

INHALTE FÜR DIE ZIELGRUPPE ERSTELLEN

WIE MACHE ICH AUS MEINER KEYWORD-RECHERCHE
PASSENDE INHALTE – CONTENTARTEN

Dr. Beatrice Eiring

Head of Content
Creation
eology GmbH



DIENSTLEISTUNGS-PORTFOLIO

Das können wir!



SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

Gemeinsam verbessern wir Dein Suchmaschinen-Ranking. On- oder Offpage Optimierung - wir helfen Dir gerne dabei, nachhaltigen Traffic zu generieren.



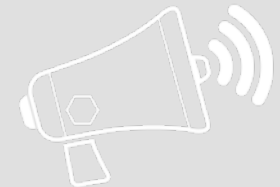
PAID ADVERTISING

Wir schalten für Dich individuell ausgearbeitete Kampagnen. Google Ads & Co. setzen wir kosteneffizient und ROI-basiert ein.



CONTENT CREATION

Unser suchmaschinenoptimierter Content wird auch Deine Google-Rankings nach oben ziehen. Wir liefern Mehrwert-Texte für Deinen Online-Erfolg.



CONTENT OUTREACH

Wir sorgen durch gezieltes Seeding Deiner Inhalte für High-Class-Verlinkungen und mehr Reichweite im Netz. Wir übernehmen den kompletten Outreach-Prozess!

AGENDA

1

WAS SIND ZIELGRUPPENGERECHTE TEXTE ÜBERHAUPT?

2

INHALTE FÜR DIE ZIELGRUPPE ERSTELLEN – IN 5 SCHRITTEN

3

ZUSAMMENFASSUNG

**WAS SIND
ZIELGRUPPENGERECHTE
TEXTE ÜBERHAUPT?**

Zielgruppengerechte
Inhalte sind Texte, die auf
die Fragen, Bedürfnisse
und Probleme der Nutzer
bzw. Deiner Zielgruppe
ausgerichtet sind.



Was sind die
Nutzerbedürfnisse und wie
kann ich diese bedienen?

REVIEW

Diese Infos liefert uns die Keyword-Recherche

Bereich	Keyword	Suchvolumen	Organ. SV	Keywordart	Intention	URL
Mode Allgemein	online shop kleidung	5.400	1.652	Hauptkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/
	mode online shop	3.600	1.106	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/
	kleidung online shoppen	1.900	648	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/
	klamotten online shop	1.300	424	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/
	online shopping kleidung	260	89	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/
	online shops mode günstig	140	48	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/
	moderne online shops	140	46	Nebenkeyword	gemischt	https://www.beispiel-shop.de/
	mode online shop günstig	110	38	Nebenkeyword	gemischt	https://www.beispiel-shop.de/
	günstige online shops kleidung	110	38	Nebenkeyword	gemischt	https://www.beispiel-shop.de/
	online shops für kleidung	110	33	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/
Mode Damen	damenmode online shop	1.000	274	Hauptkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/damen/
	kleidung damen online shop	880	300	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/damen/
	damenbekleidung online shops	720	240	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/damen/
	damenmode online kaufen	210	72	Nebenkeyword	Transaktional	https://www.beispiel-shop.de/damen/
	online shop mode damen	140	48	Nebenkeyword	Transaktional	https://www.beispiel-shop.de/damen/
	online shop damenbekleidung	90	31	Nebenkeyword	Transaktional	https://www.beispiel-shop.de/damen/
	elegante damenmode online	90	31	Nebenkeyword	Transaktional	https://www.beispiel-shop.de/damen/
	damenmode online bestellen	90	22	Nebenkeyword	Transaktional	https://www.beispiel-shop.de/damen/
	damen kleidung online shop	50	17	Nebenkeyword	Transaktional	https://www.beispiel-shop.de/damen/
Mode Herren	herrenmode online shop	260	82	Hauptkeyword	Transaktional	https://www.beispiel-shop.de/herren/
	herrenausstatter online shop	140	48	Nebenkeyword	gemischt	https://www.beispiel-shop.de/herren/
	herrenbekleidung online shop	110	31	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/herren/
	online shop herrenmode	70	24	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/herren/
	männermode online shops	50	17	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/herren/
Mode Kinder	kindermode online shop	320	139	Hauptkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/kinder/
	online shop kindermode	110	38	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/kinder/
	kinderkleidung online bestellen	110	38	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/kinder/
	kindermode günstig online shop	50	18	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/kinder/
	coole kindermode online shop	50	17	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/kinder/
	kindermode online bestellen	50	14	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/kinder/
Mode große Größen	online shop große größen	170	58	Hauptkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/plus-size/
	online shop plus size	20	7	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/plus-size/
Mode Fair	fair fashion online shop	320	129	Hauptkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/fair-fashion/
	fair trade kleidung online shop	50	21	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/fair-fashion/
	fairtrade online shop kleidung	50	19	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/fair-fashion/

Keyword-Recherche = Basis für die Texterstellung

Diese Infos liefert uns die Keyword-Recherche:

- ✓ Interessen der Zielgruppe
- ✓ Bedürfnisse und Probleme der Zielgruppe
- ✓ Fragen der Zielgruppe zu einem Themenbereich

REVIEW

Keyword-Recherche ist Basis für die Texterstellung

SUCHANFRAGEN
DER NUTZER



KEYWORDS

REVIEW

Keyword-Recherche ist Basis für die Texterstellung



Fokus: Der Nutzer!

Wer im Netz erfolgreich sein möchte, sollte den Nutzer mit den eigenen Inhalten befriedigen.



**INHALTE FÜR DIE ZIELGRUPPE
ERSTELLEN – IN 5 SCHRITTEN**



Schritt 1:

KEYWORDS BEWERTEN

Bewertungs- kriterien

Suchintention
des
Keywords

Bereits
vorhandener
Content mit
Rankings

Traffic-
Potenzial

Chancen auf
TOP10-Rankings

**Bewertung
kriterien**

PRIORISIERUNG DER THEMEN

Bereits
vorhandener
Content mit
Rankings

Chancen auf
TOP10-Rankings

Bereich	Keyword	Suchvolumen	Organ. SV	Keywordart	Intension	URL	Ranking-Position	Prio
Mode Allgemein	online shop kleidung	5.400	1.852	Hauptkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/	12	A
	mode online shop	3.600	1.106	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/	19	
	kleidung online shoppen	1.900	648	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/	11	
	klamotten online shop	1.300	424	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/	>100	
	online shopping kleidung	260	89	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/	23	
	online shops mode günstig	140	48	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/	>100	
	moderne online shops	140	46	Nebenkeyword	gemischt	https://www.beispiel-shop.de/	>100	
	mode online shop günstig	110	38	Nebenkeyword	gemischt	https://www.beispiel-shop.de/	>100	
	günstige online shops kleidung	110	38	Nebenkeyword	gemischt	https://www.beispiel-shop.de/	>100	
	online shops für kleidung	110	33	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/	34	
	klamotten online shoppen	70	29	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/	>100	
Mode Damen	damenmode online shop	1.000	274	Hauptkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/damen/	18	B
	kleidung damen online shop	880	300	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/damen/	56	
	damenbekleidung online shops	720	240	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/damen/	87	
	damenmode online kaufen	210	72	Nebenkeyword	Transaktional	https://www.beispiel-shop.de/damen/	23	
	online shop mode damen	140	48	Nebenkeyword	Transaktional	https://www.beispiel-shop.de/damen/	11	
	online shop damenbekleidung	90	31	Nebenkeyword	Transaktional	https://www.beispiel-shop.de/damen/	56	
	elegante damenmode online	90	31	Nebenkeyword	Transaktional	https://www.beispiel-shop.de/damen/	>100	
	damenmode online bestellen	90	22	Nebenkeyword	Transaktional	https://www.beispiel-shop.de/damen/	>100	
	damen kleidung online shop	50	17	Nebenkeyword	Transaktional	https://www.beispiel-shop.de/damen/	60	
Mode Herren	herrenmode online shop	260	82	Hauptkeyword	Transaktional	https://www.beispiel-shop.de/herren/		B
	herrenausstatter online shop	140	48	Nebenkeyword	gemischt	https://www.beispiel-shop.de/herren/		
	herrenbekleidung online shop	110	31	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/herren/		
	online shop herrenmode	70	24	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/herren/		
	männermode online shops	50	17	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/herren/		
Mode Kinder	kindermode online shop	320	129	Hauptkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/kinder/	3	C
	online shop kindermode	110	38	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/kinder/	7	
	kinderkleidung online bestellen	110	38	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/kinder/	12	
	kindermode günstig online shop	50	18	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/kinder/	>100	
	coole kindermode online shop	50	17	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/kinder/	>100	
	kindermode online bestellen	50	14	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/kinder/	25	
Mode große Größen	online shop große größen	170	58	Hauptkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/plus-size/	>100	C
	online shop plus size	20	7	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/plus-size/	>100	
Mode Fair	fair fashion online shop	320	129	Hauptkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/fair-fashion/	>100	B
	fair trade kleidung online shop	50	21	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/fair-fashion/	>100	
	fairtrade online shop kleidung	50	19	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/fair-fashion/	>100	

Priorisierung nach
Chancen auf
TOP10 Rankings

Traffic-
Potential

Suchintention
des Keywords

Rankings von
bereits vorhandenem
Content



STOPP, BEA, WAS
HAT ES DENN
EIGENTLICH
MIT DER
SUCHINTENTION
AUF SICH?

ZIELGRUPPENGERECHTE INHALTE

Nutzerintention

Damit Du zielgruppengerechte Inhalte erstellen kannst, musst Du Dir immer die Suchintention dahinter anschauen:



Informationales
Suchinteresse



Transaktionales
Suchinteresse

Ungefähr 96.500.000 Ergebnisse (0,47 Sekunden)

Anzeige · [www.c-and-a.com/damenmode/jeans](#) · 0211 98727000**Jetzt bei C&A online kaufen - Damen-Jeans - c-and-a.com**

Angesagte Mode zum Wohlfühlen entdecken - Jetzt Damen-Jeans online bestellen!

