

# SEO Auswertungen: die wichtigsten Indikatoren und Ideen zur Optimierung

Präsentiert von Matthias Hänni und  
Mireille van Reenen



## Arbeitsblätter

Zum Ausdrucken oder digital  
Bearbeiten mit PDF Editor  
(z.B. Acrobat oder Online Tool wie  
Dochub

<https://dochub.com/pdf-editor>)

# Woher bekommen Sie die Daten für die Auswertungen?

## Ranking auf Google



Tools:  
(zB RankTracker)

...

...

...

## Traffic: Besucher Seite



Tools:  
(zB TrafficAnalysis,  
Google Analytics)

...

...

...

## Abonnenten, Verkäufe



Tools:  
(zB Newsletter Programm,  
CRM, Webinar-System)


...

...

...

# Vorlage: SEO Maßnahmen Auswertungen



ONLINE ACADEMY		SwissMadeMarketing 						
Serie: SEO und Organische Maßnahmen								
<p>Hier finden Sie eine Vorlage zum Nachverfolgen und Interpretieren der Ergebnisse Ihrer Organische Maßnahmen (SEO oder Suchmaschinenoptimierung)                      Passend zur Webinar-Serie vom August 2023</p>								
Organische Maßnahmen: SEO AUSWERTUNGEN - Vorlage								
Datum		Ist-Analyse	+ 1 Monat	+ 2 Monate	+ 3 Monate	+ 4 Monate	+ 5 Monate	+ 6 Monate
<b>Beschreibung / Bemerkungen</b> (z.B. welche Maßnahmen haben Sie durchgeführt?)								
<b>Ranking auf Google</b>	Keyword 1							
	Keyword 2							
	Keyword 3							
	Keyword 4							
	Keyword 5							
	Keyword 6							
	Keyword 7							
	Keyword 8							
	Keyword 9							
	Keyword 10							
<b>Besucher Webseite (Traffic)</b>	Unterseite 1							
	Unterseite 2							
	Unterseite 3							
	Unterseite 4							
	Unterseite 5							
	Gesamte Webseite							
<b>Abonnenten / Verkäufe - je nach Ihrem Call-to-Action auf der Webseite</b>	Anzahl der Newsletter-Abonnenten							
	Anzahl Neue Abonnenten	-	0	0	0	0	0	0
	Anzahl Anmeldungen Webinar							
	Anzahl Termine							
	Anzahl Probe-Abos							
	Anzahl Verkäufe							
	Umsatz Verkäufe							
<b>Ergebnis pro Besucher</b>	Neue Abonnenten / Besucher	-	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
	Verkäufe / Besucher	-	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!

Ziel Rankings:  
Auf Seite 1 der Google Ergebnisse

Ziel Traffic:  
Jeden Monat eine höhere Zahl als im Vormonat

Ziel Abonnenten:  
Jeden Monat eine höhere Zahl als im Vormonat  
Verkäufe evtl. stabil wenn auf gewünschten Wert

# Wenn Sie auf mehr Backlinks setzen, was ist dann Ihre Strategie?

1. **Zielsetzung:** Was möchten Sie mit Ihrer Backlink-Strategie erreichen? ... ..

2. **Zielgruppe identifizieren:** Welche Websites besucht Ihre Zielgruppe und passt zu Ihrer? ... ..

3. **Konkurrenzanalyse:** Von welchen Websites erhalten Konkurrenz-Websites Backlinks? ... ..

4. **Content erstellen:** Brainstormen Sie Content Ideen, die für andere Websites interessant sind. ... ..

5. **Outreach-Strategie:** Welche Websites möchten Sie kontaktieren? Wie werden Sie das tun? ... ..

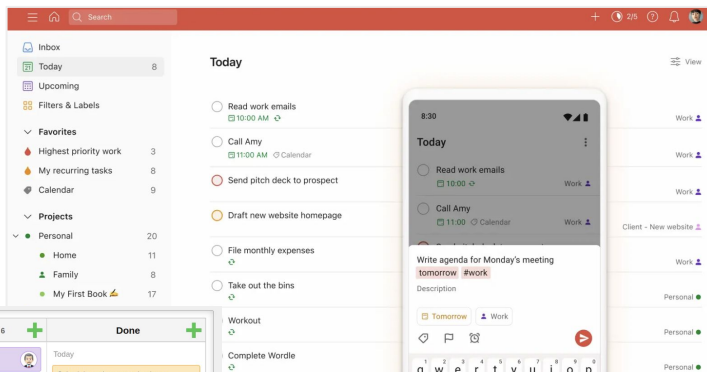
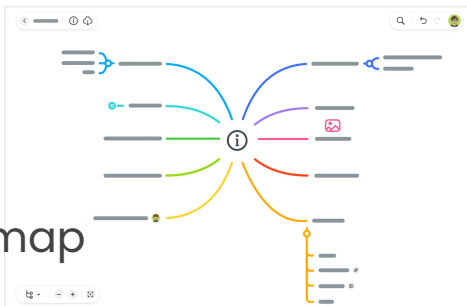
6. **Persönlicher Kontakt:** Liste den richtigen Ansprechpartnern auf. ... ..

7. **Gastbeiträge und Kooperationen:** Brainstormen Sie Ideen für Gastbeiträge und / oder Kooperationen. ... ..

8. **Monitoring und Optimierung:** Wie werden Sie Ihre Aktivitäten strukturiert umsetzen, und Ihre Backlinks überwachen und analysieren? ... ..

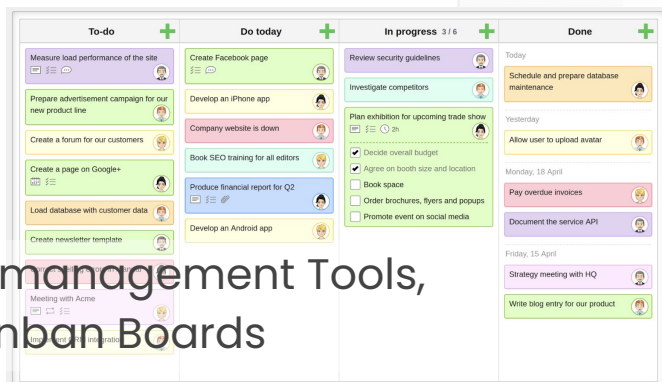
# Wie werden Sie Ihre Arbeit strukturieren?

Mindmap



To-do-Liste  
App

Projektmanagement Tools,  
wie Kanban Boards



Altmodisch,  
jedoch effektiv:  
Stift und Papier



[support@swissmademarketing.com](mailto:support@swissmademarketing.com)