

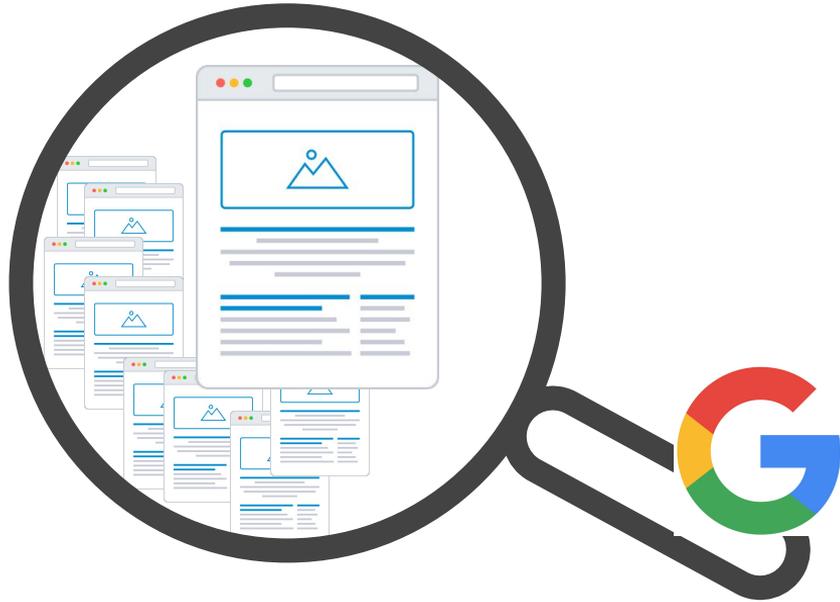
SEO Auswertungen: die wichtigsten Indikatoren und Ideen zur Optimierung

Präsentiert von Matthias Hänni und
Mireille van Reenen

15

Off-Page Optimierungen: Backlinks

Google bewertet die Qualität Ihrer Webseite: sind die Inhalte vertrauenswürdig? Sind Sie eine Autorität?



Suchabsicht:

Beantworten Sie die Frage eines Suchenden / geben Sie benötigte Infos?

Relevanz:

Ist Ihr Inhalt klar und relevant?

Qualität:

Bieten Sie Fachwissen? Sind Sie eine Autorität? Sind Ihre Inhalte vertrauenswürdig?

Off-page: aufgrund von Backlinks und Bewertungen weiß Google, ob Ihre Website vertrauenswürdig ist

Auf der Seite
(‘On-page’)

Abseits der Seite
(‘Off-page’)

Technisches

Lokales

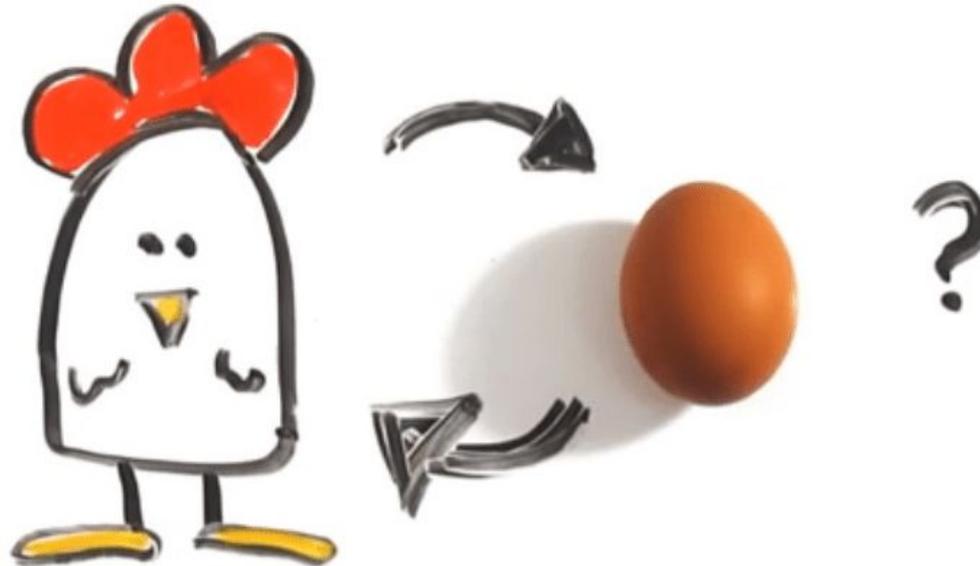
Links von
anderen
Websites, Social
Media, Blogs,
usw.

Verwaltung
Kunden-
rezensionen

*Kommt jetzt in
mehr Detail*

Bewertungen z.B. in
Google
Unternehmensprofil

Was kommt zuerst: Traffic oder Backlinks?



