

Webseite:

Die Grundlagen von
Usability bis SEO



Marketing Ziel

Always on marketing

Zum
Kunden &
Partner

Informationen

Nachfrage generieren um mit dem
Kunden in Kontakt treten zu können und
damach Umsatz zu ermöglichen

Services, Downloads, Updates, Apps

Fokus auf "discover → engage → convert"

Die Chance neue Kunden
zu erreichen, mit ihnen in
Kontakt zu treten und
Umsatz zu generieren

Website KPI's & Tactics



Website: Worauf Sie achten sollten

Zweckmäßigkeit

- Die Website muss passen – für Unternehmen, Produkt und Zielgruppe.
Passt die Website nicht für alle drei, so kann das Ziel der Website (ob Umsatz, Information oder Kontaktaufnahme) nicht erreicht werden.

- Tipp
Fragen Sie Ihre Kunden nach ihrer Meinung! Gefällt ihnen die Website? Finden sie sich zurecht? Haben sie Verbesserungsvorschläge?

Minimalismus

- Soviel wie nötig, so wenig wie möglich.
Diese Grundregel trifft auch auf Websites zu. Jeder überflüssige Schnick-Schnack lenkt nur vom eigentlichen Inhalt ab.

- Tipp
Lassen Sie eine unbeteiligte Person die Sitemap durchgehen, um unnötige Seiten und Funktionen zu entdecken! Unbeteiligte haben weniger Skrupel, Seiten zu "streichen".

Übersichtlichkeit

- Vor allem in der Navigation und dem Layout der Website spiegelt sich die Übersichtlichkeit.
So werden die nötigen Unterseiten oder Features auch so angeordnet, dass sich jeder zurechtfindet.

- Tipp
Legen Sie eine konkrete Hierarchie der Seiten fest – und platzieren Sie die wichtigsten Funktionen und Seiten an prominenter Stelle!

Benutzerfreundlichkeit

- Aus den drei bereits genannten Faktoren setzt sich der wohl wichtigste Faktor zusammen, der im Webdesign stets beachtet werden muss: **Die Benutzerfreundlichkeit.**
Was nützt die schönste Website, wenn der Nutzer sich nicht zurechtfindet?

- Tipp
„Usability“ und „Joy of Use“: Gönnen Sie Ihren Besuchern Freude durch kleine Erfolgs-erlebnisse, angenehmes Handling und eine ansprechende Grafik!

Website: Was Sie tun müssen



Zeigen Sie Ihrem Besucher, dass er **richtig** ist.



Sagen Sie Ihrem Besucher, was er auf Ihrer Website **tun soll**.



Zeigen Sie Ihrem Besucher, warum Sie der **richtige Anbieter** für seine Bedürfnisse sind.



Machen Sie es Ihrem Besucher in jeder Hinsicht **einfach** (Kontaktaufnahme, Information, Bestellung, etc.).

Checklist Website

- ✓ Content
- ✓ Usability
- ✓ Design
- ✓ Technik
- ✓ Legal
- ✓ Performance
- ✓ SEO

Content is king!!

Hochwertiger Content ist ein entscheidender Faktor für den Erfolg einer Webseite!

- ✓ Gute, aussagefähige Inhalte
- ✓ Richtige Zielgruppenansprache
- ✓ Schnelles Verständnis über den Inhalt und Funktion der Website. Ist dem User klar, was er auf der Website zu erwarten hat. Ist der Content wichtig für die Fragestellung?
- ✓ Keine redundanten Inhalte
- ✓ Inhaltssuche
- ✓ Funktionierende Links
- ✓ Kontakt – Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme anbieten

Usability

- ✓ Gute Navigation = rote Faden durch eine Webseite
 - Ist die Hauptnavigation verständlich?
 - Ist in der Navigation erkennbar, wo man sich in der Seite befindet?
- ✓ Darstellung des Angebots: Wie gut (strukturiert, ansprechend, übersichtlich) wird das Produktangebot dargestellt?
- ✓ Benutzerführung: Können Inhalte innerhalb maximal 3-4 Klicks gefunden werden?
- ✓ Vermeiden Sie eine Einstiegsseite (Willkommenseite)
- ✓ Seitengeschwindigkeit
- ✓ Gute Lesbarkeit (Schrift, Schriftgröße, Text, Kontrast von Text zum Hintergrund, etc.)
- ✓ Responsive Design (Optimierung für mobile Geräte)
- ✓ Keine Broken Links
- ✓ Ist das Logo mit der Startseite verlinkt?
- ✓ Integration von Social Media: Sinnvolle Platzierung der Icons; Verständlichkeit der Share-Funktion

