

SEO und Keywords: relevante Keywords finden und richtig in die Website integrieren

Präsentiert von Matthias Hänni und
Mireille van Reenen

10

**Keywords:
welche Typen gibt
es und was Sie sonst
wissen müssen**

Wie suchen Menschen nach Ihrer Lösung?

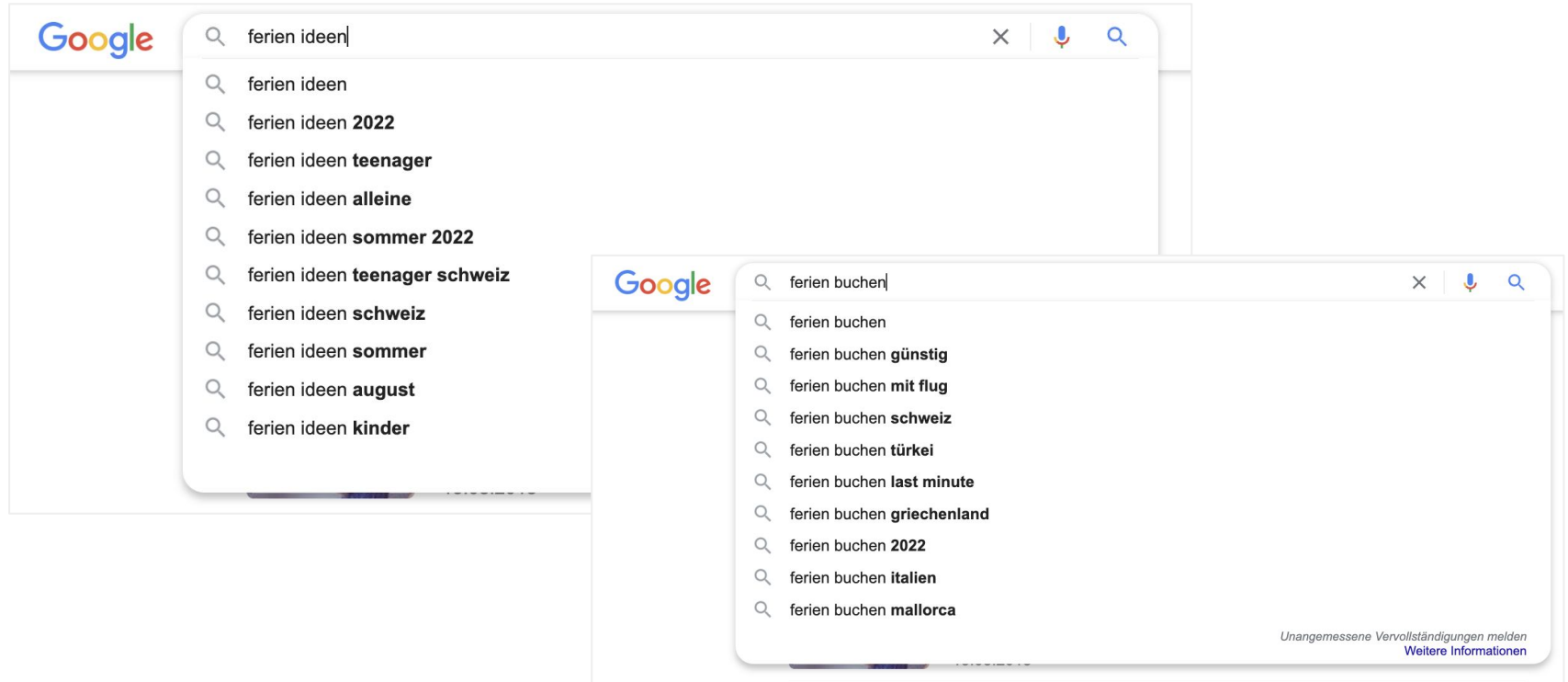
Google

Google-Suche

Auf gut Glück!

Beispiel 1: Ferien



Beispiel 2: Kopfschmerzen

The image displays three overlapping screenshots of Google search results, illustrating search suggestions for the query 'kopfschmerzen' and 'immer kopfschmerzen'.