Auch mit den besten Backlinks können Sie schlechten Content nicht nachhaltig zum Ranken bringen

Hingegen:

Sie können sensationelle Inhalte auch ohne Backlinks zum Ranken bringen

Also, wenn Sie sich auf 1 Sache richten sollen, richten Sie sich auf Inhalte ('On-Page')

Weil ... solange Ihr Content nicht gut (genug) ist, wird niemand Ihnen ein Backlink erstellen

Überprüfen Sie Ihre aktuellen Backlinks und erstellen Sie eine Strategie, wie Sie (mehr) hochwertige Backlinks bekommen

Ihre derzeitigen Backlinks prüfen

Analysieren Sie Ihre Backlink-Profile
und entfernen Sie unerwünschte oder
schädliche Backlinks

Neue Backlinks erwerben

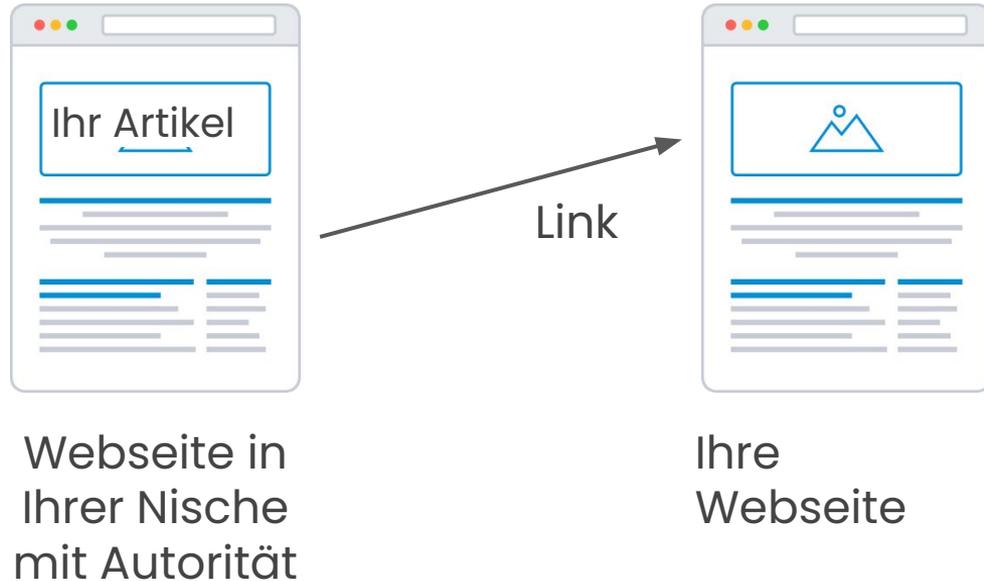
Erstellen Sie eine Backlink-Strategie, um
qualitativ hochwertige Backlinks von
relevanten Websites zu erhalten.

Legen Sie eine Strategie fest, wie Sie (mehr) hochwertige Backlinks erzielen können

- 1. Zielsetzung:** Definiere Ihre Ziele und was Sie mit Ihrer Backlink-Strategie erreichen möchten. Möchten Sie Ihre Sichtbarkeit erhöhen, Ihre Autorität stärken oder Traffic generieren?
- 2. Zielgruppe identifizieren:** Finde heraus, wer Ihre Zielgruppe ist und welche Websites sie besuchen. Suche nach Websites, die thematisch zu Ihrer eigenen passen.
- 3. Konkurrenzanalyse:** Analysiere die Backlinks Ihrer Konkurrenten. Finde heraus, von welchen Websites sie Backlinks erhalten und wie sie diese nutzen.
- 4. Content erstellen:** Erstelle hochwertigen und relevanten Content, der für andere Websites interessant ist. Biete Mehrwert und Lösungen für Probleme Ihrer Zielgruppe.
- 5. Outreach-Strategie:** Identifiziere potenzielle Websites, von denen Sie Backlinks erhalten möchten. Stelle eine Liste zusammen und entwickle eine Outreach-Strategie, um diese Websites anzusprechen.
- 6. Persönlicher Kontakt:** Suche nach den richtigen Ansprechpartnern auf den potenziellen Websites und trete mit ihnen in Kontakt. Sei höflich, zeige Interesse an ihrer Arbeit und erkläre, warum Ihr Content für ihre Leser relevant ist.
- 7. Gastbeiträge und Kooperationen:** Biete Gastbeiträge auf relevanten Websites an oder schlage Kooperationen vor, bei denen Sie auf deren Website verlinkt wird. Achte darauf, dass die Verlinkungen organisch und relevant sind.
- 8. Monitoring und Optimierung:** Überwache regelmäßig Ihre Backlinks und analysiere ihre Auswirkungen auf Ihre Website. Passe Ihre Strategie basierend auf den Ergebnissen an und optimiere kontinuierlich Ihre Backlink-Strategie.