Design

- ✓ Ist das Design der Webseite ansprechend und zeitgemäß?
- ✓ Einhaltung der CI / Branding Guidelines
 - Ist der Absender der Webseite klar erkennbar?
 - Logo, Look& Feel
- ✓ Sinnvolle Nutzung von Bildern, Videos, Animationen und interaktiven Elementen
 - Bereichern diese Elemente den Inhalt oder stören sie den Lesefluss bzw. lenken sie vom Inhalt ab?
- ✓ Ansprechenden Verteilung der Inhalte
 - Wichtigstes Navigationselement im sichtbaren Bereich
 - Vermeide Überladung der Website

Technik

- ✓ Ladezeit der Seiten
- ✓ Responsive: Optimierung der Webseite für mobile Geräte
- ✓ Implementierung von Analytics Tools / Tracking für die Trafficanalyse
- ✓ Verwendete Scripte
- ✓ Webseite hat eine individualisierte 404 Seite (Custom not found / 404 pages) und mit einer Suchfunktion versehen
- ✓ Suchfunktion auf der Webseite
- ✓ Sicherstellung der Site-Security Maßnahmen, um die Seite von Hackern zu schützen

Rechtliche Vorgaben

Stellen Sie auf Ihrer Seite die rechtlichen Vorgaben eingehalten werden:

- ✓ Impressum
- ✓ Datenschutzerklärung
- ✓ AGBs
- ✓ Nutzungsbedingungen
- ✓ Hinweis zu Cookies integrieren
- ✓ Kontakt

Performance

- ✓ Definition von Zielen und individuellen KPIs
- ✓ Implementierung von Analytics Tools / Tracking für die Trafficanalyse
- ✓ Regelmäßige Analyse
 - Trafficanalyse: Anzahl der Besucher und trends, etc.
 - Nutzerverhalten: Nutzerpfade, Nutzung von Angeboten, Verkäufe, etc. (Clicks auf Angebote, Warenkorb, etc.)
- ✓ Durchführung von Tests: A/B Testings
- ✓ Online Befragungen / Website Test zur Usability



SEO Basics

Search Engine Marketing

The screenshot shows a Google search for "software programme". The search results are divided into two main sections: organic results (SEO) and paid advertisements (SEA).

SEA (Search Engine Advertising): This section is highlighted with a dashed green box and contains several paid advertisements. The first ad is for "RPLAN Projekt-Software - actano.de", which offers project management software. Other ads include "Outsourcing Software", "Software billig kaufen?", "FM Software", "RockingBit Software", and "Kostenlose Downloads".

SEO (Search Engine Optimization): This section is highlighted with a dashed blue box and contains organic search results. The first result is from Wikipedia, followed by an article from "www.computerbild.de" about 100 free software programs, and a list of software test winners for 2012.

SEM = Search Engine Marketing

Suchmaschinen-Marketing umfasst alle Maßnahmen zur Gewinnung von qualifizierten Besuchern über Suchergebnisseiten in Suchmaschinen

➤ SEA = Search Engine Advertising

Kostenpflichtige Schaltung von relevanten Suchbegriffen als Text-Anzeigen unter Einbeziehung aktueller Technologien für das Gebotsmanagement und das Ergebnistracking

➤ SEO = Search Engine Optimization / Suchmaschinenoptimierung

Optimierung der Website zur verbesserten Auffindbarkeit in den neutralen Ergebnissen einer Suchmaschine

SEO - Search Engine Optimization

Worauf achten Suchmaschinen?