Top Left Screenshot (Search: kopfschmerzen):

- Q kopfschmerzen
- Q kopfschmerzen **schwangerschaft**
- Q kopfschmerzen **stirn**
- Q kopfschmerzen **frühschwangerschaft**
- Q kopfschmerzen **corona**
- Q kopfschmerzen **hinterkopf**
- Q kopfschmerzen **und übelkeit**
- Q kopfschmerzen **linke seite**
- Q kopfschmerzen **nach sport**
- Q kopfschmerzen **tabletten**

Bottom Middle Screenshot (Search: kopfschmerzen lösen):

- Q kopfschmerzen lösen
- Q kopfschmerzen lösen
- Q kopfschmerzen lösen **in 4 min**
- Q kopfschmerzen lösen **übelkeit aus**
- Q kopfschmerzen **hinterkopf** lösen
- Q **nackenschmerzen** kopfschmerzen lösen
- Q kopfschmerzen **stirn** lösen
- Q kopfschmerzen **schläfe** lösen
- Q kopfschmerzen **durch nackenverspannung** lösen
- Q kopfschmerzen **nach blockaden** lösen
- Q kopfschmerzen **durch massage** lösen

Right Screenshot (Search: immer kopfschmerzen):

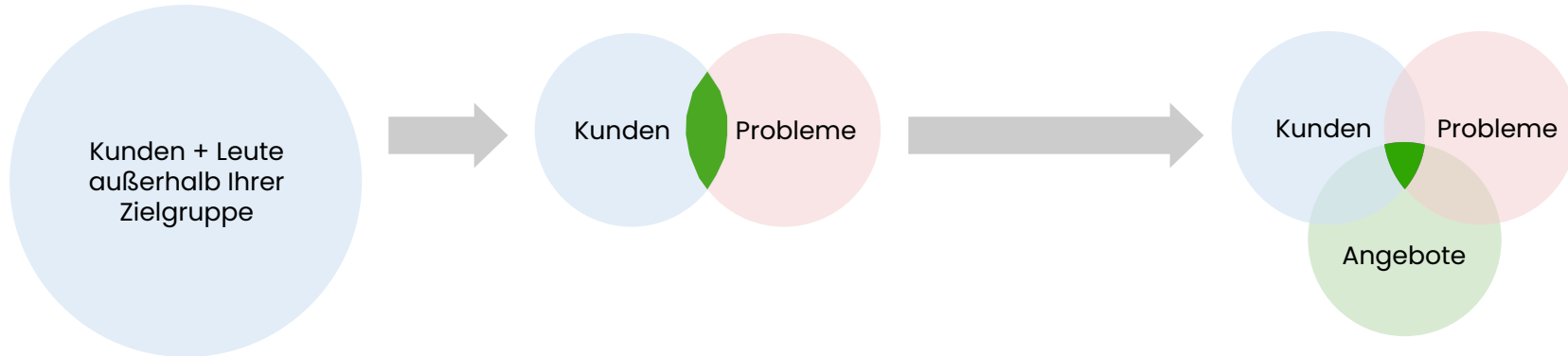
- Q immer kopfschmerzen
- Q immer kopfschmerzen **bei sonne**
- Q immer kopfschmerzen **ursache**
- Q immer kopfschmerzen **nach sport**
- Q immer kopfschmerzen **nach corona**
- Q immer kopfschmerzen **nach wenig alkohol**
- Q immer kopfschmerzen **bei hitze**
- Q immer kopfschmerzen **und müde**
- Q immer kopfschmerzen **am morgen**
- Q immer kopfschmerzen **hinter den augen**