Gastbeiträge: Vorgehensweise und Vorlagen

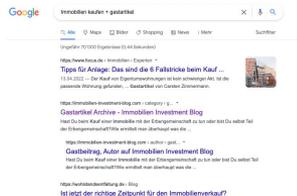


Wie Sie Schritt-für-Schritt vorgehen

1.

Blogs auf Google finden

Ihr Keyword + Gastartikel / Gastbeitrag / Gastautor



2.

Weitere Artikel dieses Autors finden

Finden Sie jede Seite mit einem Backlink auf die Website des Autors



3.

Betreiber der Websites kontaktieren

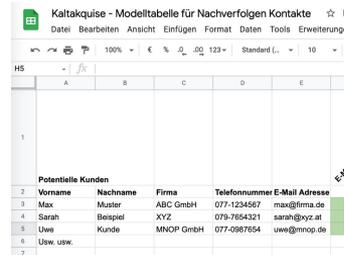
Schreiben Sie die Betreiber dieser Websites an und fragen Sie diese, ob sie Ihren Artikel veröffentlichen möchten



4.

Nachverfolgen

Verfolgen Sie die Antworten & Senden Sie eine leicht modifizierte E-Mail, wenn keine Antwort erfolgte



	A	B	C	D	E
1					
2	Potentielle Kunden				
3	Vorname	Nachname	Firma	Telefonnummer	E-Mail Adresse
4	Max	Muster	ABC GmbH	077-1234567	max@firma.de
5	Sarah	Beispiel	XYZ	079-7654321	sarah@xyz.at
6	Uwe	Kunde	MNOP GmbH	077-0987654	uwe@mnop.de
7	Uwe. uwe.				

Vorlage – Wie Sie Webseite-Betreiber kontaktieren und fragen, ob sie Ihren Artikel veröffentlichen

E-Mail 1

Betreffzeile, z.B.:

Gastartikel für www.xxx.de

Text:

Hallo xxx,

ich bin Max Mustermann, Betreiber von guestblogs.com.

Auf Ihrer Website habe ich gesehen, dass Sie Artikel zum Thema [THEMA EINFÜGEN] veröffentlichen. Seit über xxx Jahren schreibe ich ebenfalls über dieses Thema.

Ich habe folgenden Artikel verfasst und bin überzeugt, dass die Inhalte sehr wertvoll für Ihre Leser sind:

[ARTIKEL EINFÜGEN] >>>

Zu diesem Thema habe ich übrigens noch mehr Artikel in petto. Es wäre mir wirklich eine Ehre, einen Gastartikel auf Ihrem Blog zu veröffentlichen. Selbstverständlich garantiere ich hochwertige Inhalte.

OPTIONAL

Im Gegenzug würde ich mich freuen, wenn ich Sie als Gastautor auf meinem eigenen Blog begrüßen dürfte.

Sie können sich meine Website hier anschauen>>>

Ich freue mich, von Ihnen zu hören.

Viele Grüße

Max Mustermann

E-Mail 2

Betreffzeile, z.B.:

Kann ich Ihren Artikel auf meinem Blog veröffentlichen?

Text:

Hallo xxx,

vielen Dank, dass ich einen Gastartikel auf Ihrer Seite veröffentlichen darf.

Vielleicht wären Sie daran interessiert, das Gleiche für guestblogs.com zu tun?

Ich habe Ihren Blog durchgeschaut und einige großartige Inhalte entdeckt, die meine Leser brennend interessieren würden.

Hier die Titel der Artikel, die ich gefunden habe:

[TITEL HIER EINFÜGEN]

[TITEL HIER EINFÜGEN]

[TITEL HIER EINFÜGEN]