★★★★★ Bewertung für c-and-a.com: 4,7 · Durchschnittliche Lieferzeit: 1 bis 2 Tage

Damen-ModeAngesagte Mode zum Wohlfühlen.
Jetzt Damenmode online bestellen!**Kinder-Mode**Top gestylt in die neue Saison.
Jetzt zugreifen und bestellen!Anzeige · [www.aboutyou.de/](#)**Damen Jeans 2020 - Neue Kollektion - Gratis Versand**

Damen-Jeans bei ABOUT YOU. Mehr als 1.200 Top-Marken!

Anzeige · [www.jeans-direct.de/jeans/damen](#)**Damen Jeans - Markenjeans zum Outlet-Preis - jeans-direct.de**

Riesige Auswahl an Marken-Jeans zu Top-Preisen. Versandkostenfrei schon ab 40 €.

Anzeige · [www.g-star.com/jeans/damen](#)**G-Star RAW® Damen Jeans - Offizieller G-Star RAW® Store**

Damen Jeans von G-Star RAW. Die perfekten Jeans für jeden Kleiderschrank! Hardcore...

[www.zalando.de](#) · [damenbekleidung-jeans](#)**Jeans für Damen versandkostenfrei kaufen | ZALANDO**

Jeans für Damen | Jeans in angesagten Styles & verschiedenen Passformen online shoppen bei Zalando | Skinny | Slim | High-Waist | Boyfriend | Bootcut.

Slim Fit - Jeans für Damen von ... · Weiße Jeans für Damen · Blaue Jeans für Damen

[www.aboutyou.de](#) · [frauen](#) · [bekleidung](#) · [jeans](#)**Jeans für Damen online bei ABOUT YOU kaufen**

Jeans im Online Shop von ABOUT YOU kaufen. Große Auswahl an Damenjeans von Top-Marken. ✓Versandkostenfrei ✓Zahlung auf Rechnung ✓Kostenlos ...

Mom Jeans · Jeans, weiß · Jeans, schwarz · Jeans, blau

[www.bonprix.de](#) · [Damen](#) · [Mode](#)**Damen Jeans - der vielfältige Klassiker bei bonprix**

Jeans sind wandlungsfähige Begleiter. Modische Varianten komplettieren Dein Outfit und machen die Damenjeans unverzichtbar - jetzt bei bonprix.

Straight Jeans für Damen · Schwarz (100) · Weiße Damen Jeans jetzt ... · 7/8-Jeans

[www.dress-for-less.de](#) · [damen-bekleidung-jeans](#)**Jeans Damen | Trendige Jeans für Damen von Top Marken**

Damen Jeans von Tommy Hilfiger, Pepe Jeans, Replay, LTB, Calvin Klein und vielen mehr ✓ bis 70% Sale ✓ Schnelle Lieferung.

[www.peak-cloppenburg.de](#) · [Damen](#) · [Bekleidung](#)**Damen Jeans & Jeanshosen online kaufen ▷ P&C Online Shop**

Bei P&C Damenjeans kaufen - Online & Filiale - Große Auswahl beliebter Marken ✓ Jeans Kollektion 2020 ✓ DE Versand - Jetzt zu P&C.

damen jea... ansehen

Anzeigen (3)

Produkte

Vergleichewebsites

Gang Marge Slim
Fit Jeans
99,95 €
GANG Fashion
Versand gratis

Von Google

Marc O'Polo
Jeans Alby slim ...
99,95 €
Marc O'Polo
+3,95 € Versand

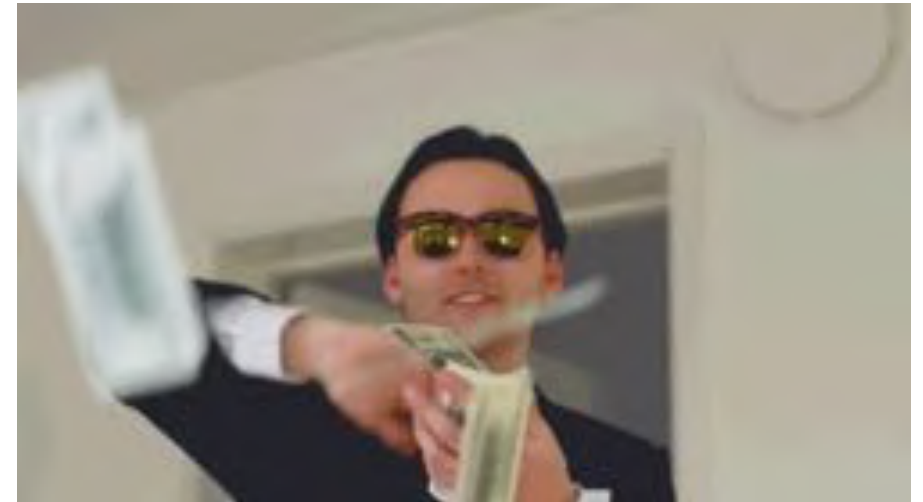
Von Google

High Waist Skinny
Flare Jeans
29,99 €
TALLY WEIJL DE
+4,00 € Versand

Von Google

G-Star RAW
Damen Lynn Mi ...
99,95 €
G-Star.com
Versand gratis
★★★★★ (79)
Von ProductheroDamen Stretch-
Jeans „SKINNY“ ...
16,99 €
bonprix
+5,99 € Versand
Angebot
Von shopping24Walbusch Jeans
Bestform Regul...
99,90 €
Walbusch.de
+5,95 € Versand
Von Smarkater

Transaktionale Suchintention



TRANSAKTIONALE SUCHINTENTION

Was braucht der Content?

Texte für transaktionale
Suchintentionen sind
Kaufratgeber

- ⬡ Beseitigen das **Informationsdefizit** des Nutzers
- ⬡ Beschreiben die verschiedenen **Produktvarianten** und geben **Hilfestellung** für die Kaufentscheidung
- ⬡ Beschreiben vorstellbar die **Produktvorteile**
- ⬡ Beantworten die **Nutzerfragen** aus der Keyword-Recherche und weitere Fragen, die der Nutzer bei seiner **Kaufentscheidung** haben könnte (in den Nutzer versetzen oder auf echte Fragen aus dem Kundenservice zurückgreifen)
- ⬡ Haben einen einleitenden Text über den Produkten, der den Nutzern zeigt, dass sie **hier richtig** sind
- ⬡ Leiten durch **interne Links** den Nutzer auf ggf. vorhandene Unterkategorien

Google

weiche jeans passt zu mir

Alle Shopping Bilder News Videos Mehr Einstellungen Suchfilter

Ungefähr 3.920.000 Ergebnisse (0,49 Sekunden)

[www.gofeminin.de](#) › Fashion & Beauty › Styling-Tipps
Welche Jeans passt zu mir? Die perfekte Jeans für jede Figur
17.03.2019 - Aber welche Jeans passt zu mir, welches Modell betont meine Figur und kaschiert kleine Problemzonen? Und wie erkenne ich, ob die Hose ...

[www.zalando-lounge.de](#) › magazine › weiche-jeans-pas...
Welche Jeans passt zu mir? | Zalando Lounge Magazine
Welche Jeans passt zu mir denim. Mindestens eine perfekt sitzende Jeans sollte jeder im Kleiderschrank haben. Sie kaschiert (vermeintliche) Problemzonen, ...

Nutzer fragen auch
Welche Jeans ist die richtige für mich?
Welche Herren Jeans passt zu mir?
Welche Figur für High Waist Jeans?
Welche Jeans für kleine Frauen?

Feedback geben

[www.glamour.de](#) › mode › modelrends › jeans-fuer-jed...
Jeans für jede Figur: So finden Sie die perfekte Jeans ...
Welche Jeans passt zu mir? So finden Sie die passende Jeans für Ihre Figur. von Alexandra Schöb 12. Mai 2020, 15:09 Uhr. Jeans, Streetstyle, Blogger.

[www.cosmopolitan.de](#) › weiche-jeans-passt-zu-mir-das-...
Welche Jeans passt zu mir?: Das ist die perfekte Jeans für ...
01.02.2018 - Wir verraten euch, welche Jeans zu euch passt, welche Körperform ihr habt und wo ihr die schönsten Hosen shoppt!

[www.otto.de](#) › Two for Fashion › Posts › Fashion
Jeans-Guide: alles über Jeans-Schnitte und die perfekte ... - Otto
Welche Jeans-Schnitte es gibt und welche Passform zu eurer Figur passt, erfahrt ihr in unserem ...
10.04.2016 - Hochgeladen von OTTO – Life & Style

[www.jeans-trends.net](#) › weiche-jeans-passt-zu-mir
Welche Jeans passt zu mir? Schnitte für die Männer Figur
Welche Jeans passt zu mir? Hier lesen Sie, welche Herrenjeans kleinen, schlanken, molligen Männern mit und ohne Bauch am besten passen.

[www.fitforfun.de](#) › beauty › styling-jeans-kauf-welche-...
Styling: Jeans-Kauf: Welche Jeans passt zu mir? - FIT FOR FUN
Styling Jeans-Kauf: Welche Jeans passt zu mir? Groß, klein, schlank, weiblich - für wirklich jede Figur gibt es die perfekte Jeans. Wir haben für Sie Tipps, damit der ...

[www.desired.de](#) › Fashion › Styling-Tipps
Welche Jeans passt zu mir? — Dein Denim-Guide | desired.de
14.06.2018 - Welche Jeans passt zu mir? Für jeden Körper gibt es eine Jeans, die deiner Figur schmeichelt. Wir zeigen dir, worauf es bei dir ankommt.

[www.freundin.de](#) › Home › Mode
Welche Jeans passt zu meiner Figur? | Freundin
02.10.2019 - Welche Jeans passt kleinen Frauen? Und welche Jeans schummelt ein paar Pfunde weg? Die richtige Jeans zu finden, ist nicht immer ganz ...