**Das sind alles Keywords
Es gibt jedoch verschiedene Typen**

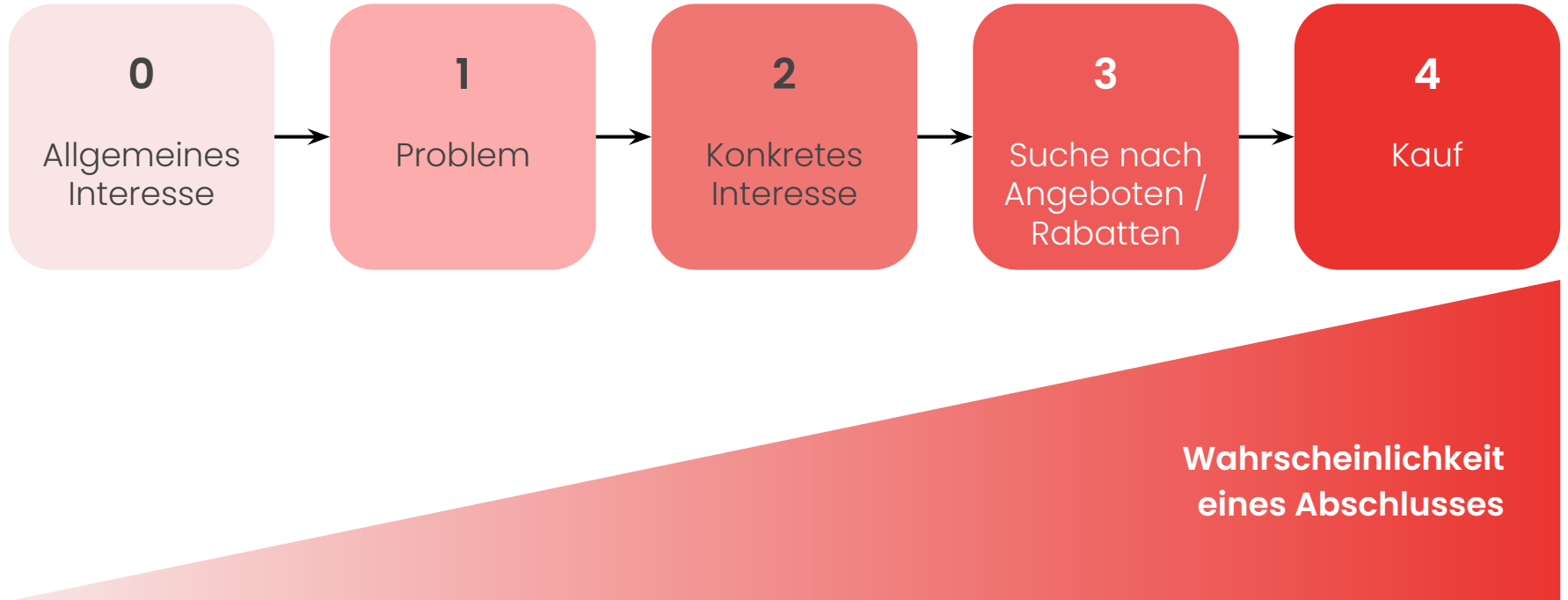
Die Etappen vom Bedürfnis zum Kauf



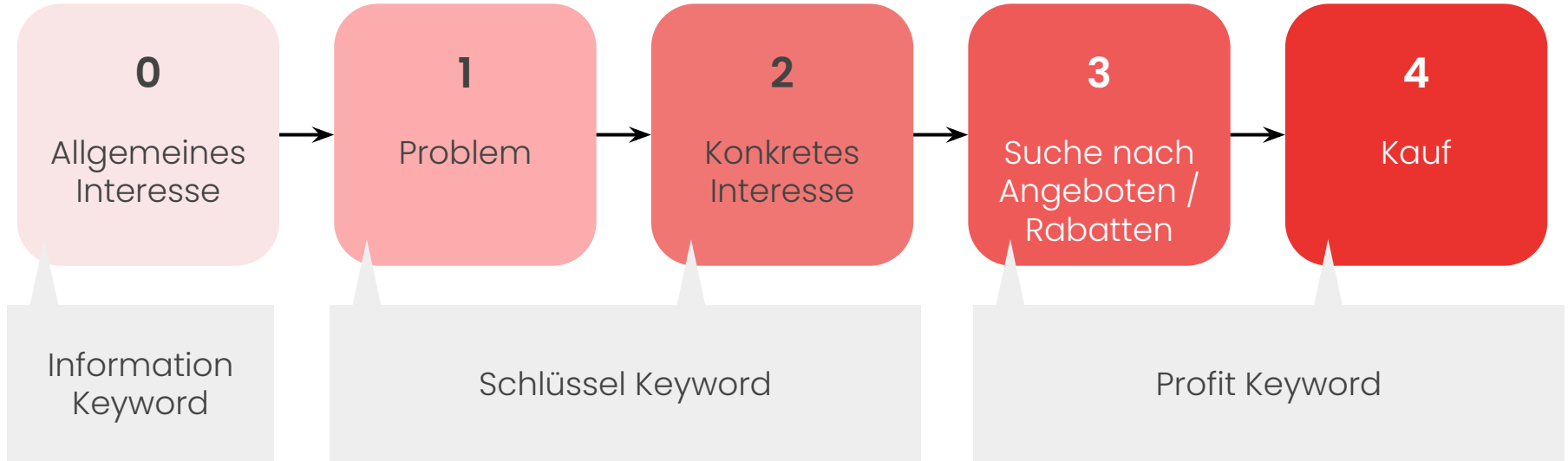
Von allgemeinen Keywords bis zu Lösungen und Angeboten, die genau zu Ihrer Nische passen