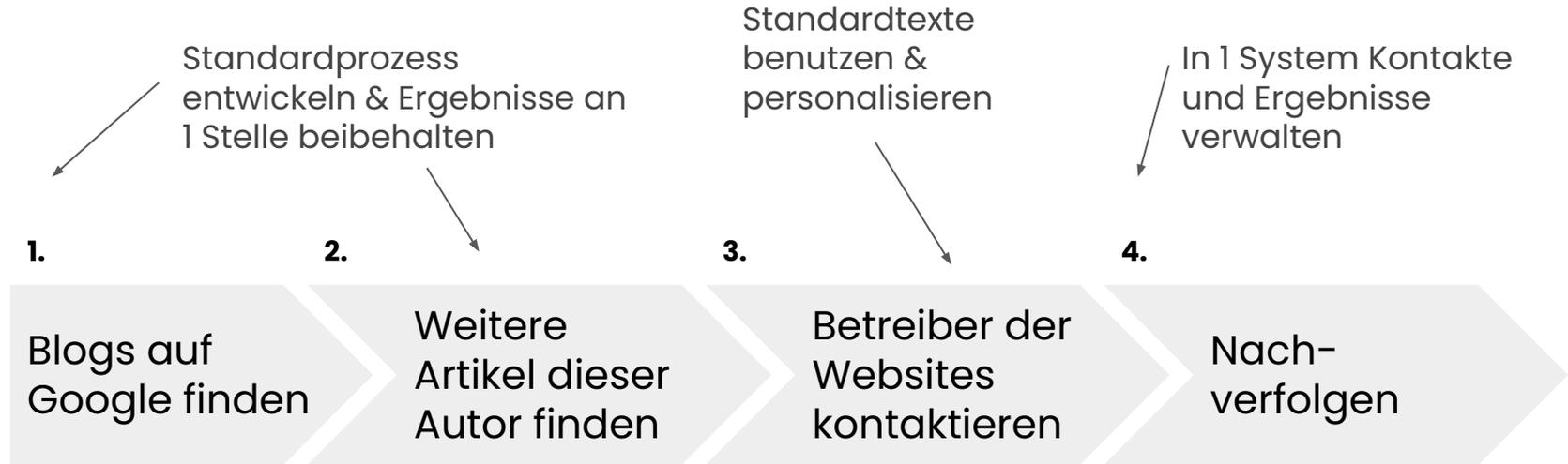
Vielleicht haben Sie auch noch einen anderen Artikel, den Sie gerne auf meinem Blog teilen würden? Schreiben Sie mir einfach eine E-Mail.

Ich bin gespannt auf Ihre Antwort.

Viele Grüße

Max Mustermann

Wichtig: erstellen Sie einen effizienten Arbeitsablauf



Kaltakquise - Modelltable für Nachverfolgen Kontakte

Vorname	Nachname	Firma	Telefonnummer	E-Mail Adresse
Max	Muster	ABC GmbH	077-1234567	mex@firma.de
Sarah	Beispiel	XYZ	079-7654321	sarah@xyz.at
Uwe	Kunde	MNOP GmbH	077-0987654	uwe@mnoop.de
Usw. usw.				

Alternative zu den Gastbeiträgen: Das Gleiche können Sie auch machen mit Infografiken

Die Grafik zeigt eine
Prognose für die
Social-Media-
Werbeausgaben in
Deutschland



Infografiken: wie Sie Schritt-für-Schritt vorgehen

Webseiten und Blogs finden

In Ihre Nische

Google: 'Ihr Keyword' + 'Infografik' oder 'Infographic' usw.

Urheber herausfinden

Webseiten prüfen: welche Infografiken passen am besten zu Ihrem Thema?

Verweis auf ursprünglichen Ersteller nachforschen

Webseite von Urheber herausfinden

Links suchen: wer publiziert solche Infografiken

Urheber Webseite hat erste Priorität. Webseiten, die die Grafik geteilt haben, sollen auch geprüft werden

Tipp: 'Rekursive Suche' in BacklinkSpy durchführen

So haben Sie eine Liste aller Websites, die zu Ihrem Nischenthema passende Grafiken publiziert haben

Webmaster anschreiben

Auf Ihre eigene Infografik verweisen

Tipp: Gehen Sie in Ihrer E-Mail ganz spezifisch auf Ihre Infografik ein

Vorlage – Wie Sie Webmaster anschreiben und Ihre Infografik anbieten

E-Mail

Betreffzeile, z.B.:

Diese Infografik ist für www.xxx.de

Text:

Hallo xxx,

kürzlich bin ich über Ihre Website [WEBSITE EINFÜGEN] gestolpert.

Passend zum Thema [THEMA EINFÜGEN] habe ich eine Infografik, die Sie interessieren könnte:

[LINK EINFÜGEN]

Sie können diese gerne auf Ihrer Website veröffentlichen.