[www.bonprix.de](#) › kategorie › stories-figurberatung-jeans
Figurberatung: Welche Jeans passt am besten zu mir? - Bonprix
Welche Jeans passt zu mir? Wir lieben Denim. Einst als robustes Material für Arbeiter-Hosen entwickelt, heute ein beliebter Baumwoll-Stoff für verschiedenste ...

Informationale Suchintention



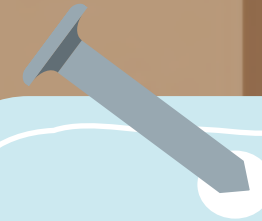
INFORMATIONALE SUCHINTENTION

Was braucht der Content?

Texte für informationale Suchintentionen sind Informationsgeber

- ⬡ Beseitigen das **Informationsdefizit** des Nutzers zu einem Problem oder einer Frage
- ⬡ Geben **Tipps, Hilfestellung und Rat** zu einem Thema
- ⬡ Informieren neutral, nicht-werblich über ein Thema, die **Informationsgewinnung** steht im Fokus
- ⬡ Beinhalten ein Thema in seiner **Ganzheitlichkeit**
- ⬡ Stellen die **Expertise** dar und fördern so das Markenimage
- ⬡ Leiten durch **interne Links** den Nutzer auf ggf. passende weiterführende Info-Seiten weiter oder auf passende Shop-Kategorien

THESE 1



Die Suchintention
des Nutzers ist
immer abhängig
vom Keyword.



CHANCEN AUF TOP10 RANKINGS

Bsp: Onlineshop für Damen-Jeans in großen Größen ab 42; unbekannte Marke, neuer Shop, spezielles Sortiment



Ungefähr 96.500.000 Ergebnisse (0,47 Sekunden)

Anzeige · [www.c-and-a.com/damenmode/jeans](#) · 0211 98727000**Jetzt bei C&A online kaufen - Damen-Jeans - c-and-a.com**

Angesagte Mode zum Wohlfühlen entdecken - Jetzt Damen-Jeans online bestellen!

★★★★★ Bewertung für c-and-a.com: 4,7 · Durchschnittliche Lieferzeit: 1 bis 2 Tage

Damen-ModeAngesagte Mode zum Wohlfühlen.
Jetzt Damenmode online bestellen!**Kinder-Mode**Top gestylt in die neue Saison.
Jetzt zugreifen und bestellen!**Anzeige** · [www.aboutyou.de/](#)**Damen Jeans 2020 - Neue Kollektion - Gratis Versand**

Damen-Jeans bei ABOUT YOU. Mehr als 1.200 Top-Marken!

Anzeige · [www.jeans-direct.de/jeans/damen](#)**Damen Jeans - Markenjeans zum Outlet-Preis - jeans-direct.de**

Riesige Auswahl an Marken-Jeans zu Top-Preisen. Versandkostenfrei schon ab 40 €.

Anzeige · [www.g-star.com/jeans/damen](#)**G-Star RAW® Damen Jeans - Offizieller G-Star RAW® Store**

Damen Jeans von G-Star RAW. Die perfekten Jeans für jeden Kleiderschrank Hardcore...

[www.zalando.de](#) · [damenbekleidung-jeans](#)**Jeans für Damen versandkostenfrei kaufen | ZALANDO**

Jeans für Damen | Jeans in angesagten Styles & verschiedenen Passformen online shoppen bei Zalando | Skinny ✓ Slim ✓ High-Waist ✓ Boyfriend ✓ Bootcut.

Slim Fit · Jeans für Damen von ... · Weiße Jeans für Damen · Blaue Jeans für Damen

[www.aboutyou.de](#) · [frauen](#) · [bekleidung](#) · [jeans](#)**Jeans für Damen online bei ABOUT YOU kaufen**

Jeans im Online Shop von ABOUT YOU kaufen. Große Auswahl an Damenjeans von Top-Marken. ✓ Versandkostenfrei ✓ Zahlung auf Rechnung ✓ Kostenlose ...

Mom Jeans · Jeans, weiß · Jeans, schwarz · Jeans, blau

[www.bonprix.de](#) · [Damen](#) · [Mode](#)**Damen Jeans - der vielfältige Klassiker bei bonprix**

Jeans sind wandlungsfähige Begleiter. Modische Varianten komplettieren Dein Outfit und machen die Damenjeans unverzichtbar - jetzt bei bonprix.

Straight Jeans für Damen · Schwarz (100) · Weiße Damen Jeans jetzt ... · 7/8-Jeans

[www.dress-for-less.de](#) · [damen-bekleidung-jeans](#)**Jeans Damen | Trendige Jeans für Damen von Top Marken**

Damen Jeans von Tommy Hilfiger, Pepe Jeans, Replay, LTB, Calvin Klein und vielen mehr ✓ bis 70% Sale ✓ Schnelle Lieferung.

[www.peak-cloppenburg.de](#) · [Damen](#) · [Bekleidung](#)**Damen Jeans & Jeanshosen online kaufen ▷ P&C Online Shop**

Bei P&C Damenjeans kaufen - Online & Filiale - Große Auswahl beliebter Marken ✓ Jeans Kollektion 2020 ✓ DE Versand - Jetzt zu P&C.

damen jea... ansehen

Anzeigen (3)

[Produkte](#) [Vergleichewebsites](#)

Gang Marge Slim

Fit Jeans

99,95 €

GANG Fashion

Versand gratis

Von Google



Marc O'Polo

Jeans Alby slim ...

99,95 €

Marc O'Polo

+3,95 € Versand

Von Google



High Waist Skinny

Flare Jeans

29,99 €

TALLY WEIL DE

+4,00 € Versand

Von Google



G-Star RAW

Damen Lynn Mi ...

99,95 €

G-Star.com

Versand gratis

★★★★★ (75)

Von Producthero



Damen Stretch-

Jeans „SKINNY“ ...

16,99 €

bonprix

+5,99 € Versand

Angebot

Von shopping24



Walbusch Jeans

Bestform Regul...

99,90 €

Walbusch.de

+5,95 € Versand

Von Smarketer

Betrachtung der SERPs für das Keyword „Damen Jeans“

Zalando, About You, Bonprix, etc.

In den TOP10 ranken nur starke Marken,
deren Shops ein deutlich größeres Sortiment besitzen.

Anzeige · [www.c-and-a.com/damenmodejeans](#) · 0211 98727000**Jetzt bei C&A online kaufen - Damen-Jeans - c-and**

Angesagte Mode zum Wohlfühlen entdecken - Jetzt Damen-Jeans online

★★★★★ Bewertung für c-and-a.com: 4,7 - Durchschnittliche Lieferze

Damen-ModeAngesagte Mode zum Wohlfühlen.
Jetzt Damenmode online bestellen!**Kinder-Mode**Top gestylt im
Jetzt zugre**Anzeige** · [www.aboutyou.de/](#) ·**Damen Jeans 2020 - Neue Kollektion - Gra**

Damen-Jeans bei ABOUT YOU. Mehr als 1.200 Top-Marken

Anzeige · [www.jeans-direct.de/jeans/damen](#) ·**Damen Jeans - Markenjeans zum Outl**

Riesige Auswahl an Marken-Jeans zu Top-Preisen. W

Anzeige · [www.g-star.com/jeans/damen](#) ·**G-Star RAW® Damen Jeans - Offi**

Damen Jeans von G-Star RAW. Die perfekten J

[www.zalando.de](#) · [damenbekleidung-jeans](#) ·**Jeans für Damen versandkost**

Jeans für Damen | Jeans in angesagten T

bei Zalando | Skinny ✓ Slim ✓ High-Waist

Slim Fit - Jeans für Damen von ... · We

[www.aboutyou.de](#) · [frauen](#) · [bekleidung](#) · [jeans](#) ·**Jeans für Damen online bei ABOUT**

Jeans im Online Shop von ABOUT YOU kaufen. Große

Marken. ✓Versandkostenfrei ✓Zahlung auf Rechnung ✓K

Mom Jeans · Jeans, weiß · Jeans, schwarz · Jeans, blau

[www.bonprix.de](#) · [Damen](#) · [Mode](#) ·**Damen Jeans - der vielfältige Klassiker bei bonprix**

Jeans sind wandlungsfähige Begleiter. Modische Varianten komplettieren S

machen die Damenjeans unverzichtbar » jetzt bei bonprix.

Straight Jeans für Damen · Schwarz (100) · Weiße Damen Jeans jetzt ... · 7/8-Je

[www.dress-for-less.de](#) · [damen-bekleidung-jeans](#) ·**Jeans Damen | Trendige Jeans für Damen von Top Marken**

Damen Jeans von Tommy Hilfiger, Pepe Jeans, Replay, LTB, Calvin Klein und vielen mehr ✓ S

70% Sale ✓ Schnelle Lieferung.

[www.peak-cloppenburg.de](#) · [Damen](#) · [Bekleidung](#) ·**Damen Jeans & Jeanshosen online kaufen ▷ P&C Online Shop**

Bei P&C Damenjeans kaufen » Online & Filiale » Große Auswahl beliebter Marken ✓ Jeans

Kollektion 2020 ✓ DE Versand » Jetzt zu P&C.

Keine Chance auf TOP10-
Ranking für generisch
„Damen-Jeans“,
stattdessen auf **Longtail-
Keywords** gehen mit
geringerem Suchvolumen,
aber passender für die
Zielgruppe.

