

4. Keyword-Auswahl

Die Ermittlung des Fokus-Keywords und der weiteren Keywords für den Content erfolgt mit Hilfe der nachfolgend skizzierten Vorgehensweise:

Brainstorming

Überprüfung der Seed-Keywords:

Google Suggest-Funktionalität, Google Trends Vergleich

Analyse Konkurrenz-Keywords

Gruppierung/Auswahl

Eingabe der Seed-Keywords in ein Keyword Tool

Implementation der Keywords in den Content

4.1.1 Brainstorming (Ermittlung Seed-Keywords)

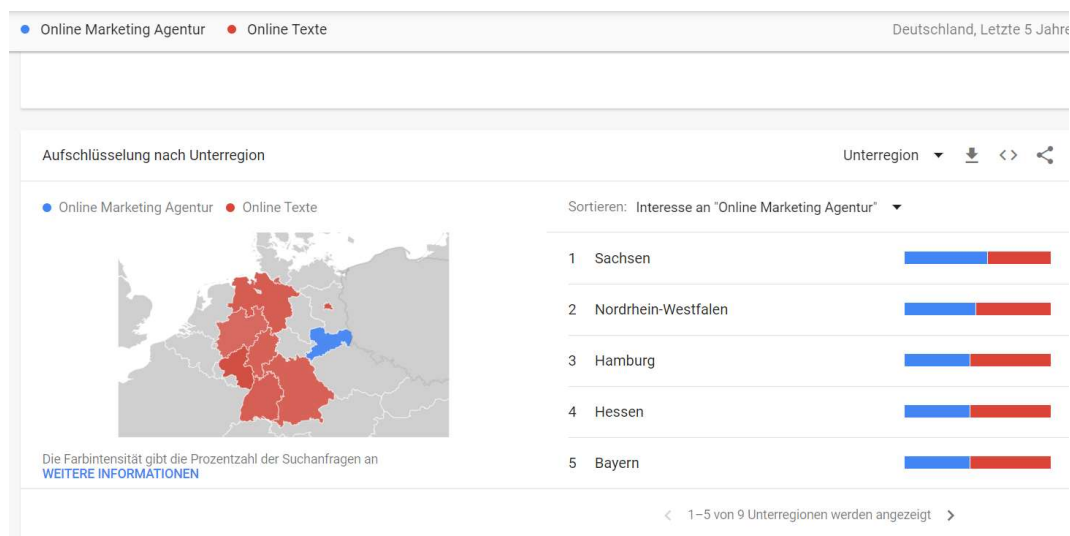
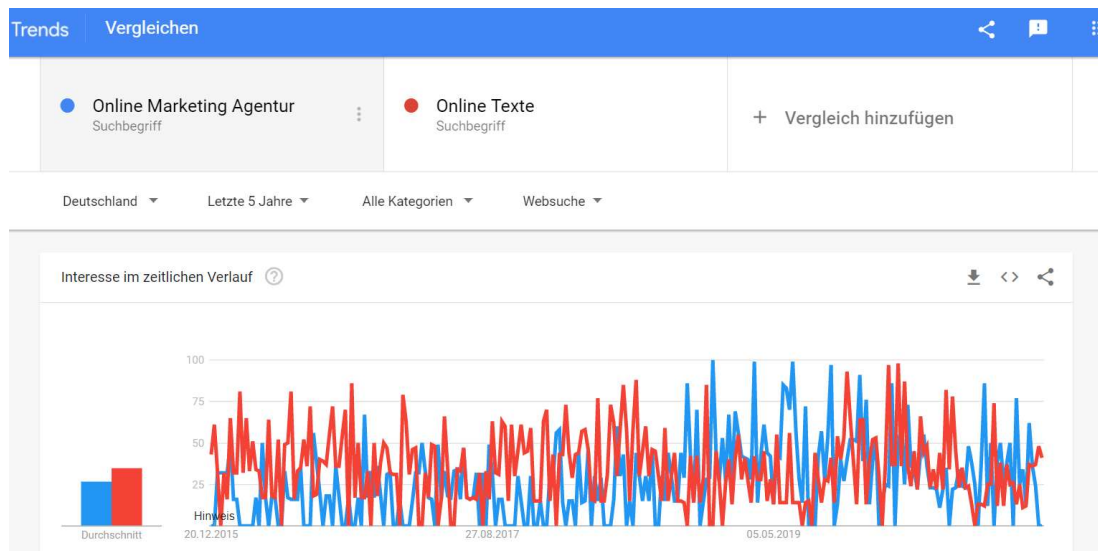
Branchenerfahrungen fehlen		Regionaler Bezug: Wer hilft Online Marketing Allgäu
Zwei Fokus-Keywords: 1. Texten für KMUs 2. Webinare B-to-C	Viele Keywords für Blog	mehr auf Probleme eingehen: Online Marketing lernen die größten Fehler beim Online M.
OM Experte	Online Texte schreiben	
Website erstellen	ZG-Definition en detail fehlt: gut funktionierende Website & einfach Wunsch nach Conten genauso wie disfunktionale Website	
Website überprüfen		
Online Marketing=Webseite		Website vs. Webseite Webseite optimieren/bearbeiten
Online Marketing für Unternehmen		
OM Hilfe	Online Marketing Coaching	
Hilfe bei Online Marketing	OM Support	
		Unterstützung Online Marketing

