

Wirksames SEO beginnt bei den Keywords

Die auf SEO spezialisierte Online-Marketing Agentur clickraum bietet eine spezielle Keyword-Recherche für B2B-Unternehmen an, die besonders schnell und umfassend den Marktbedarf checkt und für bezahlbare Sichtbarkeit sorgt

November 2021 | Langen bei Frankfurt M., clickraum GmbH

- Pressemitteilung -

"Wir verzeichnen in diesem Jahr ein verstärktes Interesse nach Analysen und Branchenrecherchen für SEO-Keywords", sagt Tim Krebs, Geschäftsführer der clickraum GmbH (Langen, Frankfurt-Süd). Der Wunsch nach mehr Sichtbarkeit auf der ersten Suchergebnisseite hat in den Krisenmonaten zugenommen, um rückläufiges Neukundengeschäft auszugleichen. Viele Unternehmen sind zur Zeit wegen der Cookie-Problematik verunsichert noch mehr Budget in Pay-per-Click zu investieren und setzen daher verstärkt auf organische Suchtreffer-Optimierungen (SEO). Diese sind bei einem breit aufgestellten Keyword-Set vergleichsweise stabil und sichern einen stetigen Besucherstrom. "Doch damit diese Rechnung aufgeht sind zuverlässige und belastbare Daten nötig, bevor eine Budgetierung der SEO-Maßnahmen beginnen kann", so Krebs.

Hintergrund ist, dass eine Suchmaschinen-Optimierung diverse Anpassungen nach sich zieht und oftmals auch Extra-Contents entwickelt werden müssen. Dieser zeitliche Aufwand gilt es in Balance mit dem Budget zu bringen und sich auf Keywords zu konzentrieren, die die höchsten Erfolgchancen haben, sagt Tim Krebs, SEO-Manager bei clickraum. Hierfür sucht die Agentur aus Frankfurt-Süd nach Goldnuggets in den Keyword-Räumen und inspiriert Marketing & Vertrieb mit ihren Themenvorschlägen.

Keywords mit hohen Erfolgchancen qualifizieren

"Wir beobachten bei der Wahl der Keywords durch das Marketing immer eine kleine Unsicherheit", sagt Krebs. Hinzu kommt, dass viele Keywords den Marketing-, Produkt und Online Managern verborgen bleiben. Ein übliches Tool wie etwa der Google Keyword Planner ist für SEO kaum geeignet, da es auf volumenstarke Keywords für Anzeigenschaltungen ausgerichtet wurde. Zudem können Informationen wie Wettbewerbsstärke nicht auf die Anforderungen von SEO und Content Marketing übertragen werden. Denn dieser Wert bedeutet lediglich, dass viele Anzeigenkunden auf dieses Keyword bieten. Zudem fehlen immer häufiger Daten, die das Suchvolumen zu einem Keyword beziffern. Auch hat Google nicht ohne Hintergedanken viele Unschärfen in das Produkt integriert, die eine zuverlässige Recherche kaum mehr zuläßt.

Diese Lücken schließen wir und konzentrieren uns nur auf zugkräftige Keywords, die sich für SEO und Content Marketing besonders eignen. Für unsere Kunden analysieren wir bis zu 3.000 Keywords und mehr, die anschließend in mehreren Schritten abgefiltert werden. Übrig bleibt ein Keyword-Set von 50-100 Keywords, deren Optimierung sich sicher lohnt. "Diese Keywords werden dann mittels SEO-Texten, Checklisten, Infografiken und Mehrwertcontents transformiert", erklärt Krebs. In stark konkurrierenden Märkten ist es eine gute und günstige Möglichkeit so potenzielle Interessenten auf die Website zu lotsen. Mit Contents von 500-800 Wörtern ist dieses Ziel allerdings nur noch schwer zu erreichen. Google hat hier die Anforderungen erhöht und verlangt nach gut strukturiertem und ausführlichem Content, der durchaus auch Bekanntes zusammenfassen darf und über Quellverweise abgesichert ist. Eine gute Richtgröße für einen SEO-Artikel sind 2.000-3.000 Wörter.

SEO-Keywords sollen der Informationsbeschaffung dienen

Bei der Wahl der SEO-Keywords gelten grundsätzlich andere Erfordernisse als bei Keywords für Suchmaschinen-Anzeigen. Im Fokus stehen Themenbereiche, die breit abgesteckt und mit vielen Artikeln untermauert werden. Auch Nischen mit Longtail-Keywords sind interessant. Beide Ansätze dienen dazu potentielle Kunden auf die Website zu bekommen, um diese zu beraten und zu informieren. Je öfter ein Entscheider den Kontakt zu einer Unternehmensseite hat, desto mehr Vertrauen baut er zu dem Unternehmen auf und ist dankbar für die Tipps & Anregungen. Aus diesem Grund sind Blogs und Hilfeseiten für SEO einer der stärksten Währungen im Netz. Es geht darum in einer noch sehr frühen Phase eine Markenbekanntheit aufzubauen und in den Relevant Set des Entscheiders aufgenommen zu werden.

Marketing-Entscheider sollten nicht mehr vage schätzen welche Suchbegriffe in die engere Wahl kommen sollen. Dazu ist es gut sich mit einer erfahrenen Agentur auszutauschen, die mit einem neutralen Blick die Markt- und Konkurrenzposition beurteilt und einen Keyword-Set bestimmt, der auch bei moderaten Budgets ein Unternehmen auf die erste Ergebnisseite bringt.

Keywords

B2B-SEO, SEO-Maßnahmen, SEO-Kewords finden, Keyword-Recherche, Branchenrecherche, Online-Marketing-Agentur, Content-Marketing, Keyword-Set, Sichtbarkeit, Suchmaschinen-Optimierung, SEO Agentur Frankfurt

Mehr Informationen unter:

<https://www.clickraum.de/seo-frankfurt>

clickraum GmbH

SEO · SEA · PPC · Social Media

Wilhelm-Umbach-Str. 14

63225 Langen (bei Frankfurt /Main)

Die clickraum GmbH bei Frankfurt/M. ist Spezialist für SEO, Inbound- und Performance Marketing. Clickraum macht aus Interessenten meßbare Conversions mit Hilfe von Ranking- und Sichtbarkeitsoptimierung in Google, Bing und Business Netzwerken wie LinkedIn, Xing oder Instagram. Mit eigenschöpferischen Dialogmitteln, Contents und technischen Anpassungen auf Corporate Websites werden zielgerichtet Sichtkontakte und Klickbesucher in der Google Suche generiert und zu Leads und Neukunden weiterentwickelt. Zu den Kunden der 2009 gegründeten Full-Service-Agentur zählen Unternehmen von klein bis groß, die erklärungsbedürftige Produkte oder Dienstleistungen für B2B- und B2C-Kunden anbieten. Branchenschwerpunkte, der zwischen Frankfurt und Darmstadt niedergelassenen Agentur bilden ICT-Unternehmen, Anwalts- und Steuerkanzleien, Immobilienmakler, Handwerk & Industrie sowie Kliniken und Arztpraxen.