Betrachtung der
ERPs für das
Keyword
„Damen Jeans“

Marken,
erweitertes Sortiment besitzen.



damen jeans große größen 42-64



[Alle](#) [Shopping](#) [Bilder](#) [Videos](#) [Maps](#) [Mehr](#) [Einstellungen](#) [Suchfilter](#)

Ungefähr 30.100 Ergebnisse (0,52 Sekunden)

Anzeige · [www.bonprix.de/](#)

Jeans in großen Größen für kurvige Damen | bonprix

Schöne Mode in Übergrößen zu noch schöneren Preisen. Entdecke die bonprix Vielfalt! Modische Große Größen-Highlights für jede Frau und jeden Anlass - Jetzt entdecken! Bis zu -50% im Summersale. Zahlung in Monatsraten. -20% auf viele Kleider. Sommermode 2020.
★★★★★ Bewertung für bonprix.de: 4,7 - Durchschnittliche Lieferzeit: 1 bis 2 Tage

Anzeige · [www.happy-size.de/jeans/größen](#)

Größen Jeans bei Happy Size - Große Größen für Sie & Ihn

Größen Jeans bei Happy Size im Online Shop bestellen. Hohe Qualität und perfekte Passform.
★★★★★ Bewertung für happy-size.de: 4,6 - 1.377 Rezensionen - Durchschnittliche Lieferzeit: ...
Sommer-Sale: Bis zu 60% auf Ausgewählte Artikel

Anzeige · [www.walbusch.de/](#) 0212 22101112

Jeans für Damen in Größe 42 - 5 Jahre Welt

Moderne & bequeme Jeans bei Walbusch

Anzeigen - damen jea... ansehen



Longtail-Keyword: „Damen Jeans große Größen 42-64“

[www.wundercurves.de](#) · Bekleidung

Jeans große Größen jetzt bei Wundercurves finden

Finde Deine Jeans große Größen bei WUNDERCURVES ✓ Entdecke im Wundercurves-Shop DIE Plus-Size-Auswahl an Damen-Jeans der beliebtesten ...
Es fehlt: 42-64 | Muss Folgendes enthalten: 42-64
Bootcut Jeans in großen Größen · Skinny Jeans in großen Größen · 18 Jeans

[www.amazon.de](#) · [stretch-jeans-damen-52](#) · Bekleidung

Suchergebnis auf Amazon.de für: stretch jeans damen - 52 ...

Ergebnissen 1 - 48 von 871 - Preis und andere Details können je nach Größe und Farbe variieren. Zizzi Damen Große Größen Slim Fit Gamma Jeans mit ...

[www.ullapopken.de](#) · jeans · articlegroup_160-15

Jeans in großen Größen – Ulla Popken

Damenjeans in großen Größen: Wählen Sie aus figurschmeichelnden Curvy-Jeans, Bootcut-, Boyfriend- oder Marlene-Jeans! Für jede Frau die richtige Jeans in ...



**MACHT IHR BEREITS SO DETAILLIERTE
KEYWORD-BEWERTUNGEN FÜR DIE
TEXTERSTELLUNG?**

FRAGE

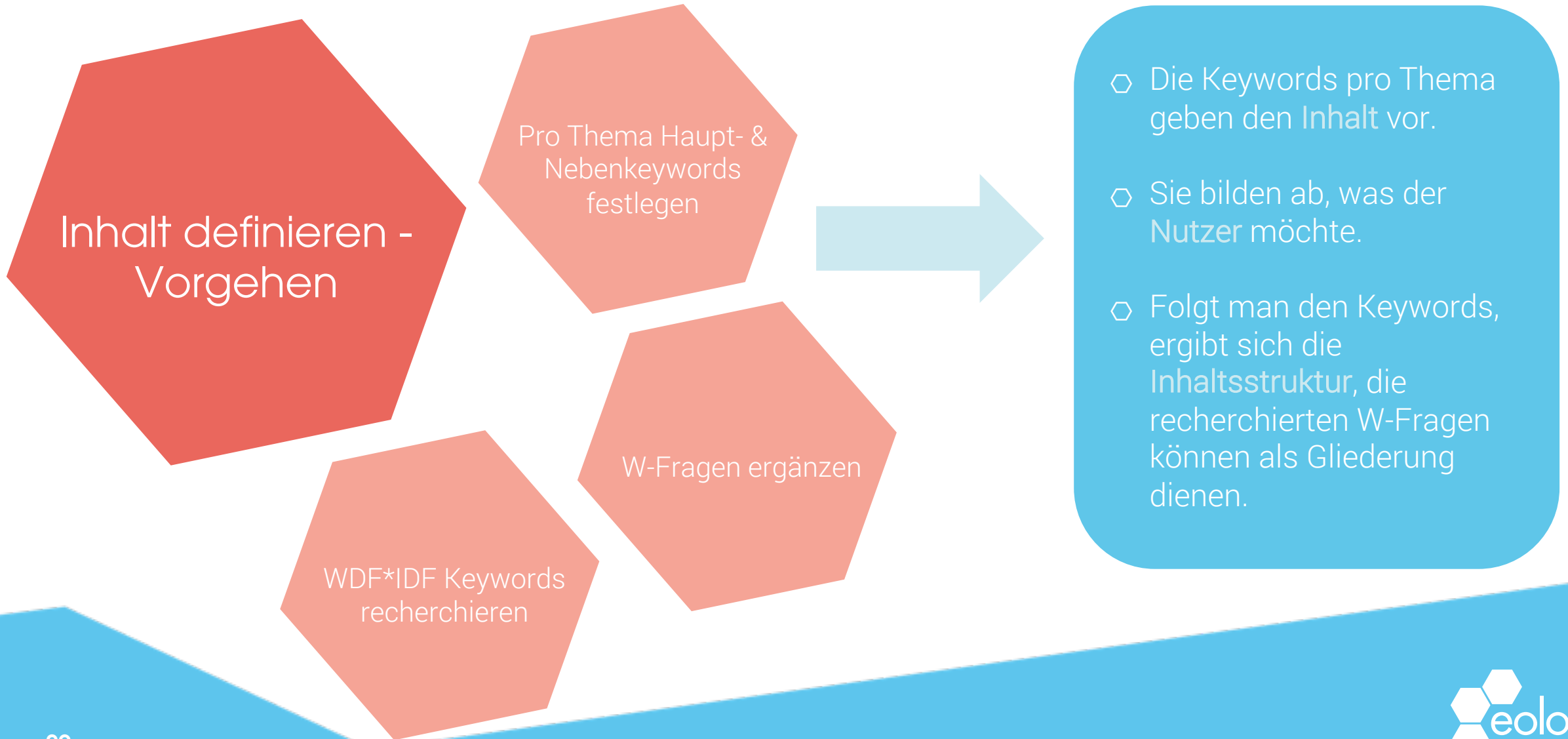


Schritt 2:

INHALTE DEFINIEREN

INHALTE FÜR DIE ZIELGRUPPE ERSTELLEN

2. Schritt: Inhalte definieren



Bereich	Keyword	Suchvolum.	Organ. SV	Keywordart	Intention	URL	Ranking-Po Prio
Mode Allgemein	online shop kleidung	5.400	1.652	Hauptkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/	12
	mode online shop	3.600	1.106	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/	19
	kleidung online shoppen	1.900	648	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/	11
Haupt- & Neben-keywords	klamotten online shop	1.300	424	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/	>100
	online shopping kleidung	260	89	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/	23
	online shops mode günstig	140	48	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/	>100
	moderne online shops	140	46	Nebenkeyword	gemischt	https://www.beispiel-shop.de/	>100
	mode online shop günstig	110	38	Nebenkeyword	gemischt	https://www.beispiel-shop.de/	>100
	günstige online shops kleidung	110	38	Nebenkeyword	gemischt	https://www.beispiel-shop.de/	>100
	online shops für kleidung	110	33	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/	34
	klamotten online shoppen	70	29	Nebenkeyword	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/	>100
W-Fragen	bester online shop kleidung	70		W-Frage	gemischt	https://www.beispiel-shop.de/	>100
	welcher online shop	30		W-Frage	gemischt	https://www.beispiel-shop.de/	>100
	wo klamotten kaufen	40		W-Frage	gemischt	https://www.beispiel-shop.de/	>100
	wo online klamotten kaufen	10		W-Frage	gemischt	https://www.beispiel-shop.de/	>100
	online shop kleidung auf rechnung	30		W-Frage	gemischt	https://www.beispiel-shop.de/	>100
WDF*IDF	Kleider	201.000		WDF*IDF	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/	>100
	Bekleidung	49.500		WDF*IDF	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/	>100
	Damen	8.100		WDF*IDF	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/	>100
	Kollektion	2.900		WDF*IDF	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/	>100
	Shirt	14.800		WDF*IDF	transaktional	https://www.beispiel-shop.de/	>100
	Anlass	4.400		WDF*IDF	gemischt	https://www.beispiel-shop.de/	>100
	Styles	18.100		WDF*IDF	gemischt	https://www.beispiel-shop.de/	>100
	Marken	22.200		WDF*IDF	gemischt	https://www.beispiel-shop.de/	>100
	Trends	60.500		WDF*IDF	gemischt	https://www.beispiel-shop.de/	>100
	Accessoires	60.500		WDF*IDF	gemischt	https://www.beispiel-shop.de/	>100



WISST IHR, WAS WDF*IDF BEDEUTET?

FRAGE

RELEVANZ STEIGERN MIT WDF*IDF

Was steckt dahinter?

Verfahren, mit dem sich berechnen lässt, wie oft bestimmte Wörter oder Wortkombinationen auf den Seiten vorkommen, die bei Google bereits für ein Keyword in den TOP10 ranken.

WDF

Within Document
Frequency

Wie häufig kommt ein Wort
oder eine Wort-Kombination auf
einer Seite vor?

IDF

Inverse Document
Frequency

Wie oft kommt ein Wort oder
eine Wortkombination in allen
relevanten Dokumenten,
sprich: auf allen Seiten der
TOP10 bei Google vor?

RELEVANZ STEIGERN MIT WDF*IDF

Was steckt dahinter?

Annahme, dass Google aufgrund seiner **semantischen Bewertungsfähigkeit** die TOP10 nicht nur als relevant einstuft, weil sie das Hauptkeyword enthalten, sondern zudem weitere Wörter, die die **Relevanz für Google** bestätigen!

Nutzen für Texter

Mit der WDF*IDF Analyse werden die Seiten untersucht, die für ein Keyword am besten ranken. Dabei betrachten Tools das **Verhältnis** der dort vorkommenden Begriffe und geben an, wie oft bestimmte Wörter verwendet werden sollten. Auf dieser Grundlage kann ein **holistischer Text** verfasst werden, der von Suchmaschinen besser gerankt wird.