4.1.2 Erkenntnisse aus dem Brainstorming

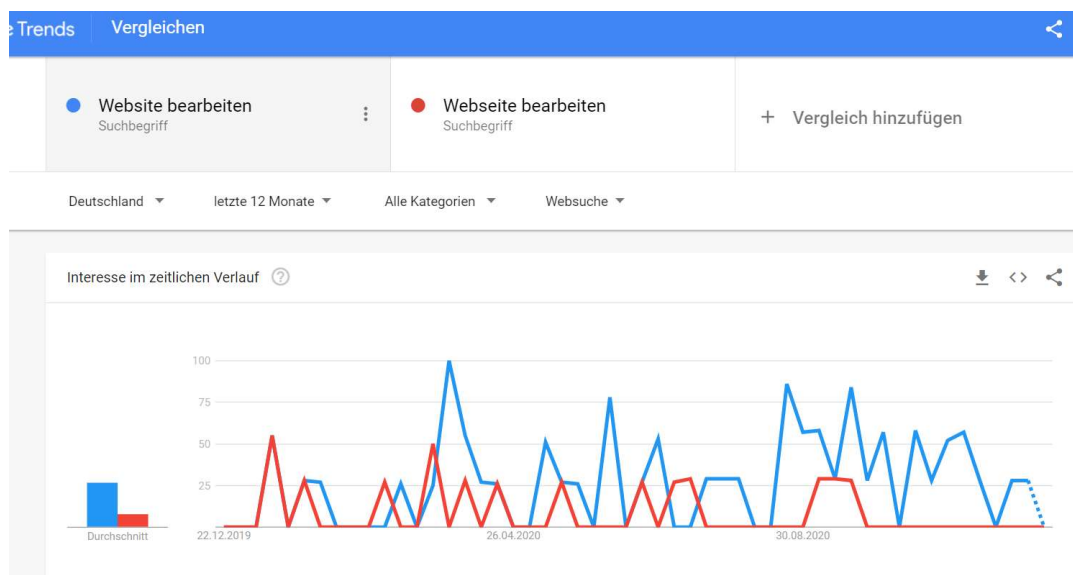
- ZG-Definition muss genauer sein -> 2 Zielgruppen (KMUs, Webinare), innerhalb der 2 Zielgruppen muss noch weiter differenziert werden
- Regionaler Bezug?
- Branchen/Branchenwissen (Wunsch-Branchen?)
- Keywords müssen noch stärker an den Bedürfnissen der ZG orientiert werden
- Mid-Tail bis Long-Tail-Keywords machen eher Sinn, als Short-Head-Keywords.

