

Sehr geehrte Damen und Herren,

hier erhalten Sie wieder einige Informationen zum Thema **SEO**, deren **Preisgestaltung** und dem tatsächlichen Umfang einer funktionierenden SEO.

Man bekommt immer wieder Billig-SEO-Angebote, die Ihnen suggerieren sollen, für minimale monatliche Gebühren von zwischen € 99.- und € 199.- etwa ein Paket von Keywords im Umfang von ca. 10 – 20 Begriffen und das alles sogar mit einer wie auch immer formulierten Garantie zu erhalten.

Dieses Angebot wird aktiviert durch die Zahlung einer **Setup-Gebühr** in einer gewissen Höhe, die eine Einarbeitung in die SEO Ihrer Website verheißt. Zumeist wird außer der Andeutung einer Keywordanalyse und dem Verfassen der Content-Texte nicht viel Konkretes in Aussicht gestellt. Nach dem Überweisen der Setup-Gebühr werden Ihnen die Content-Texte zur Kontrolle zur Verfügung gestellt und nach Ihrem OK online gestellt. In den meisten Fällen hören Sie von diesem Unternehmen außer der Aufforderung, die monatlichen Gebühren zu bezahlen, nicht mehr viel.

Daher stellen sich folgende Fragen:

Welche Tätigkeiten sind für eine seriöse und wirkungsvolle SEO nötig?

Wie funktioniert eine SEO überhaupt?

1. Funktionsweise einer Suchmaschine (SM) im Hinblick auf die Bewertung Ihrer Homepage:

Die SM setzen die Kriterien für eine hochwertige Homepage (HP) fest, die ganz oben gelistet wird. Hierbei spielt das Alter der HP ebenso eine Rolle wie deren Quelltext und Umfang. Haben Sie etwa Frames und Java-Script-Codes auf Ihrer Website, verringert sich der relevante Content Ihrer Homepage erheblich und damit der Wert Ihrer Homepage für die SM.

Ist Ihr Quellcode fehlerhaft und umständlich, verlassen die Robots Ihre Homepage noch bevor sie etwaigen relevanten Inhalt eingelesen haben, da für jede HP ein Zeitfenster reserviert wurde.

Müssen sich die Robots durch ein Dickicht an unbrauchbarem, unlogischem und fehlerhaftem Quellcode kämpfen, verlieren sie Zeit und verlassen die HP vor Erreichen des relevanten Inhalts. Die Content-Texte können so toll sein, wie sie wollen, die Robots interpretieren diese nicht, daher ist davon auszugehen, dass kein einziges Keyword im Ranking steigen wird.

Dies ist bei den meisten SEO-Anbietern der Fall!

2. Nötige Vorbereitungen vor dem Beginn einer SEO:

Onpage-Optimierung:

- Fehlerbehebung: Quellcode suchmaschinenfreundlich machen, in Härtefällen HP ersetzen mit CMS etwa, da der Aufwand sich nicht lohnt.

- Keywordanalyse: unter welchen Keywords wird Ihr Produkt/ Ihre Dienstleistung gesucht? Unter welchen Schreibweisen, auch Schreibfehler sind möglich!

- Zu jedem Keyword wird ein Content-Text geschrieben, der ca. 300 Wörter umfasst. Dieser Text ist für den Besucher eine nützliche Information zu dem durch das Keyword beschriebene Produkt/Dienstleistung. Die Texte werden auf Ihre HP geladen und dort mit den anderen Unterseiten verlinkt (interne Verlinkung). Schwer umkämpfte Keywords brauchen länger als weniger hart umkämpfte Keywords.

Weitere nützliche Aktionen sind die Erstellung eines Blogs als Informationsdepot und der Eintrag in entsprechende kostenpflichtige Fachportale.

–

3. Weitere Optimierung nach erfolgten Onpagearbeiten:

Offpage-Optimierung:

Nachdem alle Onpage-Arbeiten abgeschlossen sind, muss Ihre Website mit dem Internet, also den anderen themenrelevanten Websites, Portalen, Verzeichnissen verknüpft werden. Dies nennt sich bei

uns **Strategiemix** und beinhaltet ein System von **Quality-Links** und **Publikationen** im Internet im themenrelevanten Kodex: Wir erstellen und veröffentlichen Informationen bzgl. Ihres Angebots mit themenrelevanten Infoseiten (allg., da sich die Prioritäten seitens der SM ändern).