Hier ist der Embed Code:

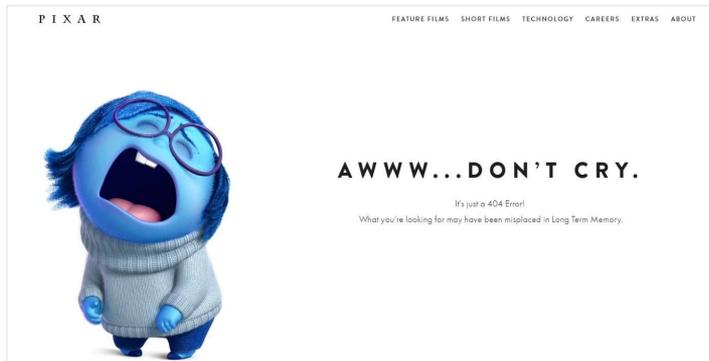
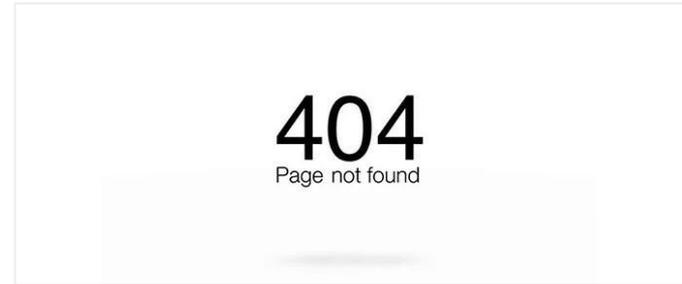
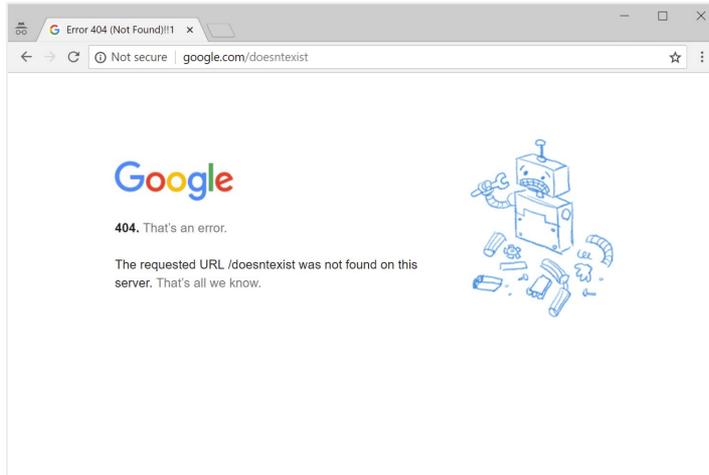
[EMBED CODE EINFÜGEN]

Viele Grüße

Max Mustermann

Tipp:
Gehen Sie in Ihrer E-Mail ganz spezifisch auf Ihre Infografik ein

Noch eine Möglichkeit: defekte Links reparieren



Defekte Links: wie Sie Schritt-für-Schritt vorgehen

Ressourcen-
Webseiten
finden

—————▶
In Ihrer Nische

Seiten mit
Link-Sammlungen zu
einem spezifischen
Thema

Google: 'Ihr Keyword' +
'Ressourcen' oder
'Linkliste' usw.

Links prüfen

—————▶
Defekten 404-Links
heraussuchen

Tipp: Chrome Extensions
(suche: "broken link")

Tipp: 'Outbound Links' in
BacklinkSpy
recherchieren und mit
diesen Links neue Suche
starten. Ergebnisse auf
'Status Code' sortieren
und filtern, um 404-Links
zu finden

Backlinks
suchen, die auf
defekten Link
zeigen

—————▶
Tipp: Liste mit 404-Links
in BacklinkSpy
expandieren und
'Rekursive Suche'
durchführen.

Seiten-
Administratoren
kontaktieren

—————▶
Fokus auf Seiten mit
hoher Moz-Rank und
Domain-Authority

Einen funktionierenden
Link zu einem
ähnlichen Artikel auf
Ihrer Webseite
mitsenden

Vorlage – Wie Sie Webseite-Administratoren kontaktieren bezüglich fehlerhaften Links

E-Mail 1

Betreffzeile, z.B.:

Defekter Link auf www.xxx.de

Text:

Hallo xxx,

ich habe gerade Inhalte zum Thema [THEMA EINFÜGEN] recherchiert und bin auf einen defekten Link gestoßen, der von Ihrer Website [WEBSITE NAME EINFÜGEN] ausgeht:

[LINK EINFÜGEN]

Zufälligerweise habe ich selbst einen Artikel zum Thema [THEMA EINFÜGEN] in petto: [ARTIKEL URL EINFÜGEN]

Ich weiß, dass defekte Links von Besuchern nicht gerne gesehen werden und dass es sehr viel Zeit kostet, neue passende Inhalte zu erstellen.

Deshalb ein Artikelvorschlag von mir, auf den Sie gerne verlinken können.

Schauen Sie sich den Artikel doch einfach an und lassen Sie mich wissen, ob er zu Ihrer Website passt.

