conductor

Das Ingenieur-Handbuch für Unternehmens-SEO:

Sechs Tipps für eine reibungslose SEO-Implementierung

Unternehmen, die auf die Pflege ihrer digitalen Marke setzen, brauchen eine starke SEO-Strategie. Doch während die SEO-Planung auf hoher Ebene vom SEO-Management erstellt wird, liegt die technische Umsetzung konkreter SEO-Maßnahmen im Unternehmen oft in der Verantwortung von Programmierern oder Entwicklern. Aus diesem Grund ist gerade die Schnittstelle zwischen SEO-Managern und technischen Teams so entscheidend.

Jordan Koene, Berater von Searchmetrics und Technologie-Vordenker in der Branche gibt sechs Tipps, die helfen können, die SEO-Implementierung über die gesamte Organisationsstruktur hinweg zu vereinheitlichen.

Daten nutzbar machen

Unabhängig davon, ob Sie mit kleinen oder großen Teams arbeiten, ist es absolut entscheidend, dass Sie wissen, wie Sie diese Integrationen erstellen können, damit Sie skalieren können.

Daten können komplex sein. Aber: Die Fähigkeit, Daten zu sammeln, zu analysieren und nutzbar zu machen, ist ein entscheidender Faktor für die Problemerkennung und -behebung – so lassen sich negative Auswirkungen vermeiden.

Hohe Datenqualität ist unerlässlich

Der erste Schritt zu einer erfolgreichen Datenerfassung und -nutzung ist das Verständnis der wichtigsten Technologien und deren Grenzen. Der zweite Schritt besteht in der Gewissheit, dass Sie zuverlässige Datenpunkte aufzeichnen, die Sie im gesamten Unternehmen abgleichen können.

Es zwei Kernanforderungen für qualitativ hochwertige Daten: Konsistenz und Vollständigkeit. Das bedeutet, dass die im Laufe der Zeit gesammelten Daten aus der gleichen Quelle stammen sollten, um Diskrepanzen und Ungenauigkeiten zu vermeiden. Datensätze sollten über einen längeren Zeitraum ein identisches Erkenntnisziel verfolgen – nur dann sind sie konsistent.

Auch Daten von Mitbewerbern sollten berücksichtigt werden – diese werden von der SEO-Managementebene oft vergessen. Wettbewerbsvergleiche vermitteln einen guten Eindruck, wo die Website-Performance eines Unternehmens wirklich steht. Mit den richtigen Tools können SEOs sowohl ihre eigenen Daten als auch die ihrer Konkurrenten leicht erfassen.

Software bietet einen besseren Überblick als Berichte

Um Probleme frühzeitig zu erkennen, müssen Daten gesammelt, gespeichert, nachverfolgt und von allen internen Stakeholdern verstanden werden. Denn nur so sind diese imstande, konkrete Schlussfolgerungen zu ziehen oder spezifische Anweisungen zu formulieren, wie diese Probleme tatsächlich gelöst werden können.

So können beispielsweise SEOs ihre Ziele nicht erreichen, indem sie einfach Berichte an Webprogrammierer schicken. Stattdessen sollte die Aussagekraft der Berichte extrahiert und mit Hilfe von Tools und Lösungen weitergegeben werden; sie erleichtern das Datenverständnis und zeichnen ein klares Bild von der Entwicklung einer Website.

Definierte Schwellenwerte können SEOs ebenfalls helfen, den Überblick zu behalten. Wenn ein bestimmter Wert erreicht wird, kann dies den SEOs automatisch signalisieren, dass sie handeln müssen. Wenn beispielsweise die Zahl der 404-Seiten um zehn Prozent steigt, könnte dies einen Alarm auslösen, der Verantwortliche dazu veranlasst, entsprechende Gegenmaßnahmen zu ergreifen.

Dashboards für Aktualisierungen des Status und zur Überwachung

SEOs sollten Dashboards zu verwenden, um einen Überblick über mehrere Leistungskategorien einer Website gleichzeitig zu behalten. Dashboards versorgen SEOs mit zentralen Informationen über den Zustand ihrer Websites. Sie stellen komplexe Datensätze auf verständliche Weise dar und zeigen genau, wie verschiedene Komponenten zum allgemeinen Zustand einer Website beitragen.

Die Google Search Console ist ein gutes Beispiel dafür, wie Daten organisiert und angereichert werden können. GSC stellt Informationen auf verständliche Weise dar, so dass sie effektiv genutzt werden können, um die strategische Ausrichtung, die Prioritäten von Initiativen und KPIs zu beeinflussen.