Aus den Keywords lässt sich direkt eine Gliederung für den Text ableiten, der dann alle Nutzerbedürfnisse berücksichtigt:





Schritt 3:

WORDING FESTLEGEN

INHALTE FÜR DIE ZIELGRUPPE ERSTELLEN

3. Schritt: Textstil bzw. Wording festlegen

FRAGEN FÜR DIE TEXTSTIL- DEFINITION

- ⬡ Welches **Alter** hat Deine Zielgruppe?
→ **Ansprache** Du oder Sie?
- ⬡ Welche **Berufe** bzw. Positionen begleiten die Personen Deiner Zielgruppe?
→ **Tonalität** nüchtern, emotional, locker etc.?
- ⬡ Welche **Produkte** verkaufst Du?
→ **Informationsintensität** & Preis bedingen das notwendige Maß an Vertrauenswürdigkeit

INHALTE FÜR DIE ZIELGRUPPE ERSTELLEN

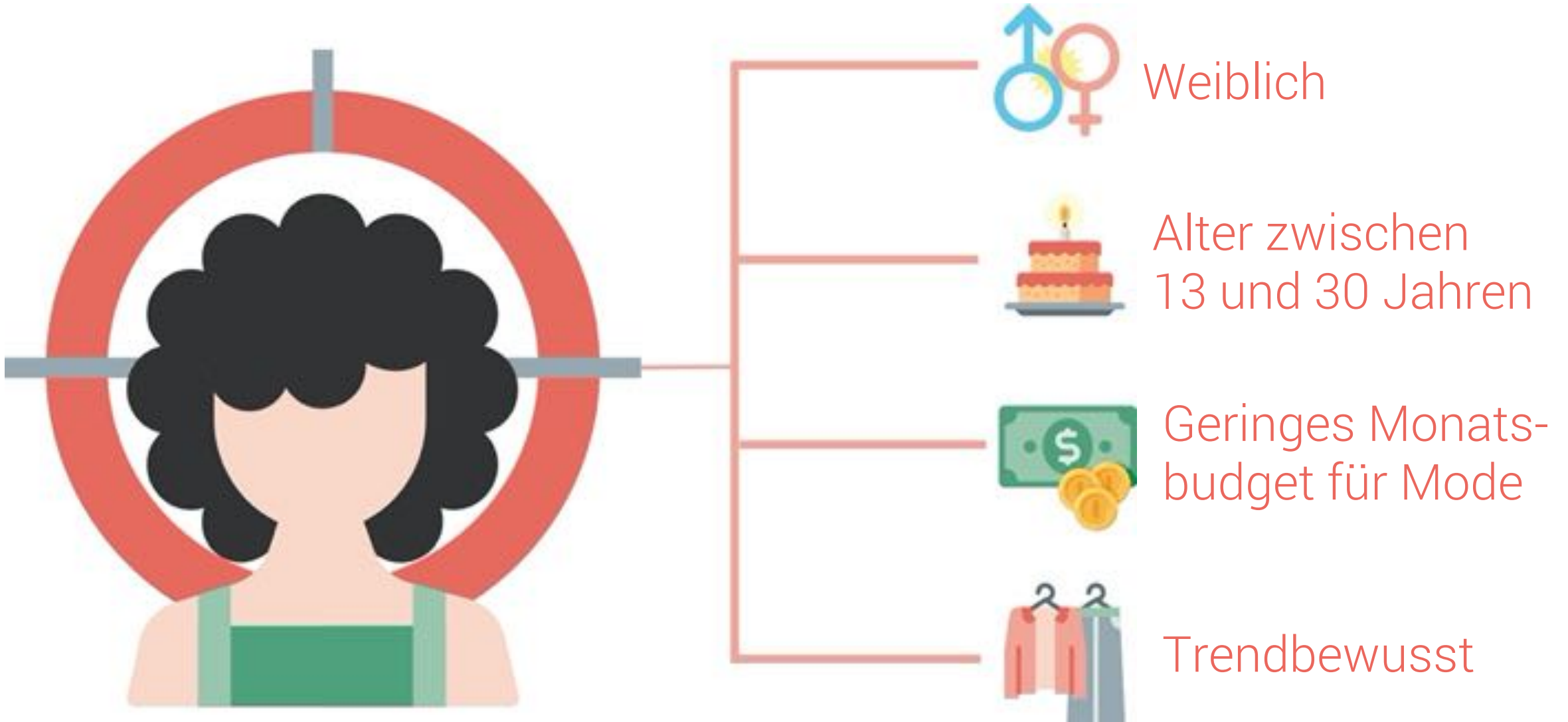
3. Schritt: Textstil bzw. Wording festlegen

**FRAGEN FÜR
DIE TEXTSTIL-
DEFINITION**

- ⬡ Welches **Alter** hat Deine Zielgruppe?
→ **Ansprache** Du oder Sie?
- ⬡ Welche **Lebensphase** bzw. **Phase** durchläuft die Personen Deiner Zielgruppe?
→ **Tone of Voice** sachlich, emotional, locker etc.?
- ⬡ Welche **Produkte** verkaufst Du?
→ **Informationsintensität** & **Preis** bedingen das notwendige Maß an **Vertrauenswürdigkeit**

**Briefing für Wording
und Stil erstellen**

ZIELGRUPPE EINES MODE-ONLINESHOPS



ZIELGRUPPE EINES MODE-ONLINESHOPS

Briefing

Ansprache: Du

Tonalität: Locker, freundschaftlich, emotional

Wortwahl: Anglizismen, Metaphern und andere Stilmittel

Stil: Animierend, emotionalisierend, sympathisierend mit Identifikationspotential für die Zielgruppe

ZIELGRUPPE EINES MODE-ONLINESHOPS

Wording

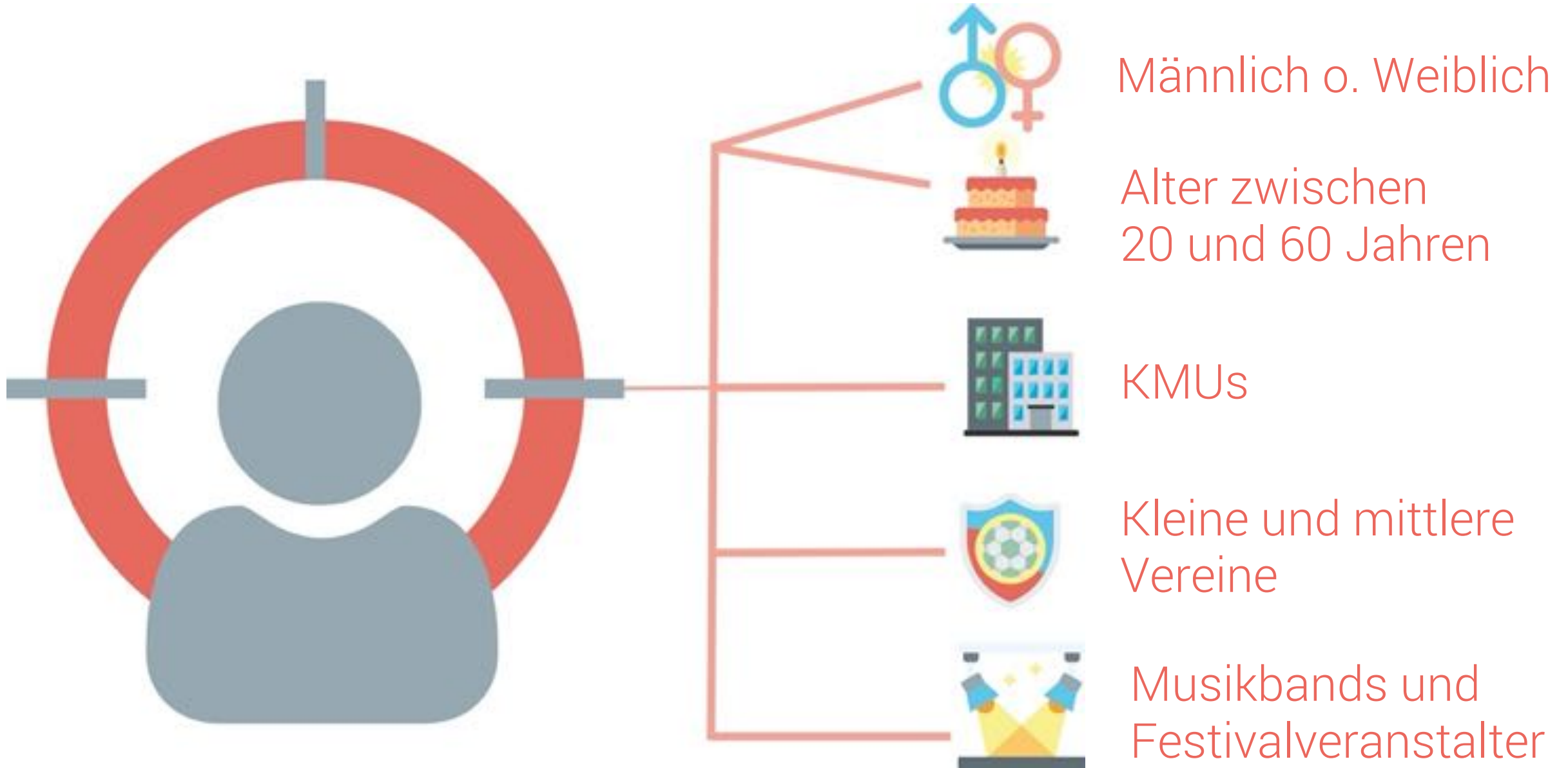
Finde hier Dein
neues
Lieblingsteil!

Ob Seventies-Looks,
Gothic Prom Dresses
oder Bodysuits –
entdecke jetzt die
heißesten Styles der
aktuellen Saison!

Damit bist Du
garantiert der
Hingucker im
Club!

Stöbere durch
unsere heißen
Angebote und
spare bei
Deinem
nächsten
Einkauf!