Viele Grüße

Max Mustermann

E-Mail 2

Betreffzeile, z.B.:

Defekter Link auf www.xxx.de

Text:

Hallo xxx,

ich habe gerade einen Artikel auf Ihrer Website gelesen: [ARTIKEL URL EINFÜGEN]. Dabei ist mir ein defekter Link aufgefallen:

[LINK EINFÜGEN]

Ich habe selbst einen ausführlichen Artikel zum Thema [THEMA EINFÜGEN] geschrieben. Werfen Sie doch einmal einen Blick darauf:

[ARTIKEL URL EINFÜGEN]

Defekte Links sind bekanntlich schlecht für die Nutzererfahrung. Ein Besucher, der auf einem defekten Link landet, kehrt vielleicht nie mehr zu Ihrer Seite zurück, da er dort nicht die Lösung gefunden hat, die versprochen wurde.

Sie können Ihren defekten Link gerne reparieren, indem Sie auf meinen Artikel verlinken.

Lassen Sie mich wissen, was Sie von diesem Vorschlag halten.

Viele Grüße

Max Mustermann

E-Mail 3

Betreffzeile, z.B.:

Danke, [VORNAME]

Danke, Frau / Herr [NACHNAME]

Text:

Hallo xxx,

ich habe wirklich gutes Feedback zu dem Artikel erhalten, mit dem wir Ihren defekten Link ersetzt haben (siehe Screenshot unten).

Dadurch kamen auch einige neue Besucher auf meine Seite. Ich möchte mich auf diesem Weg ganz herzlich bei Ihnen bedanken!

Lassen Sie mich wissen, wenn es etwas gibt, bei dem ich Sie unterstützen kann.

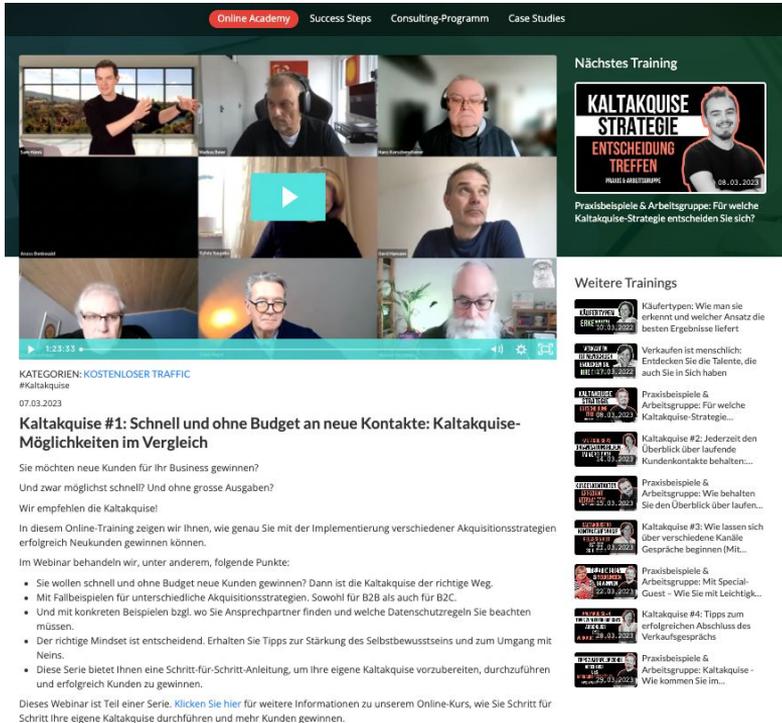
Hier ein Screenshot der Kommentare, die ich erhalten habe:

[SCREENSHOT EINFÜGEN]

Viele Grüße

Max Mustermann

Hinweis: Kaltakquise-Serie



The screenshot shows a video player interface for an online training session. At the top, there are navigation tabs: 'Online Academy', 'Success Steps', 'Consulting-Programm', and 'Case Studies'. The main content area is divided into a grid of video thumbnails and a sidebar. The sidebar on the right contains a 'Nächstes Training' section with a large video thumbnail titled 'KALTAKQUISE STRATEGIE ENTSCHEIDUNG TREFFEN' and a date '08.03.2023'. Below this is a 'Weitere Trainings' section with a list of smaller video thumbnails and titles. The video player itself shows a grid of participants in a virtual meeting.

Nächstes Training

KALTAKQUISE STRATEGIE ENTSCHEIDUNG TREFFEN
08.03.2023

Praxisbeispiele & Arbeitsgruppe: Für welche Kaltakquise-Strategie entscheiden Sie sich?

