

Meine „Wunsch-Keywörter“ bei Google eingeben und Top-Platzierungen notieren. Beispiel: Ich gebe „Tonstudio Köln“ in die Suchmaske ein und notiere mir die ersten fünf Webseiten von „echten“ Anbietern. Plattformen, Foren, journalistische Beiträge usw. ignoriere ich.

Websites der direkten, „gutrankenden“ Mitbewerber analysieren. Beispiel: Nachdem ich die gleiche Suche auch für ähnliche Keywörter gemacht habe („Tonaufnahmen Köln“, „Tonstudio in Köln“), ergibt sich eine Schnittmenge, in der sich die stärksten Mitbewerber befinden. Ich mache mir Notizen zu meinen ersten Eindrücken: Gesamteindruck, Benutzerfreundlichkeit, Ansprache, Fotos, Textmenge usw.

Welche Seitenstruktur haben die Websites der erfolgreichen Mitstreiter? Hier schauen wir uns die Menüs oben und eventuell an den Seiten der Website an. Wie viele Menüpunkte sehen wir dort, wie sind die einzelnen Unterseiten benannt? Welche Hauptthemen können wir extrahieren? Tauchen die Keywords in den Seitentiteln auf? Gibt es viel Content zu den einzelnen Themen?

Verwende ich diese Wunsch-Keywörter schon hinreichend in meinen eigenen Texten und in der Seitenstruktur? An dieser Stelle vergleiche ich das Gesehene zum ersten Mal mit meiner eigenen Webpräsenz. Benutze am besten ein Tool, um die Keyword-Dichte zu bestimmen.

Wo lande ich selber mit diesen Keywörtern bei Google? Diese Aufgabe ist schnell abgehakt. Gebe die Keywörter ein und suche dich selber bei Google. Notiere dir die Platzierungen bei den verschiedenen Keyword-Kombinationen mit Datum.