ZIELGRUPPE EINES SPEZIALISIERTEN MERCHANDISE-HÄNDLERS



ZIELGRUPPE EINES SPEZIALISIERTEN MERCHANDISE-HÄNDLERS

Briefing

Ansprache: Sie

Tonalität: Locker, aber auch verbindlich, vertrauensschaffend & Expertise zeigend

Wortwahl: Fachbegriffe, Vergleiche, nicht-konnotierte, neutrale Wörter

Stil: Animierend, aber immer mit Seriosität und Vertrauen

ZIELGRUPPE EINES SPEZIALISIERTEN MERCHANDISE-HÄNDLERS

Wording

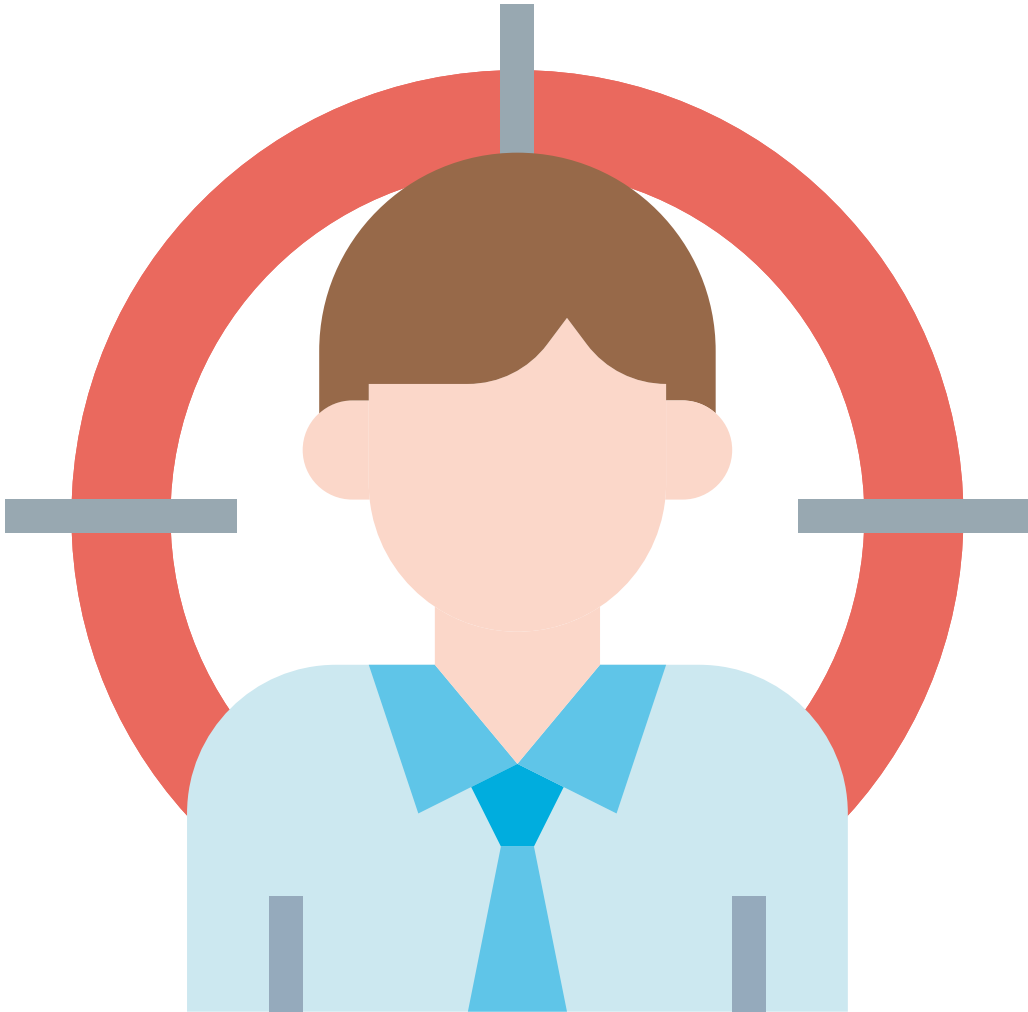
Entdecken Sie unser hochwertiges Sortiment an Merchandise-Artikeln.

Stöbern Sie unserem Onlineshop. Dort können Sie sich Ihre ganz eigene Merchandise-Kollektion individuell zusammenstellen.

Ob Flexfit-Cap, 5-Panel-Cap oder Snapback-Cap – unsere Produkte sind alle made in Germany und werden individuell nach Ihren Vorgaben gefertigt.

Sie haben noch Fragen? Dann kontaktieren Sie unseren kompetenten und freundlichen Kundenservice. Hier helfen wir Ihnen gerne weiter.

ZIELGRUPPE EINES AUTOMOBILZULIEFERERS



Entscheider wie
Werkstatt- und
Abteilungsleiter sowie
Geschäftsführer

ZIELGRUPPE EINES MODE-ONLINESHOPS

Briefing

Ansprache: Sie

Tonalität: verbindlich, vertrauensschaffend und Expertise zeigend

Wortwahl: Fachtermini, fachbetont, nicht-konnotierte, neutrale Wörter

Stil: Seriös, faktenbezogen, sachlich-neutral

ZIELGRUPPE EINES AUTOMOBILZULIEFERERS

Wording

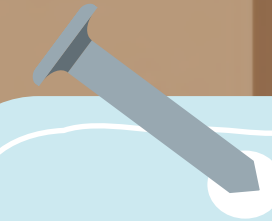
Sie finden in unserem Sortiment hochwertige, innovative Produkte, die von der langjährigen Kompetenz unseres Unternehmens zeugen.

Vertrauen Sie auf unsere jahrzehntelange Expertise.

Qualität, Innovation und Effizienz sind die Säulen unserer Markenphilosophie.

Unser Kundenservice berät Sie gerne kompetent bei allen Fragen zu unserem Produktsortiment.

THESE 2



Content muss
immer
emotionalisieren.





Schritt 4:

TEXTE ERSTELLEN

Texte für
Weichen- und
Hubseiten

Texte für
Kategorieseiten

Texte für
Produktdetailseiten

Texte von
Landingpages
für Ads, etc.

Transaktional
vs.
Informational

Ratgebertexte

Texte für Blogs
und Magazine

Lexika

E-Books und
Whitepaper

Texte für Verteilseiten

- ⬡ Nutzer soll auf der Webseite weitergeführt werden
- ⬡ eher kurze, allgemeine Texte, die transaktional sind, weil sie auf eine Entscheidung des Nutzers fokussiert sind (z.B. Cloud-Lösung oder Onpremise-Software)

Lenkt den Nutzer. Erste Entscheidungshilfe.

Texte für Kategorieseiten

- ⬡ Geben einen Überblick über das Sortiment in einer Produktkategorie
- ⬡ Kaufratgeber, der den Nutzern bei der Entscheidung und der Auswahl der verschiedenen Produktvarianten helfen soll (z.B. welche Schnittformen bei Jeans zu welchem Figurtyp passen)
- ⬡ Stellen die Produktvorteile der Varianten gegenüber, beantworten Fragen der Nutzer (FAQ zur Produktkategorie)
- ⬡ Beseitigt des Informationsdefizit bei der Kaufentscheidung.

Texte für Produktdetailseiten

- ⬡ Beschreiben das einzelne Produkt
- ⬡ Stellen die USPs anschaulich dar und beantworten mögliche Fragen zum Produkt

Wichtig: Schaffen Vertrauen, demonstrieren Expertise und informieren über Meta-Details wie Lieferzeiten, Verfügbarkeit etc.

Conversionförderer.

Ratgebertexte

- ⬡ Geben Rat zu einem bestimmten Thema
- ⬡ Informieren möglichst ganzheitlich über das Thema
- ⬡ Gehen ganz gezielt auf Fragen der Nutzer ein.

Expertise darstellend, Image fördernd.

Blog- und Magazintexte

- ⬡ Können News zum Unternehmen enthalten, aktuelle Themen aufgreifen, aber auch Tipps geben
- ⬡ Haben meist einen Bezug zum Unternehmen und eine „persönliche“ Note

Image fördernd, Kundenbindend.

Lexika

- ⬡ Kurze erklärende Texte, die wichtige Begriffe erläutern.

Expertise darstellend, Image fördernd.

E-Books und Whitepaper

- ⬡ Längere Texte, die als PDF mit Bildern ansprechend aufbereitet werden
- ⬡ Nutzer kann sich den Content herunterladen und hat „sein“ eigenes Exemplar
- ⬡ Stellen Expertise dar, behandeln ein Thema sehr ausführlich und anschaulich.

Expertise darstellend, Image fördernd.
kundenbindend.



**HABT IHR SCHON EINEN BLOG, RATGEBER
ODER E-BOOKS BZW. WHITEPAPER?**

FRAGE

BEST PRACTICES FÜR KATEGORIETEXTE

Beispiele für Mehrwert-Inhalte

- ⬡ Mode-Styling-Tipps
- ⬡ Dekorations-Tipps
- ⬡ Vor- und Nachteile von Materialien
- ⬡ Informationen über die Wirkung von Inhaltsstoffen
- ⬡ Rechtliche Infos
- ⬡ Anwendungstipps
- ⬡ Zielgruppenspezifische Anwendungsbereiche und Tipps



PRODUKTTEXTE

DO's

- ✓ Individuelle Produkttexte erstellen
- ✓ Übersichtliches Layout, das den Produktnutzen klar hervorhebt
- ✓ Wichtigste Nutzervorteile in Bullet Points aufzählen
- ✓ Differenzierende und leistungsbegeisternde Merkmale des Produkts nennen
- ✓ Nutzerfragen beantworten
- ✓ Wenn möglich: eigene Bilder und ggf. Videos verwenden
- ✓ Vertrauen schaffen
- ✓ Eigenes Expertenwissen demonstrieren
- ✓ So kurz wie möglich und so ausführlich wie nötig schreiben
- ✓ Vertrauen beim Nutzer erzeugen (sprachlich sowie durch Trustelemente wie Bewertungen etc.)