- Suchmaschinen bestehen vor allem aus einem Crawler (Spider/Robot), der Quelltext einer Website liest und Links verfolgt.
- Die eingesammelten Daten des Crawlers werden in einer Datenbank gespeichert und über einen Ranking Algorithmus bewertet.
- Ranking entsteht durch
 - Lesbaren Text im Quellcode
 - Relevanz des Suchbegriffes in Bezug auf den Seiteninhalt
 - Erreichbare Seiten durch eine interne und externe Verlinkung
 - Relevante und lesbare Links von externen Webseiten auf die Website (Domainpopularität)

Unterscheidung in On-Site- und Off-Site Faktoren

On-Site Optimierung

- ✓ URL (domain.de/verzeichnis/dokument.html)
- ✓ Title
- ✓ Meta Tags (weniger relevant)
- ✓ Content
- ✓ Navigation
- ✓ Interne Verlinkung der Seiten untereinander
- ✓ Alt-Tags
- ✓ Robots.txt
- ✓ Frames
- ✓ Sprachversionen/Hosting

On-Site Optimierung: Empfehlungen

URL

- URLs sollten immer „sprechend“ sein (www.domain.de/verzeichnis/dokument.html)
- Suchbegriffe sollten in der URL vorkommen
- Nicht mehr als zwei hierarchische Ebenen
- Dynamische Parameter und Session ID's vermeiden

Title

- Aussagekräftiger Titel pro Seite, der Suchbegriffe enthält, die sich auf den Inhalt der Seite beziehen
- Maximal 8 Begriffe, die wichtigsten Begriffe am Anfang

Meta Tags

- Meta Description, maximal 25 Wörter: geben den Inhalt der Seite wieder
- Keywords, maximal 20 Wörter: Begriffe aus dem Inhalt der Seite
- Die wichtigsten Begriffe zuerst

On-Site Optimierung: Empfehlungen

Inhalte/Content

- Überschriften als H1, H2, H3 Tags ausweisen
- Keyword-Dichte im Text
- Auf keinen Fall in Flash oder in Bildern versteckter Text
- Seite inhaltlich nur für eine Suchphrase optimieren

Navigation

- Ideal: Textnavigation
- Weniger ideal: Bilder
- Auf keinen Fall: Javascript (nicht indizierbar)

Interne Verlinkung der Seiten untereinander

- Statische .html Links
- Keine JavaScript Links
- Sitemap als neuralgischen Punkt für Suchmaschinen
- Aussagekräftige Linktexte mit Suchbegriffen
- falsch: „klicken Sie hier“ oder „weiter“ → richtig: „Klicken Sie hier für weitere Informationen zum Thema Software“

On-Site Optimierung: Empfehlungen

ALT-Tags

- Für jedes Bild ein ALT-Tag, der das Bild beschreibt und Suchbegriffe beinhaltet

Robots.txt

- Liegt im Hauptverzeichnis in gibt dem Spider Anweisungen, was zu indizieren ist und was nicht

Frames

- Möglichst vermeiden

Sprachversionen

- Für jede Sprache eine eigene Toplevel Domain (TLD), .de, co.uk, .fr etc.
- Server möglichst im Land der TLD aufstellen

Off-Site Optimierung

Off-Site Maßnahmen sind Maßnahmen zur Unterstützung der On-Site-SEO Maßnahmen außerhalb der eigenen Website

Quantitative Link-Popularität einer Internet-Seite

- Anzahl der verweisenden Seiten auf Ihre Website
- Abfrage im Yahoo Siteexplorer: <http://de.search.yahoo.com/siteexplorer>

Qualitative Link-Popularität (Domainpopularität) einer Internet-Seite

- Über welche Quellen kommen die Links?
- Ist die Thematik der verweisenden Website passend?

Domainumfeld, Alter und Historie einer Domain

Wettbewerbsumfeld

SEO- ADVANCED

Beauftragung einer SEO-Agentur: Individuelle SEO-Analyse und Ausarbeitung von Empfehlungen

| Maßnahme | Vorgehen |
|---------------------------------------|---|
| Analyse des Rankings | Im Vorfeld der Analyse werden Keywords definiert, mit denen ein Thema gefunden werden soll. Diese werden dann auf ihr Ranking in den wichtigsten Suchmaschinen überprüft. |
| Analyse der Keywords | Hier werden die gewünschten Keywords auf Relevanz überprüft und aus der Ranking-Analyse das neue Potenzial abgeleitet. |
| Analyse der technischen Gegebenheiten | Betrachtet werden: On-Site und Off-Site Faktoren |
| Textoptimierung | Texte werden entsprechend der Keywords optimiert, Verlinkungen und Bilder entsprechend angepasst |