Weitere Trainings

- KAUFERTYPEN** Käufertypen: Wie man sie erkennt und welcher Ansatz die besten Ergebnisse liefert
- VERKAUFEN** Verkaufen ist menschlich: Entdecken Sie die Talente, die auch Sie in sich haben
- KALTAKQUISE** Praxisbeispiele & Arbeitsgruppe: Für welche Kaltakquise-Strategie...
- KALTAKQUISE #2** Kaltakquise #2: Jederzeit den Überblick über laufende Kundenkontakte behalten...
- PRAXISBEISPIELE & ARBEITSGRUPPE** Praxisbeispiele & Arbeitsgruppe: Wie behalten Sie den Überblick über laufen...
- KALTAKQUISE #3** Kaltakquise #3: Wie lassen sich über verschiedene Kanäle Gespräche beginnen (Mit...
- PRAXISBEISPIELE & ARBEITSGRUPPE** Praxisbeispiele & Arbeitsgruppe: Mit Special-Guest - Wie Sie mit Leichtigkeit...
- KALTAKQUISE #4** Kaltakquise #4: Tipps zum erfolgreichen Abschluss des Verkaufsgesprächs
- PRAXISBEISPIELE & ARBEITSGRUPPE** Praxisbeispiele & Arbeitsgruppe: Kaltakquise - Wie kommen Sie im...

KATEGORIEN: KOSTENLOSER TRAFFIC
#Kaltakquise
07.03.2023

Kaltakquise #1: Schnell und ohne Budget an neue Kontakte: Kaltakquise-Möglichkeiten im Vergleich

Sie möchten neue Kunden für Ihr Business gewinnen?
Und zwar möglichst schnell? Und ohne grosse Ausgaben?

Wir empfehlen die Kaltakquise!

In diesem Online-Training zeigen wir Ihnen, wie genau Sie mit der Implementierung verschiedener Akquisitionsstrategien erfolgreich Neukunden gewinnen können.

Im Webinar behandeln wir, unter anderem, folgende Punkte:

- Sie wollen schnell und ohne Budget neue Kunden gewinnen? Dann ist die Kaltakquise der richtige Weg.
- Mit Fallbeispielen für unterschiedliche Akquisitionstrategien. Sowohl für B2B als auch für B2C.
- Und mit konkreten Beispielen bzgl. wo Sie Ansprechpartner finden und welche Datenschutzregeln Sie beachten müssen.
- Der richtige Mindset ist entscheidend. Erhalten Sie Tipps zur Stärkung des Selbstbewusstseins und zum Umgang mit Neins.
- Diese Serie bietet Ihnen eine Schritt-für-Schritt-Anleitung, um Ihre eigene Kaltakquise vorzubereiten, durchzuführen und erfolgreich Kunden zu gewinnen.

Dieses Webinar ist Teil einer Serie. [Klicken Sie hier](#) für weitere Informationen zu unserem Online-Kurs, wie Sie Schritt für Schritt Ihre eigene Kaltakquise durchführen und mehr Kunden gewinnen.