PRODUKTTEXTE

DON'Ts

- ✗ Von der Herstellerseite Produkttexte und Bilder kopieren
- ✗ Reine Fakten/Features aufzählen
- ✗ Die eigenen Werte/Kompetenzen/USPs nicht vermitteln

INFORMATIONALE SUCHINTENTION

Was braucht der Content?

Best Practices für Magazin-,
Blog und Ratgebertexte

- ⬡ Nutzer und seine **möglichen Fragen** in den Fokus stellen
- ⬡ **Mehrwert** schaffen, indem man auf den Nutzer eingeht, ihn sprachlich und inhaltlich „abholt“
- ⬡ **Übersichtliches Layout**, das sich gut scannen lässt
- ⬡ **Leseeinstiegshilfen** wie Aufzählungen, Bilder, Videos, Grafiken oder Tabellen verwenden
- ⬡ Bei langen Texten ein **Inhaltsverzeichnis** mit internen Sprungmarken
- ⬡ Ggf. **Zusammenfassung** oder Checkliste am Ende

INFORMATIONALE SUCHINTENTION

Was braucht der Content?

- ⬡ Durchdachte, sinnvolle **Gliederung** der Inhalte
- ⬡ Inhalt **nicht nur sprachlich**, sondern auch visuell mit Bildern und Grafiken erklären
- ⬡ Beim **Layout** nicht sparen, es sollte hochwertig aussehen
- ⬡ **Experten** mit ins Boot holen, so wird das E-Book/Whitepaper nutzwertiger und glaubwürdiger
- ⬡ **Quellen** angeben

Best Practices für E-Books
und Whitepaper

CONTENTARTEN

Infografiken

- ⬡ Sind **aufwendiger** als normale Bilder
- ⬡ Können **Beziehungen, Prozesse, Zeitverläufe** darstellen
- ⬡ Geben dem Nutzer einen einfach zu erfassenden **Überblick** über ein Thema
- ⬡ Machen Komplexes **leicht verständlich**



Infografiken



Schritt 5:

**TEXTE AUFFINDBAR
MACHEN**

DIE WICHTIGSTEN SEO-ELEMENTE

Meta-Daten
(Title Tag + Meta-Description)

Das obere Text-Drittel

Hauptüberschrift H1

Zwischenüberschriften H2-H6

META-DATEN

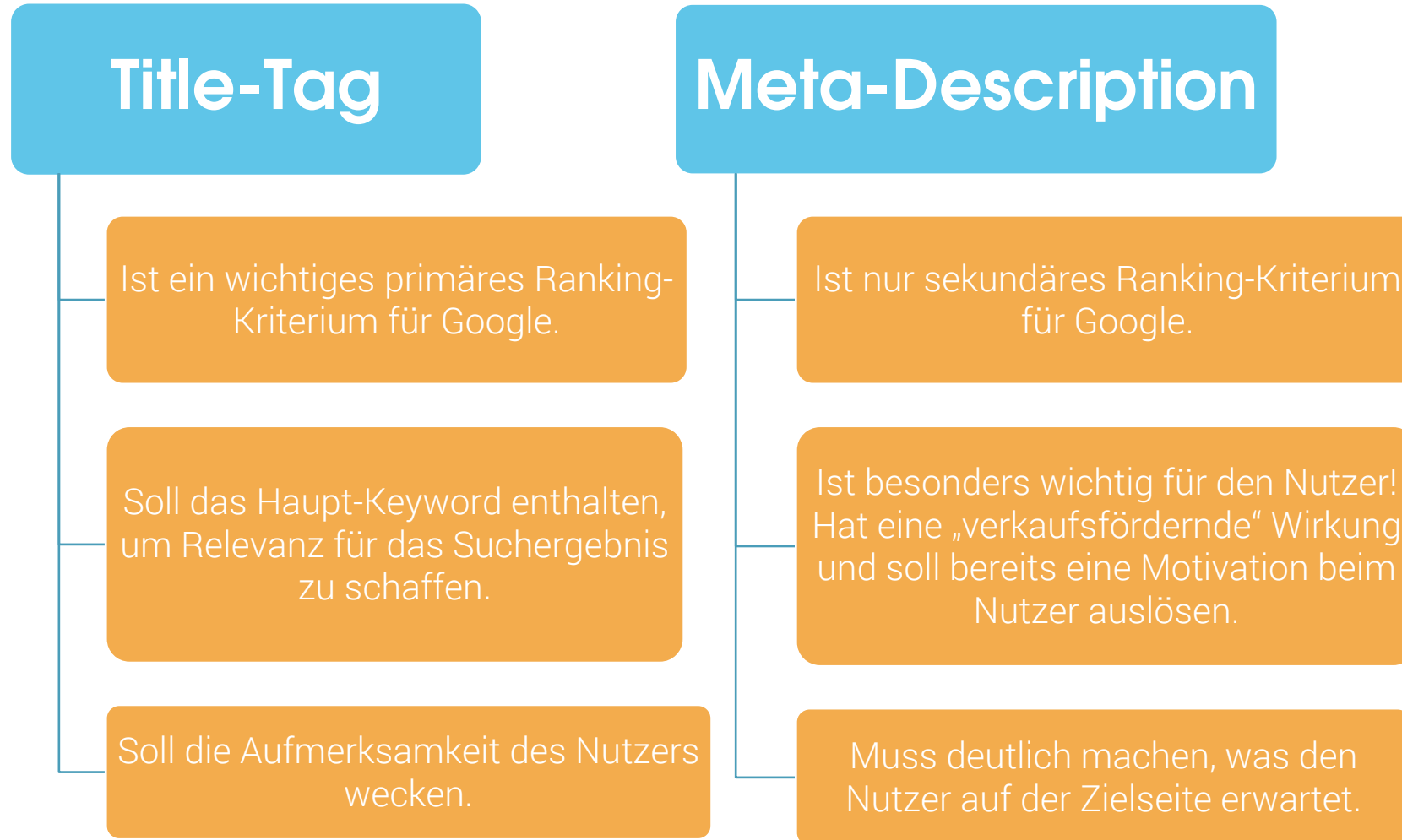
DAS SNIPPET

Die Seitenvorschau bei Google

Content Creation - Content Agentur eology GmbH	Title-Tag
https://www.eology.de/content-creation	URL
Du bist auf der Suche nach einer Agentur, die strategisch zum Thema Web Content berät oder die Content Creation übernehmen kann? Hier informieren!	Meta-Description

Die Metadaten umfassen das Title-Tag bzw. den Title und die Meta-Description und geben dem Nutzer sowie auch Google **Informationen über die Zielseite**. Title und Description zusammen werden als sogenanntes **Snippet** in der Google Suchergebnisliste ausgespielt.

WARUM SIND TITLE-TAG UND META-DESCRIPTION WICHTIG?



SEO-REGELN ZUR ERSTELLUNG VON META-DATEN

Title-Tag

Das Haupt-Keyword sollte möglichst an erster Stelle im Title stehen.

Der Title ist in der Länge begrenzt, auf maximal 580 Pixel.

Der Title vermittelt im Idealfall bereits einen Nutzervorteil.

Der Title kann den Brand- oder den Unternehmens-Namen enthalten.

Meta-Description

Das Haupt-Keyword muss auch in der Description vorkommen, weiterhin sollte man – wenn möglich – weitere wichtige Begriffe verwenden.

Die Description ist ebenfalls in der Länge begrenzt, im Maximum 150 Zeichen.

Die Description sollte in jedem Fall Nutzervorteile der Produkte bzw. der Inhalte auf der Zielseite vermitteln.

Die Description sollte mit dem sog. Call-to-Action enden: Einer Handlungsaufforderung.

PROFI-TIPP:
META-DATEN SO
FORMULIEREN,
DASS DER
NUTZER LUST HAT
ZU KLICKEN

SEO-REGELN ZUR ERSTELLUNG VON METADATEN

Mobile First-Version



SEO-REGELN ZUR ERSTELLUNG VON META-DATEN – MOBILE

Bei der Erstellung der Meta-Description sollte man eine Version für Desktop und eine für mobile erstellen.

Für Desktop:
Maximal 150
Zeichen
verwenden.

Für mobile:
Maximal 128
Zeichen.

Desktop und mobile Version können in einem erstellt werden.

SEO-REGELN ZUR ERSTELLUNG VON METADATEN – MOBILE



Man erstellt eine Meta-Description für Desktop mit maximal 150 Zeichen, die mit einem Punkt endet.

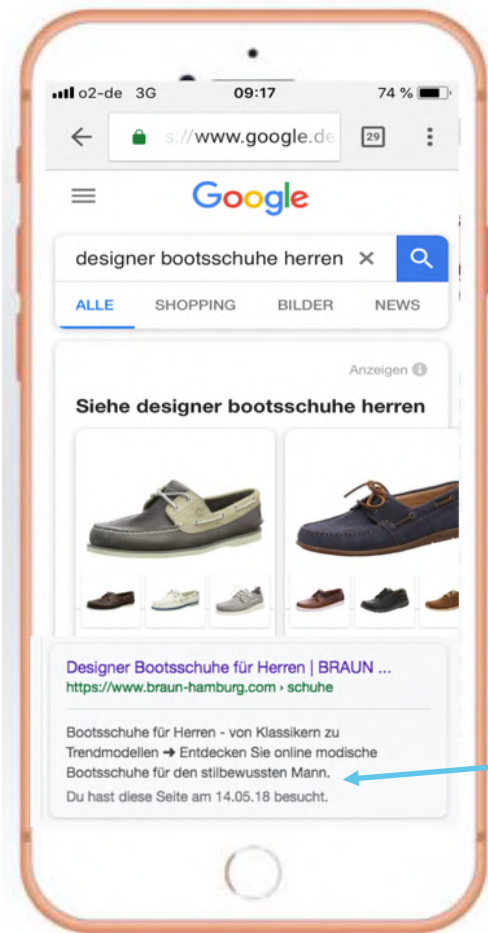


Innerhalb dieser Meta-Description macht man spätestens mit dem 128. Zeichen einen Punkt; das ist die mobile-Variante.



