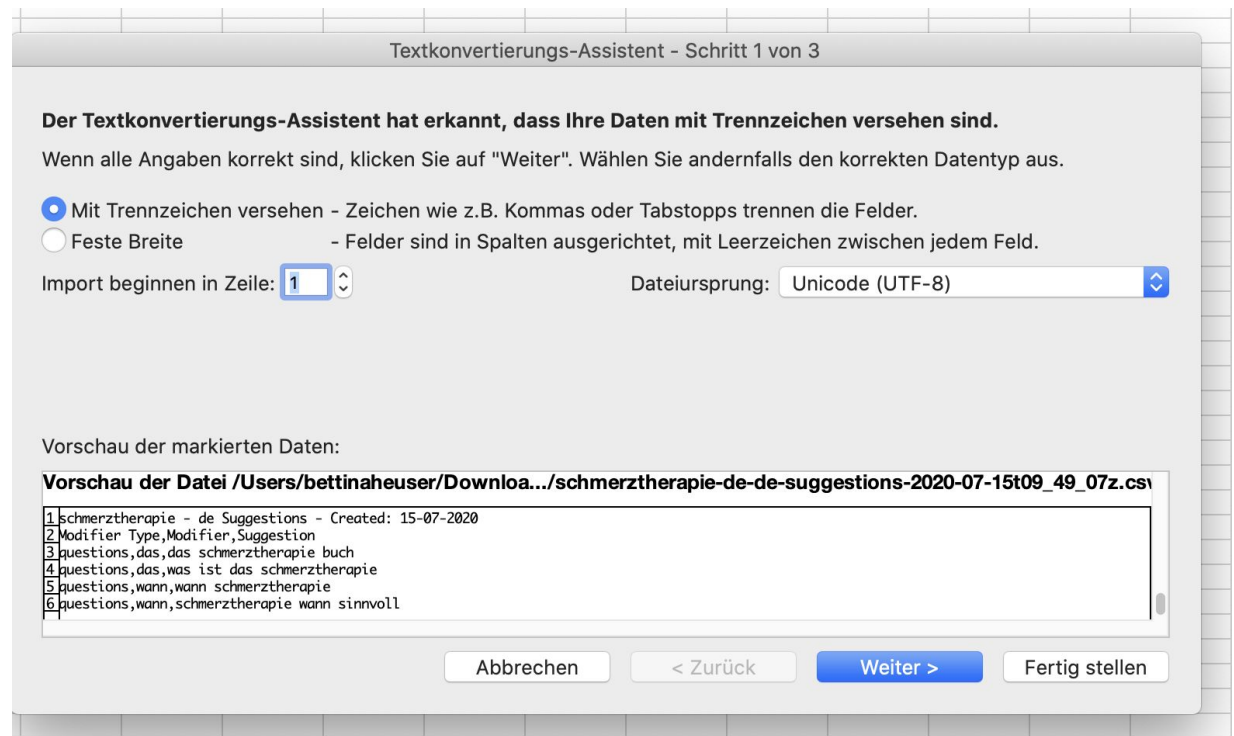
Filter erstellen und nutzen



Excel Mac:

erzeugte CSV Datei importieren

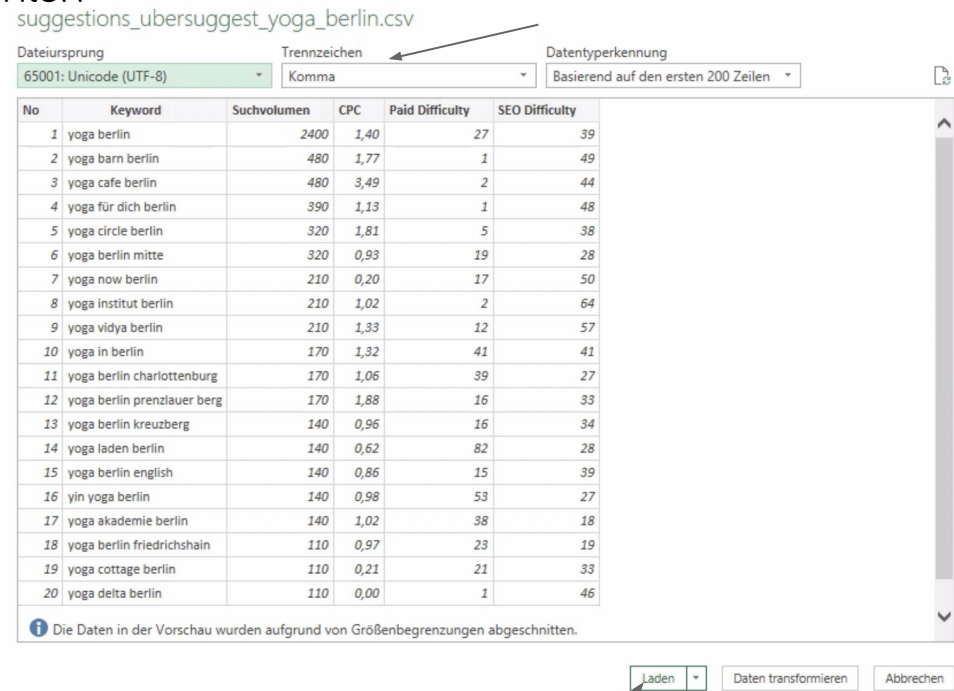
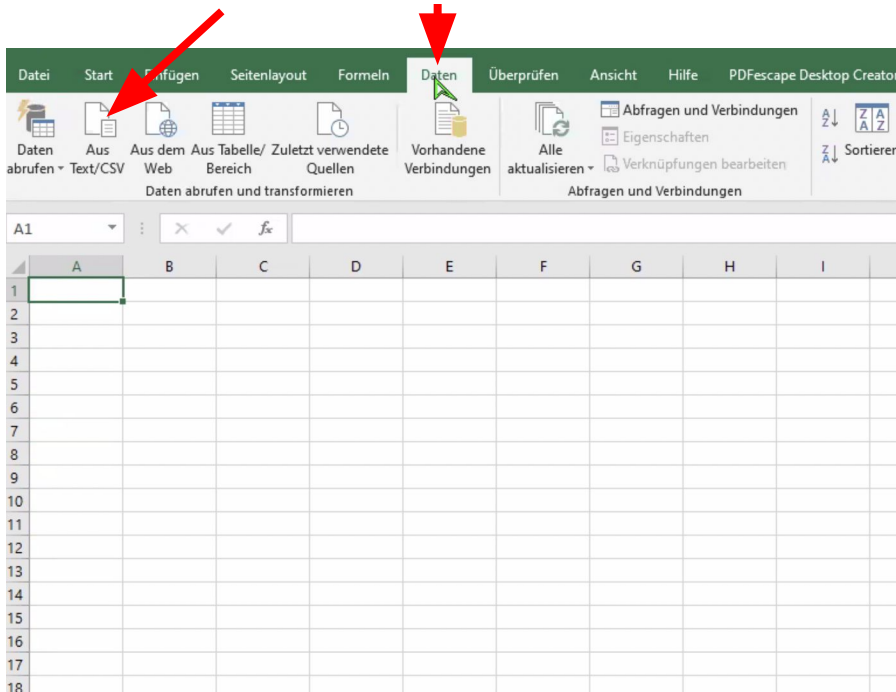
1. Excel öffnen
2. Datei importieren (die gespeicherte CSV-Datei)
3. siehe Screenshot → Weiter
4. **Kommas** als Trennung auswählen



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



Ubersuggest

Traffic-Übersicht

Maus auf das Fragezeichen gibt eine Erklärung, was Sache ist

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

