



# Mit den richtigen Keywords führend bei Google und in Deinem Markt

## 1. Keyword Recherche

Du hast eine eigene Webseite. Die lohnt sich natürlich nur, wenn möglichst viele Menschen sie besuchen. Eine Webseite, die nicht oder nur selten besucht wird, hilft Dir nicht weiter.

Wie schaffst Du es jetzt, dass möglichst viele Interessenten auf Deine Webseite kommen? Wie schaffst Du es, dass Deine Webseite von den Suchmaschinen vor denen Deiner Konkurrenten angezeigt wird. In diesem Whitepaper zeige ich Dir, wie Du die Keywords findest, die Deine Kunden verwenden, und mit denen Deine Webseite ganz oben in den Suchergebnissen angezeigt wird.

### 1.1 Kostenlose und kostenpflichtige Tools

Es gibt viele kostenlose und viele kostenpflichtige Tools für die Keyword-Recherche. Ich gehe hier ausschließlich auf die kostenlosen Tools ein. Sie liefern hervorragende Ergebnisse und reichen völlig aus, um die Keywords, die für eine Topplatzierung Deiner Webseite und Deiner Anzeigen nötig sind zu finden. Mit kostenpflichtigen Tools kannst Du die Arbeit etwas beschleunigen. Meiner Meinung nach stehen Aufwand und Ertrag jedoch in keinem vernünftigen Verhältnis, es sei denn, Du bist eine Werbeagentur und beschäftigst Dich täglich mit SEO.

### 1.2 Vorgehen

In diesem Abschnitt zeige ich Dir, wie Du die Keywords findest, die einen engen Bezug zu Deinem Unternehmen haben. Später werden wir diese Keywords bewerten und klären, ob sie Dir helfen oder eventuell sogar schaden. Und wir schauen, ob eine Nachfrage nach Deinen Produkten besteht, wie die Konkurrenzsituation ist, und mit welchen Kosten Du rechnen kannst, wenn Du diese Keywords für Anzeigen verwendest.

Ich empfehle Dir, alle Keywords, die Dir diese Tools liefern in einer Exceldatei zu speichern, die Du dann in Schritt 2 bei der Potenzialanalyse verwenden kannst.

### 1.3 Keyword Tools

In diesem Abschnitt zeige ich Dir einige der besten Tools für die Keyword-Recherche, die es gibt.

#### **Answerthepublic.com**

Das erste Tool, das wir verwenden ist [answerthepublic.com](https://www.answerthepublic.com). Es greift die Autocomplete Eingaben von Google Suchanfragen und anderen Suchmaschinen ab. Hierbei handelt es sich um die Suchbegriffe, die andere User oft verwendet haben. Die Suchmaschinen vervollständigen Sucheingaben mit diesen Begriffen.

[Answerthepublic.com](https://www.answerthepublic.com) liefert viele Longtail-Keywords, also Keywords, die aus mehreren Begriffen bestehen und deswegen sehr spezifisch sind. In der kostenlosen Version kannst Du nur wenige Suchanfragen pro Tag stellen, für Deine Recherche sollte das aber reichen.

#### **Keywordshitter.com**

Ja, der heißt wirklich so. Er greift ebenfalls die Autocomplete Eingaben von Google Suchanfragen ab. Die Besonderheit ist, dass Du **positive und negative Filter** anwenden kannst, um Keywords zu



selektieren oder zu eliminieren. Ein positiver Filter kann z.B. das Wort kaufen sein, negative Filter können z.B. Ausdrücke sein wie „billig“.

### Keywordsurfer

Hierbei handelt es sich um eine kostenlose Browsererweiterung, die Du im Chrome Webstore ([Chrome Web Store - Erweiterungen \(google.com\)](#)) runterladen kannst, und durch die Du direkt in den Google Suchergebnissen die Anzahl der Suchanfragen sehen kannst (search volumes).

### Google

Auch Google selbst ist sehr nützlich für die Keyword-Recherche. Die Autocomplete Funktion schlägt Dir einige Begriffe vor, nach denen User besonders oft gesucht haben. Diese kannst Du in Deine Liste übernehmen.

