Suchmaschine Optimierung Google mit Longtail Keywords

Immer mehr Nutzer geben in die Google-Suche längere Suchbegriffe ein. Über solche s.g. Longtail Keywords kann also einiges an Traffic (Besucherströme) für die eigene Webseite generiert werden.

Wie Sie genau bei der Longtail Keyword Strategie vorgehen und Ihre Suchmaschinen Optimierung für Google stärken, zeige ich Ihnen in diesem Artikel.

Warum sind Longtails so wertvoll für die Suchmaschine Optimierung Google?

Longtails sind die Suchbegriffe abseits der großen, stark umkämpften Begriffe. Betreiben Sie zum Beispiel eine Webseite, die sich mit dem Thema „Kochen“ beschäftigt, sind die meistgesuchten Suchbegriffe sicher „Kochen“, „Rezepte“ usw. Aber das sind auch die Begriffe, die sehr hart umkämpft sind. Sie werden es damit voraussichtlich extrem schwer haben damit gute Rankings zu erzielen und somit auch nicht über diese Begriffe im Internet gefunden, wenn Sie erst auf der 5. oder 10. Seite der Suchergebnisse Ihres Interessenten landen.

Deshalb ist die Longtail-Strategie so wertvoll. Für unsere Koch-Webseite könnten das Begriffe sein, wie „Fleisch schnell garen“ oder Karottengemüse garen“ oder auch „Suppe schnell zubereiten“. Diese werden vielleicht nicht ganz so häufig gesucht, es gibt aber auch wesentlich weniger andere, starke Websites, die schon danach optimiert sind und eine höhere Autorität bei Google besitzen. Mit solchen Begriffen haben Sie eine echte Chance nach vorn zu kommen und erhalten so auch effektiv mehr Besucher.

Suchmaschine Optimierung Google – Wie Sie mit Longtail Keywords Ihr Ranking verbessern

1. Schritt zur Suchmaschinen Optimierung für Google mit Longtails: Keywordrecherche

Als erstes benötigen Sie eine Keyword-Liste mit Suchbegriffen, die zu Ihrem Thema passen. Dazu sollten Sie den Google Keyword Planner nutzen. Hier kann man erste Themenbereiche und Oberbegriffe finden.

Sie können anschließend Ihre Suchbegriffe nehmen und bei Google eingeben – schauen Sie, was Google als Vorschläge macht und notieren Sie sich alle möglichen Longtail-Variaten der einzelnen Suchbegriffe. Eine Liste von Google Suggest können Sie sich hier direkt ausgeben lassen: ubersuggest.org/. Das Tool geht immer ein Wort weiter. Geben Sie hier also einen Begriff mit zwei Wörtern ein, gibt das Tool alle drei-Wort-

Kombinationen aus. Das Tool spart einiges an Zeit, da es eine fertige Liste ausspuckt, die dann nur noch nach Relevanz selektiert und in die Keyword-Liste übertragen werden müssen.

Auch die verwandten Suchanfragen am Ende einer Google-Seite können für weitere Keyword-Ideen genutzt werden.

2. Schritt zur Suchmaschinen Optimierung für Google mit Longtails: Artikel produzieren

Um für die Suchmaschinen und Besucher interessant zu sein, brauchen Sie nun Content, Content, Content. Hier stellt sich die Frage, wer diesen produzieren soll. Die wenigsten haben die Zeit, dies selbst zu machen oder die personellen Voraussetzungen dafür. Sie können also eine entsprechende Agentur damit beauftragen. Allerdings sollte der Content hochwertig sein und echten Mehrwert für den Leser kommunizieren.

Ähnliche Longtails können und sollten innerhalb eines Artikels verarbeitet werden. Es macht wenig Sinn zu jedem einzelnen Longtail Keyword einen eigenen Artikel zu verfassen, da sich die Themen dann zu stark wiederholen würden. Zudem können Longtails z.B. in Frageform die Artikel-Struktur vorgeben, die dann nur noch mit Inhalten gefüllt werden muss.

Zum Besipiel können Sie sich das Keyword „Gemüse garen“ für einen Artikel vornehmen. Weitere ähnliche Longtails, die Sie nun integrieren können, könnten sein: „Wie lange Gemüse garen?“, „Was beachten beim Gemüse garen?“, „Wie gare ich Karotten?“ oder ähnliches. Diese Longtails wählen Sie anhand Ihrer erstellten Keyword-Tabelle aus. Am sinnvollsten sind immer diejenigen mit der höchsten Nachfrage und niedrigsten Konkurrenz. Gerade bei Longtails können auch Keywords, die nur 30 mal im Monat nachgefragt werden, den Erfolg bringen, wenn Sie dafür auf der 1. Google-Seite landen, erhalten Sie genau diesen Traffic. Hier macht es auch die Masse. Sie können also in einen Artikel ruhig zwei oder drei Longtail-Keywords, zum Beispiel in die Überschriften und nochmal im Text, integrieren.

Über die Autoren

Elisabeth & René Penselin

Elisabeth und René Penselin sind Gründer und Begleiter zahlreicher Unternehmensprojekte, die sie in den letzten 15 Jahren in unterschiedlichen Funktionen, ob als Geschäftsführer, Marketingleiter, Trainer, Unternehmensberater oder Vertriebsmanager erfolgreich unterstützt haben.

Ursprünglich kommt René Penselin aus der Betriebswirtschaft und dem klassischen Verkauf, wo er lange Jahre als Manager in Handel und Industrie tätig und für 24 Millionen Euro Umsatz verantwortlich war. Elisabeth Penselin kommt aus der Kommunikationspsychologie und spezialisierte sich schnell für das Onlinemarketing.

Sie selbst haben 2009 das Unternehmen WiPeC gegründet und von heute auf morgen komplett über das Internet aufgebaut. Mittlerweile gewinnen sie 80% Ihrer Kunden online, besitzen mehrere florierende Internet-Projekte, ein erfolgreiches Mitgliederprojekt sowie ein fünfköpfiges Mitarbeiter-Team.

Als Unternehmensberater, Trainer und Coaches unterstützen sie heute kleine und mittelständische Unternehmen sowie Freiberufler bei der Kundengewinnung im Internet – deutschlandweit, sowie in der Schweiz und Österreich.

Ihre Kunden schätzen zum einen ihren großen Erfahrungsschatz im Online Marketing und Verkauf, als auch ihre herausragenden und professionell ausgebildeten Beraterfähigkeiten, mit Kunden gemeinsam die passende Onlinestrategie zu entwickeln und dann auch in die Praxis umzusetzen.

Mit ihrem Team aus Social Media und Content Managern, IT-Experten und Webdesignern bieten sie die optimale strategische Beratung sowie deren professionelle Umsetzung für mehr neue Kunden über das Internet.

Kontaktieren Sie das WiPeC-Team!

Eine detailliertere Beschreibung der WiPeC-Dienstleistungen finden Sie auf ihrer Website www.kundengewinnung-im-internet.com.

Wenn Sie Fragen zu ihren Dienstleistung haben, dann rufen Sie das WiPeC-Team an unter 0351. 843 58 41 an oder schicken Sie ihnen eine E-Mail an info@wipec.de

Das Team freut sich, wenn sie auch Ihre Unternehmensentwicklung positiv stärken kann!

Impressum

WiPeC – Experten für Vertrieb & Marketing 2.0
Elisabeth & René Penselin

Kronenstraße 61
D-01129 Dresden

Fon: +49 (0) 351. 843 58 41
info@wipec.de

www.kundengewinnung-im-internet.com
www.wipec.de
www.facebook.com/wipec