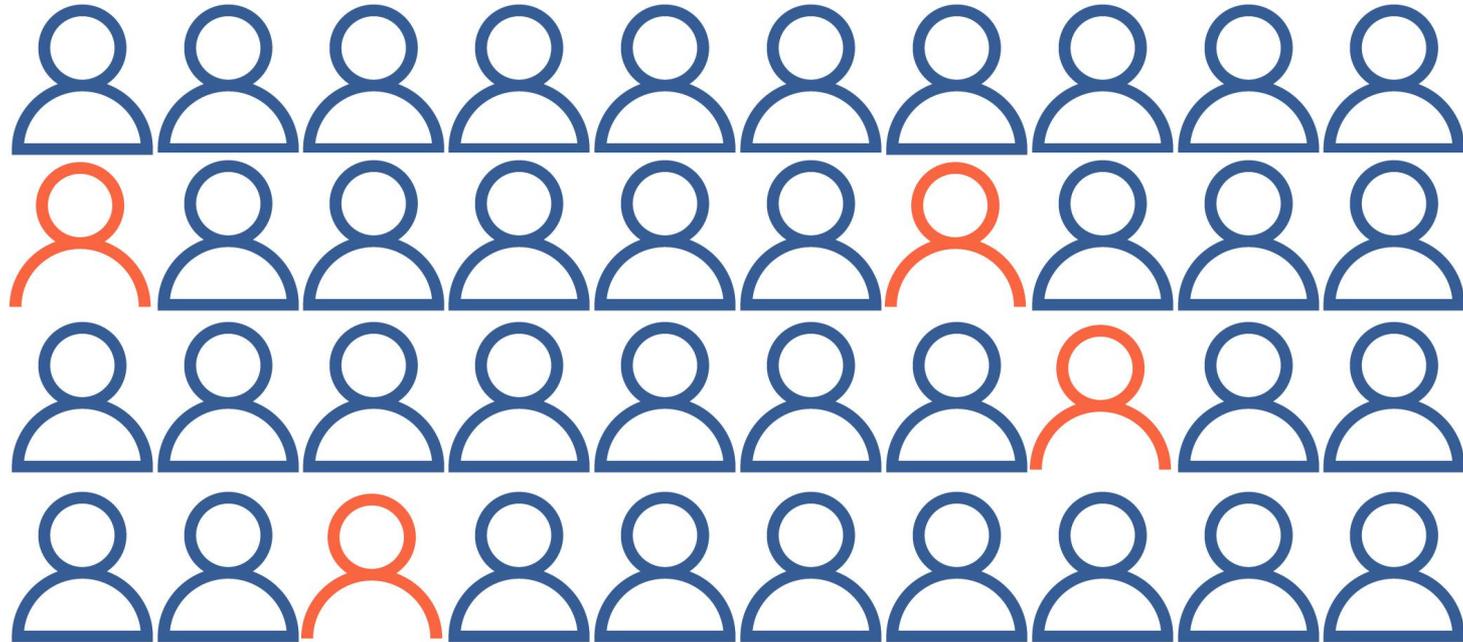
März 2023

(4x Training, 4x Arbeitsgruppe, Bonus Trainings)

[Schnell und ohne Budget an neue Kontakte: Kaltakquise-Möglichkeiten im Vergleich](#)

Fazit: Zahlenspiel & gute Organisation

Wie bei Kaltakquise: es ist ein 'Zahlenspiel'



Wenn Backlinks Ihr Fokus sind: richten Sie sich nicht unbedingt auf Ihre Kunden

Ihre potenziellen Kunden - Leute mit Fragen & Problemen in Ihre Nische

>> Sie wollen von diesen Leuten gefunden werden auf Google:

>> deshalb nutzen Sie Keywords die diese Leute benutzen in Ihrer Suche

Webseite-Betreiber mit hoher Domain Authority usw. in Ihrer Nische

>> Sie hätten gerne Backlinks von diesen Webseiten, um Ihr eigenes Ranking zu steigern.

Das benötigt manchmal andere Inhalte, als Sie für Ihre Kunden produzieren

Beispiel von Brian Dean: Blog-Artikel bewusst geschrieben für Journalisten über ein 'heißes Thema'

The image shows two screenshots of articles. The top one is from Backlinko, titled 'TikTok User Statistics (2023)' by Brian Dean, updated on Mar. 27, 2023. It features a dark blue header with the Backlinko logo and navigation links (Home, About, Newsletter). Below the header is a social share button showing 238 shares on Twitter and Facebook. The main content area has a large graphic with the TikTok logo and various data visualization elements like charts and a percentage sign. The text below the graphic discusses TikTok's rapid growth, mentioning that it surpassed Facebook and Instagram in user base size in 2021. The bottom screenshot is from Bloomberg Wealth, titled 'World's Most Influential Money Manager Enters the TikTok Sphere'. It features a black and white image of a person and a text box that says 'While the brief, quirky content may seem uncharacteristic for the financial giant, TikTok has a highly engaged audience – nearly half of them between the ages of 10 and 29, according to Backlinko.' A curved arrow points from the Bloomberg article back to the Backlinko article.

- Strategie 'Reverse Outreach' oder 'Umgekehrte Reichweite'
- Zielgruppe: Journalisten
- Themen: 'Trending Topic' in Ihrer Nische, recherchieren Sie die 'Ähnliche Fragen' bei Google
- Daten, viele Daten, die Leute suchen - inkl. Grafiken und Tabellen
- Texte mit Fragen (auch in Überschriften) und gleich kurze Antworten dazu
- Haben Sie Geduld: es kann einigen Monaten dauern, bevor Sie Backlinks bekommen
- Diese Seite jedes Quartal aktualisieren

Noch einige Worte zu Ihrer Backlink-Strategie

- Es benötigt harte Arbeit. Setzen Sie es konsequent um
- Sie investieren in langfristige Ergebnisse
- Setzen Sie auf Qualität statt Quantität
 - Fokus auf Backlinks von hochwertigen, bedeutenden Websites innerhalb Ihrer Nische
 - Kaufen Sie keine Backlinks
- Fügen Sie Infografiken in Ihre Inhalte ein
- Verwenden Sie 'Link-Magnete', um Benutzer zu ermutigen, auf natürliche Weise auf Ihre Inhalte zu verlinken

support@swissmademarketing.com