Wenn Du auf Google nach dem Eingeben eines Suchbegriffs auf der Seite ganz nach unten scrollst, bekommst Du „Ähnliche Suchanfragen zu „Deinem Suchbegriff““ angezeigt. Auch diese kannst Du in Deine Liste übernehmen.

### Google Keyword Planner

Der [Google Keyword Planner](#) bietet verschiedene Funktionen. Du nutzt jetzt „Neue Keywords entdecken“ und klickst auf „Mit Keywords beginnen“. Hier kannst Du gleichzeitig Keywords, die einen Bezug zu Deinem Unternehmen haben und Deine eigene Webseite oder die Webseite eines Konkurrenten eingeben und bekommst dann neue Keywords vorgeschlagen.

Es gibt viele weitere kostenlose Tools, die Du für die Suche verwenden kannst:

### Google Search Console und Google Trends

Die [Google Search Console](#) z.B. zeigt, welche Suchanfragen in letzter Zeit (frei definierbar) für die meisten Klicks auf Deiner Webseite verantwortlich waren. [Google Trends](#) zeigt die Entwicklung, wie beliebt Suchbegriffe über einen längeren Zeitraum sind. Schau Dir das alles selbst ruhig mal an.

## 1.4 Pareto Prinzip

Du hast jetzt bereits sehr viele Suchbegriffe und damit ganz sicher alle relevanten Keywords, um eine Topplatzierung bei Google zu erreichen. Ich bin ein Fan des **Paretoprinzips**.

### Mit 20% Einsatz 80% des Ergebnisses erreichen

Du könntest weitere Tools nutzen und noch mehr Keywords suchen. Wenn Du jetzt Deinen Einsatz um 20% steigerst, wäre der Mehrertrag vielleicht 10 %. Wenn Du den Einsatz dann nochmal um 20% steigerst, wäre der Mehrertrag nur noch 5% usw. Stattdessen bearbeitest Du jetzt die Liste mit den bisher gefundenen Suchbegriffen und selektierst die, die für Dich den größten Nutzen haben.

## 2. Keywordselektion

Nicht jedes Keyword von denen, die Du bis jetzt gesammelt hast, hilft Dir wirklich weiter. Du möchtest nicht, dass Dein Unternehmen mit bestimmten Begriffen in Verbindung gebracht wird. Du möchtest nicht, dass Kunden, die nach diesen Begriffen suchen, zu Dir kommen, z.B. weil es reine Schnäppchenjäger sind. Ich zeige Dir jetzt, wie Du diese Keywords findest.



## 2.1 Bewertung der Keywords

Du schaust jetzt, ob es in dieser Liste Begriffe gibt, die Du auf keinen Fall haben willst. Aus diesem Grund filterst Du einige Keywords raus. Beispiele sind:

- solche ohne Kaufabsicht
- regional unpassende
- Suche nach billigen Konkurrenten
- Suche nach billigen Angeboten

Du hast jetzt die Keywords, die passen. Du willst die Kunden haben, die genau hiernach suchen.

## 2.2 Potenzialanalyse

Jetzt schaust Du, welches die Keywords sind, nach denen die Kunden am häufigsten suchen, also ob es einen Markt für diese Produkte gibt, wie stark die Konkurrenz ist und zusätzlich, wie teuer Werbung ist in Google AdWords. Dazu verwendest Du wieder den [Google Keyword Planner](#). Dieses Mal verwendest Du die Funktion „Suchvolumen und Prognosen abrufen“. Hier kannst Du Deine Excelliste mit den bisher gesammelten Keywords hochladen und analysieren lassen. Du kannst hierfür auch bestimmte Regionen oder Städte auswählen und den Analysezeitraum frei wählen.

Das Ergebnis zeigt Dir dann für jedes Keyword auf Deiner Liste:

- wie viele Suchanfragen es im Durchschnitt in den letzten Monaten gab,
- wie hoch der Wettbewerb war, und
- wie viel Du pro Keyword ausgeben musst, wenn Du eine erfolgreiche Google AdWords Anzeige schalten möchtest.

Ich empfehle Dir nur die **ca. zehn bis fünfzehn Keywords** auszuwählen, die die höchste Anzahl an durchschnittlichen Suchanfragen haben.