Dieser Vorgang endet nie, da das Internet ein Informationsforum, genau gesagt, das größte seit jeher ist und das Veröffentlichen von Informationen ein Kernelement darstellt. Wenn wir für Sie publizieren, so tun wir dies in jenen Seiten, die Google aktuell hoch bewertet und oft „besucht“.

Hieran können Sie erkennen, dass regelmäßige Änderungen in der Bewertung bei Google auch regelmäßige Anpassungen unserer Strategie erfordern, daher auch „Strategiemix“.

Noch ein Wort zum Thema **Quality-Links**: Quality-Link-Building hat nichts mit der Nutzung von Linkfarmangeboten (Spamelement) oder das massenweise Verlinken in einem zum Ranking Ihrer HP überdimensionierten Weise zu tun, diese Art von Link-Building kann Ihre Website aus dem Google-Index katapultieren. Unsere Links sind alle selbst verfasst und verknüpfen mit themenrelevanten Internetpräsenzen!

4. Preisgestaltung:

An der vorangegangenen Information, die eine Zusammenfassung vieler hundert Seiten Fachliteratur ist, erkennen Sie, dass der tatsächliche Aufwand die Basis für die Kalkulation ist. Eine Fehlerbehebung kann mehrere Tausend Euro betragen, analog zu einer Autoreparatur, die je nach Zustand und Grad der Vernachlässigung auch teuer werden kann. Leider sind viele Websites „selbstgehäkelt“, da fast jeder einen selbsternannten „Webdesigner“ kennt, der nahezu zum Nulltarif seiner Bastelliebe Ausdruck geben konnte. Das Ergebnis kann ja nette Effekte zeitigen, doch ist die Summe der Einzelaktionen überhaupt ansatzweise suchmaschinenfreundlich? Meist nicht.

Die Content-Texte haben einen gewissen Preis, das Quality-Link-Building setzt sich aus fachgerechten Aktionen zusammen: Strategiefindung (mit welchen Webpräsenzen soll verlinkt werden?), evt. Anfrage auf Linktausch, Erstellen des Links, alles Handarbeit! Aber die Ergebnisse stimmen dann, und darauf kommt es an!

Werden die Preise tendenziell fallen oder steigen? Sie steigen, da die Menge an Websites im Internet immer größer wird, was sich auf die Wettbewerbssituation auswirkt, je stärker der Wettbewerb, umso umfangreicher die Arbeit, Wettbewerber aus den „Polepositions“ zu verfrängen.

5.Fazit:

Ein Billiganbieter mit sagemumwobener Garantie auf gewisse Ergebnisse kann diesen Umfang nicht erbringen, da er dafür keine Zeit hat, er kann nur Andeutungen mehr oder weniger überzeugend äußern, wenn die Prognosen nicht erreicht werden, wird er in den meisten Fällen Google die Schuld geben oder nicht mehr erreichbar sein. Das ist unsere Erfahrung, die wir täglich mit unseren Gesprächspartnern machen. Diese Anbieter leben von den Setupgebühren und investieren nach Eingang der Setupgebühr kaum mehr Zeit in Ihre Website, deshalb meine Empfehlung, lassen Sie das Angebot vor Unterschrift unter eine Auftragsbestätigung von einem Juristen prüfen und forcieren Sie danach einen für Sie lupenreinen Vertrag!

Ich werde demnächst eine Checkliste für SEO-Angebote veröffentlichen und Ihnen schicken.

Bei Rückfragen bitte ich Sie jederzeit um Ihren Anruf oder ein Mail unter:

Handelsagentur Christian Mayr

Wiesengasse 18

A-6020 Innsbruck

Mobil: 0043-664-4430136

Fax: 0043-512-2199211441

email: mayrchrist@gmail.com

Homepage: www.serviceplan.cc

ATU: 63733259