SEO-optimiertes Texten

Prinzipiell gilt: Google und andere Suchmaschinen suchen nach Keywords im Content. Mit Keywords steht und fällt die Auffindbarkeit meines Auftritts im Web.

- Lesbarkeit hat Vorrang. Ein nutzerfreundlicher Text beinhaltet automatisch eine Vielzahl einschlägig fokussierter Keywords.
- Zentrales Keyword im Titel verwenden, im Text teilweise durch Synonyme ersetzen.
- Keyworddichte: relative Häufigkeit, wie oft ein Keyword im Text vorkommt. Früher ein Rankingfaktor, heute nicht mehr.
- WDF*IDF (Within Document Frequency*Inverse Document Frequency): Formel, mit der berechnet wird, wie hoch die Keyworddichte in meinem Text im Vergleich zu ähnlichen Texten auf anderen Websites ist. www.wdfidf-tool.com
- Fett gedruckte Keywords und Zwischentitel: Wenig direkter Einfluss auf Ranking, aber leichter lesbar, deshalb mehr traffic und deshalb über Umweg Rankingnutzen.
- Bilder und Videos: Keywords in ALT-Attribute (Alternativer Text) einbauen, Keywords in Dateinamen, z.B. „Katze.jpeg“
- Bilderdateien in der Größe hochladen, in der sie verwendet werden. 3000px auf 150px skaliert bedeutet, dass trotzdem das 3000px-Bild hochgeladen wird.
- Textaufbau: klassisch wie Print. Titel – Vorspann – Text in Absätzen, evtl. Zwischentitel.
- Sprungmarken setzen: Keywords, die beim Lesen helfen und von Google belohnt werden (siehe Text „Sprungmarken für WordPress“).
- Standardschriftarten verwenden, die von allen Browsern dargestellt werden können, zusätzlich sympathischer fürs Auge.
- In-Text-Verlinkung einzelner Wörter oder Phrasen: Querverweise auf andere eigene Website-Inhalte, dazu gerne externe Links. Achtung: Öffnen in neuem Tab einstellen!