

Die Abkürzung SEO steht für Search Engine Optimization, oder auf Deutsch: Suchmaschinenoptimierung. Dabei handelt es sich um einen Teil der Suchmaschinen-Marketing-Strategie, die darauf abzielt, dass die eigenen Shops bei den Ergebnissen von Suchmaschinen wie Google möglichst weit oben angezeigt wird. Da Google mit einem Marktanteil von 93% die bei weitem wichtigste Suchmaschine im Internet ist, beschäftigt sich dieser Text ausschließlich mit der Suchmaschinenoptimierung für Google.

Hier finden Sie nun erste Tipps, die Sie von Anfang an beachten sollten:

Title: Verwenden Sie für jedes Produkt/Kategorie einen individuellen Title. Google hat mehr als **200 Indikatoren** um diesen zu bewerten. Der Title gehört zu den wichtigsten SEO-Maßnahmen und sollte nicht mehr als **55 Zeichen** haben, da er sonst von Google abgeschnitten wird. Die richtigen Suchbegriffe in Kombination mit einem guten Satz erhöht Ihre Conversion.

So sieht der Title in Google aus:



Description: Die **Description** gehört ebenfalls zu einem der wichtigsten Faktoren in Google besser gefunden zu werden. Ähnlich wie beim Title ist darauf zu achten, dass er individuell gestaltet ist und die wichtigsten Suchbegriffe platziert werden. Hier gilt: nicht mehr als **160 Zeichen**.

So sieht die Description aus in Google:



Hilfreiche Links zu Ihrer Optimierung:

Suchbegriffe festlegen

Überlegen Sie sich im Voraus, mit welchen Suchbegriffen (Keywords) Ihr Onlineshop gefunden werden soll. Wenn Sie sich von Anfang an auf einige perfekte Suchbegriff konzentrieren, werden Sie schon bald die Früchte ernten. Überlegen Sie also, welche Suchbegriffe für Sie in Frage kommen und erstellen Sie eine Top Ten der Begriffe, mit denen Sie zunächst arbeiten wollen.

Dies können zum Beispiel die Produkte sein, die Sie verkaufen: Bieten Sie in Ihrem Onlineshop Pullover an, sollte ein Keyword natürlich "Pullover" sein; bieten Sie Drogerieartikel an, können Sie Keywords wie "Vita- minpillen" nehmen. Auch Markennamen wie "Hugo Boss" oder "Taxoit" können Sie verwenden. Achten Sie jedoch darauf, dass Sie nur Suchbegriffe wählen, die für Ihren Onlineshop auch wirklich relevant sind: Haben Sie lediglich zwei Pullover von Hugo Boss im Sortiment aber zwanzig Pullover von Camp David, sollten Sie lieber letzteres zu einem Suchbegriff machen.

Schauen Sie auch einmal danach, wie gefragt bestimmte Keywords sind. Dabei hilft Ihnen das Tool von Google.

<https://adwords.google.de/keywordplanner>

Nützliche externe Tools:

Copyscape – zur Prüfung von externen Duplicate Content

Einer der größten Abstrafgründe ist Duplicate Content. Damit ist gemeint, dass ähnliche/gleiche Inhalte gefunden wurden, die über mehrere URLs erreichbar sind. Diesen zu vermeiden, sollte höchste Priorität haben. Durch Duplicate Content wird verhindert, dass Google Ihre Webseite einzigartig bewertet.

www.copyscape.com

Google Update Übersicht:

Google hat in den letzten Jahren sehr viele Algorithmus-Updates veröffentlicht, die Shops bewertet. Die wichtigsten im Überblick:

Google Panda: Die erste Version des Updates erschien im Februar 2011 und gibt es mittlerweile in der Version 4. Das Update bewertet die Inhalte einer Webseite. Sollten Webseiten schlechte/keine Inhalte haben, werden diese entsprechend von Google abgestraft.

Google Penguin: Erstmals aktiv wurde das Update im April 2012. Das Penguin Update bewertet die Webseite im On-Site und im Off-Site Bereich. Dabei verfolgt das Update die Prüfung von überoptimierten Webseiten. Dazu gehören besonders die Backlinks/Webkataloge.

<http://www.sistrix.de/google-updates>