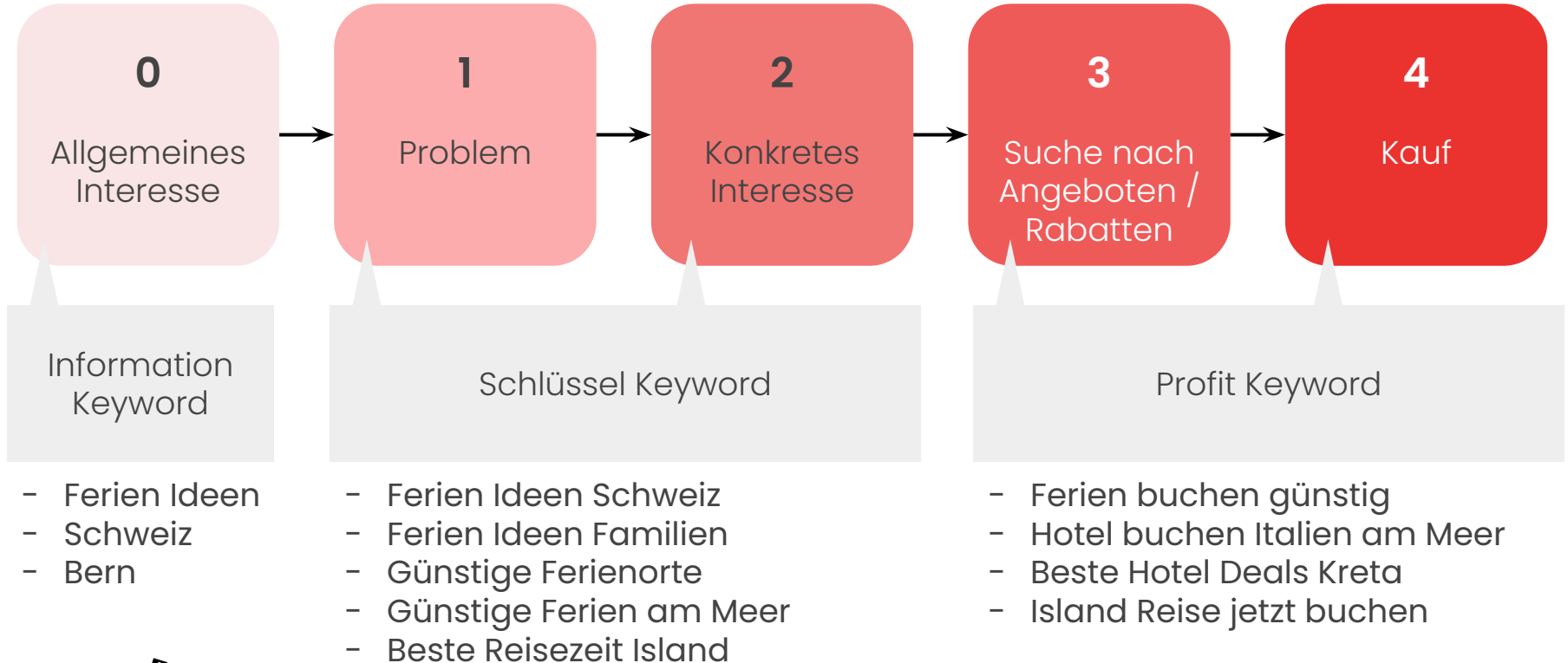
Und damit steigt die Kaufbereitschaft



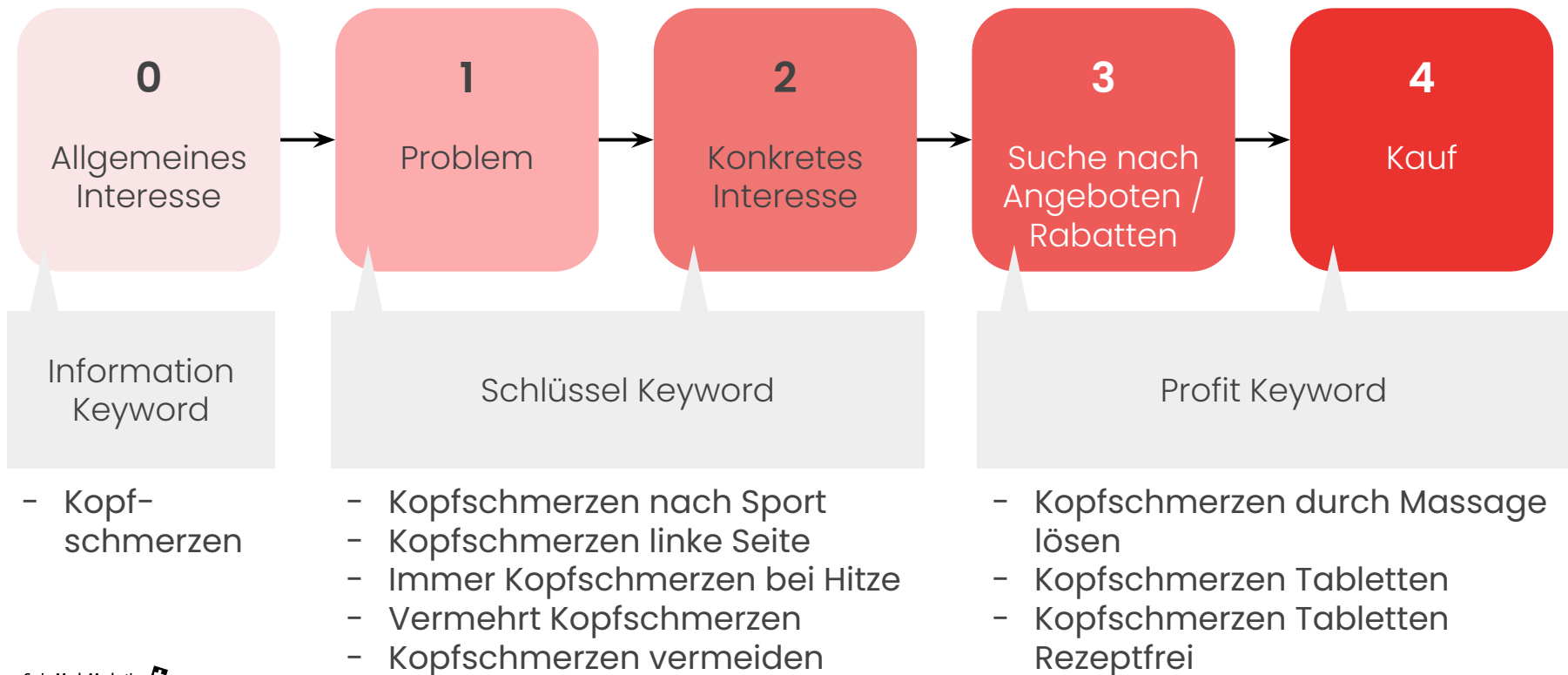
Die verschiedenen Keyword-Typen



Für die verschiedenen Etappen und Bedürfnisse Keywords finden – Beispiel 'Ferien'