Der Punkt ist für Google das eindeutige Zeichen eines Endes, daher übernimmt Google die Meta-Description bis dorthin, ohne sie zu punkten. Alternativ funktioniert auch ein Ausrufezeichen.

SEO-REGELN ZUR ERSTELLUNG DER META-DATEN – MOBILE



```
<title>Designer Bootsschuhe für Herren | BRAUN Hamburg</title>  
<meta name="description" content="Bootsschuhe für Herren - von Klassikern zu  
Trendmodellen → Entdecken Sie online modische Bootsschuhe für den stilbewussten Mann.  
Jetzt bei BRAUN Hamburg versandkostenfrei bestellen."
```

Version für mobile.
Endet mit einem Punkt als 128. Zeichen.

META-DATEN

Beispiele

URL

<https://www.eology.de/webinare/zielgruppenspezifische-inhalte>

Title

Kostenloses Webinar: Zielgruppenspezifische Inhalte erstellen | eology

575/580 Pixeln

Description

Wie Du erfolgreich zielgruppenspezifische Inhalte erstellen kannst, verraten wir in unserem kostenlosen Webinar am 16.07.2020. Gleich hier anmelden!

148/150 Zeichen

Fokus-Keyword

USP der Produkte, Mehrwert-Informationen für den Leser

Call-to-Action, Handlungsaufforderung

Brand bzw. Produktname

Punkt als 126. Zeichen

Ausrufezeichen als 148. Zeichen

ÜBERSCHRIFTEN / HEADERTAGS

ÜBERSCHRIFTEN / HEADERTAGS

Funktion

Dienen der Gliederung
des Inhalts auf einer
Seite

Vergleichbar mit
Kapiteleinteilungen
eines Buches

Enthalten im Idealfall
wichtige Keywords

ÜBERSCHRIFTEN / HEADERTAGS

Welche H-Tags gibt es?

H1-Tag für Hauptüberschrift



sollte das **Fokus-Keyword** enthalten



sollte auf der Seite nur **EINMAL** vergeben werden

H2-Tag für Zwischenüberschriften

- ⬡ Sollten weitere **wichtige Begriffe** aus der Keyword-Recherche enthalten
- ⬡ Können **mehrfach** auf einer Seite vergeben werden
- ⬡ Gliedern den Inhalt und sind mit **Kapitelüberschriften** in einem Buch vergleichbar

H3-Tag für Textabschnittsüberschriften

- ⬡ Hier können ebenfalls **weitere wichtige Begriffe** aus der Keyword-Recherche verwendet werden
- ⬡ Können **mehrfach** auf einer Seite vergeben werden
- ⬡ Sind mit **Überschriften eines Kapitelteils** in einem Buch vergleichbar

Hauptkeyword
„Content Trends
2020“ in der H1

Fünf Content-Trends für das Jahr 2020

18.02.2020 03 min



Content Trends 2020

Content ist King – daran ändert sich auch im neuen Jahrzehnt nichts. Wir zeigen Dir, mit welchen Trends Du Deinen **Content im Jahr 2020** voranbringst.

Storytelling

Jeder hört gerne eine gute Geschichte. Sie ziehen uns in ihren Bann, fesseln und begeistern uns. Die große Kunst des Geschichtenerzählens kannst Du Dir im Content-Marketing zunutze machen. Denn die Fülle an Informationen im Internet hat zur Folge, dass **eintönige Texte** oft nur überflogen oder überhaupt **nicht gelesen** werden. Die Botschaft dahinter bleibt dem Leser nur selten im Gedächtnis. Bietest Du ihm stattdessen eine **Geschichte mit Hintergrund**, ziehst Du ihn in Deinen Bann und hältst Dich **nachhaltig in seinem Bewusstsein**. Da Kaufentscheidungen oftmals über einen längeren Zeitraum getroffen werden, bietet **Storytelling** eine gute Möglichkeit, sich **im Vergleich mit der Konkurrenz durchzusetzen**.

Authentizität

Auch wenn die **Verkaufszahlen im Internet** stetig steigen, ist vielen Nutzern das Internet zu anonym und unpersönlich. Sie sind auf der Suche nach authentischen und persönlichen Werbebotschaften. Indem **Content aufregend und gleichzeitig authentisch** dargestellt wird, gewinnt er die **Aufmerksamkeit der Nutzer**. Das funktioniert unter anderem mit diesen Hilfsmitteln:

Nebenkeyword „Storytelling“ in der H2

Storytelling

Jeder hört gerne eine gute Geschichte. Sie ziehen uns in ihren Bann, fesseln und begeistern uns. Die große Kunst des Geschichtenerzählens kannst Du Dir im Content-Marketing zunutze machen. Denn die Fülle an Informationen im Internet hat zur Folge, dass **eintönige Texte** oft nur überflogen oder überhaupt **nicht gelesen** werden. Die Botschaft dahinter bleibt dem Leser nur selten im Gedächtnis. Bietest Du ihm stattdessen eine **Geschichte mit Hintergrund**, ziehst Du ihn in Deinen Bann und hältst Dich **nachhaltig in seinem Bewusstsein**. Da Kaufentscheidungen oftmals über einen längeren Zeitraum getroffen werden, bietet **Storytelling** eine gute Möglichkeit, sich **im Vergleich mit der Konkurrenz durchzusetzen**.

Authentizität

Auch wenn die Verkaufszahlen im Internet stetig steigen, ist vielen Nutzern das Internet zu anonym und unpersönlich. Sie sind auf der Suche nach authentischen und persönlichen Werbebotschaften. Indem **Content aufregend und gleichzeitig authentisch** dargestellt wird, gewinnt er die **Aufmerksamkeit der Nutzer**. Das funktioniert unter anderem mit diesen Hilfsmitteln:

- Testimonials
- Kundenbewertungen
- Hintergrundstorys
- Live Content (Videos, Podcasts etc.)

Authentischer, hochwertiger Content ist außerdem **glaubwürdig**. Das spielt in Zeiten von Daten-Diebstahl und Fake-News eine entscheidende Rolle. Mit authentischen Inhalten baust Du nicht nur Vertrauen auf, sondern präsentierst Dich dem Leser **sympathisch und echt**.

Nebenkeyword „Featured Snippet“ in der H2

Featured Snippets

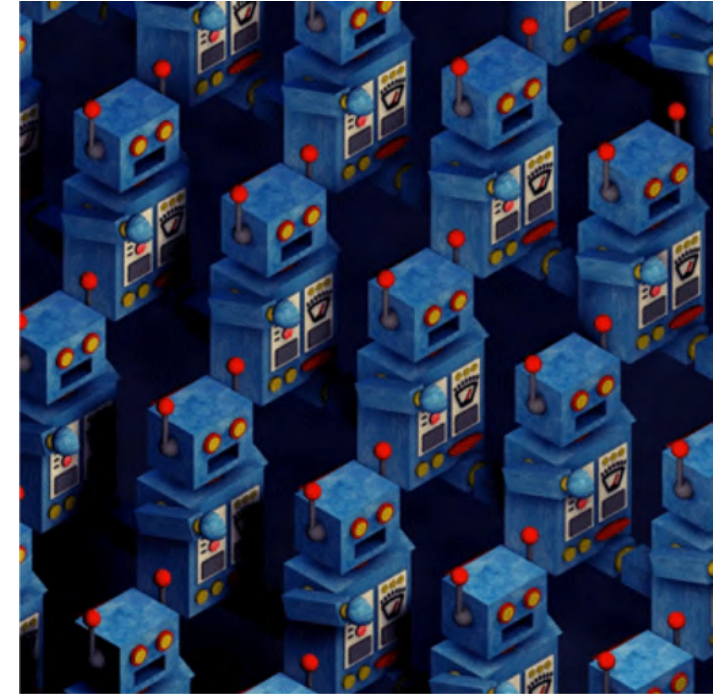
Kurze und knackige Informationen – das ist es, was der Leser (meistens) will. Mit Snippets (dt. Schnipsel), also **kurzen Zusammenfassungen** über dem eigentlichen Text, erhält der Leser auf einen Blick **alle wichtigen Informationen**. Möchte er weitere Infos, muss er den Rest des Textes lesen. Gut geschriebene Snippets animieren den Nutzer zum Weiterlesen. Ein großer Vorteil der Textschnipsel: Sie werden von Google immer wieder als sogenanntes Featured Snippet ausgespielt. Diese erscheinen in den SERPs als **erstes organisches Ergebnis**.

DAS OBERE SEITENDRITTEL

THE GOOGLE BOT'S FAVORITE

Besonders wichtig ist die Verwendung
des Fokus-Keywords im
OBEREN SEITENDRITTEL!

DENN: Hier hält sich der Google-Bot
bevorzugt auf!



ÜBERBLICK

DIE 5 SCHRITTE IM ÜBERBLICK

Keywords
bewerten

Inhalte
definieren

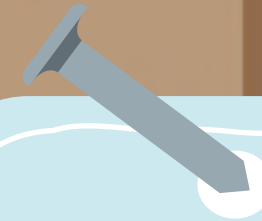
Wording
festlegen

Texte
erstellen

Texte
auffindbar
machen



THESE 3



Die Erstellung von
Inhalten hat
nichts mit den
Nutzer-
bedürfnissen zu
tun.



UNSERE WEBINARE GEHEN WEITER

Am 30.07. – Die Zielgruppe über Ads ansprechen

JETZT SCHON ANMELDEN!



Mit Ads ansprechen



30.07.2020



14 - 15 Uhr



Hier Webinar-Platz sichern.

CONTENT-CHECK SICHERN

Nur 3 verfügbar



Jetzt kostenlosen Content-Check anfragen

Dafür eine Mail an marketing@eology.de senden.

CONTENT-CHECK SICHERN

Nur 3 verfügbar



Jetzt kostenlosen Content-Check anfragen

Für eine Mail an marketing@eology.de senden.

Nur 3
verfügbar

Schön, dass ihr dabei ward!