4.2 Überprüfung der Seed Keywords

Google Trends hilft, Seed Keywords zu vergleichen und im Hinblick auf das Interesse sowie den regionalen Bezug auszuwerten:



Die Seed Keywords, die synonym sind, können ebenfalls mit Hilfe von Google Trends überprüft und selektiert werden:



4.3 Analyse der Konkurrenz-Keywords

Die Konkurrenzseiten, die für die Hauptkeywords ranken (10 auf der 1. SERP), werden analysiert und mit den eigenen Keywords verglichen.

WIR SIND SEOWERK

**AGENTUR FÜR ONLINE MARKETING &
SEO AUS AUGSBURG**

Online gewinnen nicht die Großen gegen die Kleinen, sondern die Behähigen. Wir helfen Ihnen, im Netz auf die Überholspur allen digitalen Kanälen. Dabei behalten wir stets im Blick sein Ziel erreicht, während eines ohne Bremsen gegen

4.4 Nutzung von Keyword-Tools

Bei der Keywordrecherche wurde mit Google Ads sowie dem Tool *Kwfinder* von Mangools gearbeitet. Bei der Definition des Hauptkeywords wurden neben dem Suchvolumen auch die Aspekte Prägnanz, Relevanz und Konkurrenz berücksichtigt.

4.4.1 Keywordrecherche bei Google Ads

Unter diesen Aspekten gab ich folgende Keyword-Ideen zunächst bei Google Ads ein: (*professionelle*) *Webtexte*, *Texte für Websites*, *Online Redakteur* sowie *SEO Texte*. *Online Redakteur* und *SEO Texte* haben mit 1.000 bis 10.000 Suchanfragen pro Monat signifikant mehr Suchvolumen als die anderen beiden Keywords:

☐ Keyword (nach Relevanz) ↓	Durchschnittl. Suchanfragen pro Monat	Wettbewerb
Von Ihnen eingegebene Begriffe		
☐ seo texte	1000 – 10000	Mittel
☐ webtexte	100 – 1000	Mittel
☐ online redakteur	1000 – 10000	Mittel
☐ texte für webseiten	10 – 100	Hoch

Zum Keyword *Online Redakteur* schlägt Google Ads jedoch in erster Linie Kombinationen mit „Ausbildung“, „Weiterbildung“, „Jobs“ und ähnliches vor. Die Relevanz dieses Keywords ist also eher gering für das Angebot. Anders bei dem Begriff *SEO Texte*: Kombinationen wie *SEO Texte kaufen*, *SEO Texte schreiben lassen* und *SEO optimierte Texte* sind Suchanfragen, für die die zu erstellende Website sehr relevant ist.

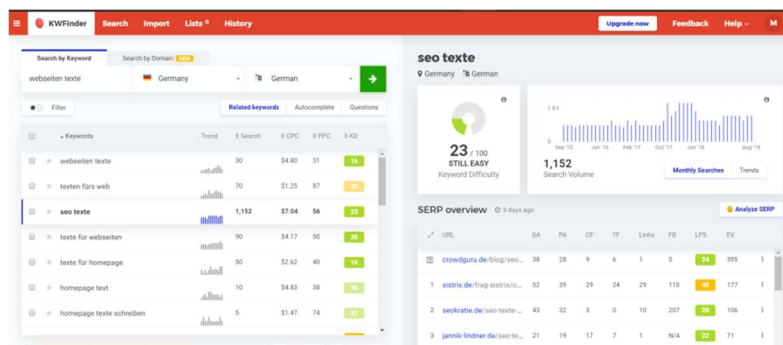
Keyword-Ideen von Google Ads zu „SEO Texte“:

☐ Keyword (nach Relevanz) ↓	Durchschnittl. Suchanfragen pro Monat	Wettbewerb
Von Ihnen eingegebene Begriffe		
☐ seo texte	1000 – 10000	Mittel
Keyword-Ideen		
☐ seo texte schreiben	100 – 1000	Mittel
☐ seo texte kaufen	100 – 1000	Mittel
☐ seo optimierte texte	100 – 1000	Mittel
☐ texte kaufen	100 – 1000	Mittel
☐ seo texte schreiben la...	100 – 1000	Mittel

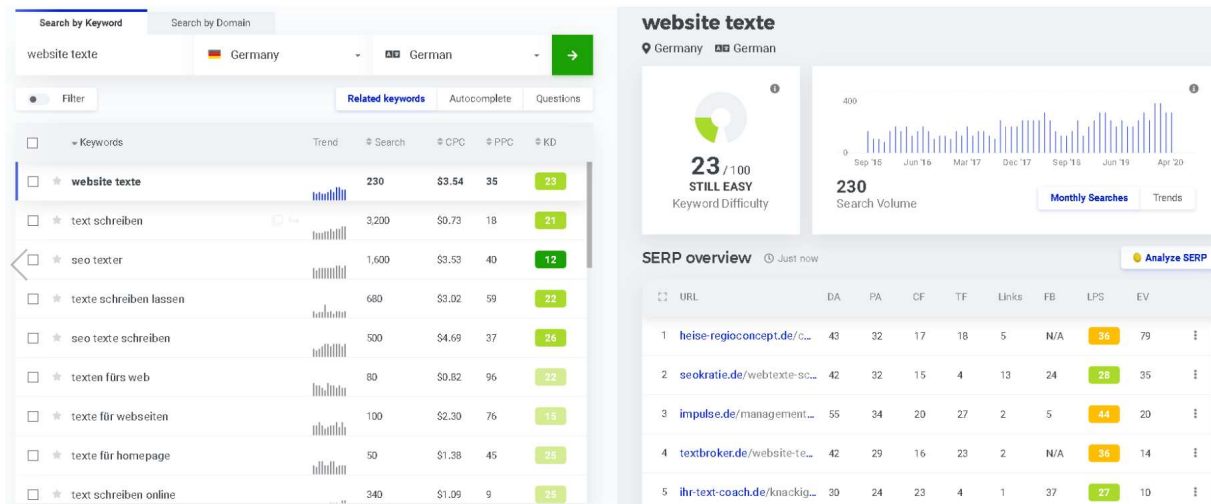
Der SEO-Aspekt scheint bei der Suche nach professionellen Texten für Homepages eine entscheidende Rolle zu spielen. Dies passt zur zuvor definierten Zielgruppe, die ja aus Online-Marketing-Profis besteht, welche folglich auch um die Wichtigkeit von Suchmaschinenoptimierung beim Webtexten wissen.

4.4.2 Keyword-Recherche mit dem Mangools Keywordfinder

Um das Ergebnis zu verifizieren, führte ich dieselbe Keyword-Recherche mit dem Tool *Kwfinder* von Mangools (10-Tage-Trial-Version) durch. Das Ergebnis der Recherche bestärkte mich in meiner Entscheidung für *SEO Texte* als Hauptkeyword. Die Konkurrenz für dieses Keyword wurde von Mangools sogar als gering eingestuft.



Als weitere Keywords entschied ich mich für die Begriffe *SEO Optimierung* (SV 1.000-10.000) bzw. *Suchmaschinenoptimierung* (SV 10.000-100.000), *SEO optimierte Texte* (SV 100-1.000) und *SEO Texte kaufen* (SV 100-1.000).



4.4.3 Keywordrecherche mit „Answer the public“

Die Keyword- und Themenrecherche für den Blog erfolgte mit dem Tool Answer the public zum Suchwort „Online Marketing“

- Wie funktioniert Online Marketing?
- Warum Online Marketing?
- Online Marketing wie geht das?
- Online Marketing wie fange ich an?
- Online Marketing nach DSGVO
- Online Marketing mit Google