Beispiel 'Kopfschmerzen'



Eine weitere Unterscheidung: 'Long Tail Keywords'

- spezifischer
- länger (3+ Wörter)
- relativ geringes Suchvolumen
- aber auch weniger Konkurrenz
- größere Chance, dass es sich um ein Profit-Keyword handelt

hotel italien



günstig hotel buchen italien am meer mit kindern



kopfschmerzen

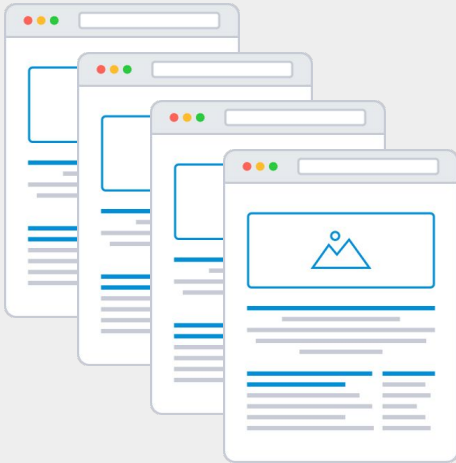


was hilft nachhaltig gegen kopfschmerzen ohne tabletten

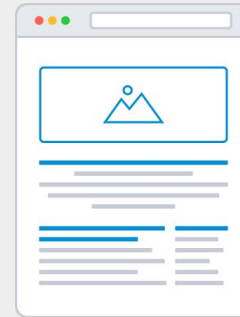


Wie Sie 'Long Tail Keywords' benutzen

Verschiedene Texte, die jeweils ein 'Long-Tail-Keyword' bedienen

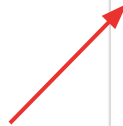


Ein Text über ein allgemeineres Keyword, in dem 'Long-Tail-Keywords' über den Text verteilt behandelt werden



Beispiel von einem unserer Kunden: Keyword-Funde als Text-Inspiration verwenden

- daten sichern
- datenrettung
- datenrettung festplatte
- datenrettung festplatte schwäb
- datenrettung head crash
- datenrettung mainhardt
- datenrettung schwäbisch hall
- datenträgerstruktur beschädigt
- festplatte
- festplatte funktioniert nicht
- festplatte piept
- festplatte reparieren
- festplatte wird nicht erkannt**
- head crash
- wie man eine defekte festplatte



The screenshot shows a web browser window with the URL gefund-it-datenrettung.de/datenrettung/datenrettung-computer/. The website has a red navigation bar with links: Home, Über uns, Datenrettung, Datenrettung Auftrag, Kontakt, Standort. The main heading is "Datenrettung Computer". Below it, there are several menu items: "Datenrettung Computer", "Datenrettung RAID", "Datenrettung USB-Sticks", and "Laptop Daten Retten". The main content area features a section titled "9-1-1 Was ist Ihr Notfall?" with a red-bordered quote: "Meine Festplatte wird nicht erkannt!". Below the quote, there is text explaining the issue and a call to action. At the bottom, there is a footer with "Proven Expert", "86 Kundenbewertungen", "SEHR GUT", "100 % Empfehlungen", and a testimonial snippet.

Das Denken aus der Sicht Ihrer Zielgruppe und die Verwendung von Keywords verstärken sich gegenseitig

Zielgruppe

Was ist das Problem Ihrer Zielgruppe, welche Lösung bieten Sie an?

Welche anderen Informationen sind relevant?

Texte

Relevant für Ihre Zielgruppe & bringen Traffic

Keywords

Welche Wörter / Phrasen verwendet Ihre Zielgruppe bei der Suche nach einer Lösung für Ihr Problem?



support@swissmademarketing.com