Trending-Software, Dashboards und andere Tools, die aussagekräftige Informationen aus Daten generieren, helfen SEO-Managern, diese Daten zu visualisieren und zu interpretieren, was zur Erhöhung von Website-Traffic, Sichtbarkeit und Reichweite beiträgt.

Durch problemorientierte Kommunikation Tickets richtig und effizient erstellen

Unternehmen nutzen eine Ticket-Plattform in der Regel als Ort, an dem einzelne Tickets für bestimmte Probleme erstellt und einer bestimmten Gruppe von Mitarbeitern oder einer bestimmten Person zur Lösung zugewiesen werden können. Für SEO stellen Tickets ein zentrales Kommunikationstool für das Projektmanagement dar, auf das alle an der Website-Pflege beteiligten Personen im Unternehmen zugreifen können.

Wichtig ist dabei, dass sich Tickets nicht zu sehr auf eine bestimmte Aufgabe oder Taktik konzentrieren. Stattdessen sollten sie sich auf die Ursache eines akuten Problems und mögliche Lösungswege konzentrieren. Dadurch erhalten die Website-Entwickler, Programmierer und andere technische Mitarbeiter, die letztlich für die Umsetzung der Korrekturen verantwortlich sind, einen besseren Überblick.

Ein praktisches Beispiel für das Experimentieren mit Suchtiteln: Die Optimierung des <title>-Tags in HTML-Dateien kann sehr effektiv sein, vor allem dann, wenn eine Website Hunderte von Millionen von Unterseiten hat, von denen die meisten „benutzergenerierte Inhalte“ sein können. Die Umsetzung dieser Lösung würde die Sichtbarkeit dieser Seiten in den Suchmaschinen spürbar verbessern, und das wäre ein großer Erfolg.

Um dies effizient zu erreichen, sollte sich der Wortlaut des Tickets auf das spezifische Anforderungsprofil konzentrieren, das wiederum das Suchtitel-Experiment erfüllen muss. Das Ticket sollte auf keinen Fall das genaue Ergebnis vorgeben. Zum Beispiel: X muss sofort entwickelt und bis zum Tag Y fertiggestellt werden.

Durch die genaue Übermittlung der erforderlichen Anforderungen an die technischen Teams war die Konstruktion des Suchtitels erfolgreich, was zu einer stark verbesserten Klickrate führte und der Website das Potenzial für zusätzliche Umsätze in Millionenhöhe eröffnete.

Keep it simple

Manchmal muss ein Arbeitsablauf geändert werden. Wenn dies der Fall ist, sollten Sie Ihre Absichten klar formulieren und wirklich gute Akzeptanzkriterien festlegen. Dadurch werden Sie viel effektiver, wenn es darum geht, Tickets zu erstellen und eine sinnvolle Kommunikation und Zusammenarbeit zu schaffen, nicht nur mit Ihren technischen Teams, sondern auch mit Content-Teams, Produktteams und sogar Management-Apps.

SEO ist komplex und für Außenstehende oft schwer zu durchschauen. Innerhalb eines Unternehmens betrifft SEO jedoch zahlreiche Beteiligte, darunter Programmierer, Marketer und Entscheidungsträger. Um alle auf einen Nenner zu bringen, sollten geplante SEO-Maßnahmen durch möglichst einfach und klar formulierte Ziele gekennzeichnet sein. Dies senkt die Akzeptanzschwelle bei den Stakeholdern und sorgt für eine effektive Kommunikation sowie Zusammenarbeit bei der Ticket-Erstellung.

Behalten Sie die Wettbewerber im Auge

Tools wie Built bieten einen detaillierten Einblick in die Analyselösungen und Content-Management-Systeme (CMS) der Wettbewerber. Besonders wertvolle Einblicke liefert die Software, wenn die eigene Website identische Technologien verwendet, sich aber in Bezug auf die Plugins von Mitbewerbern unterscheidet. Wenn die Website eines Wettbewerbers aufgrund der ausgewählten Plugins etwas besser abschneidet, bieten die Erkenntnisse von Built SEOs eine Möglichkeit, Schwachstellen zu erkennen und die Leistung der eigenen Website zu verbessern.

Visualisierung der Wettbewerbsleistung

Die langfristige Speicherung von Daten ist unerlässlich, um die Entwicklungsphasen, die eine Website durchläuft, rückwirkend visualisieren und analysieren zu können. Dies kann besonders gut mit der Software Film Strips geschehen. Sie bietet die Möglichkeit, nicht nur den Fortschritt mit der Konkurrenz zu vergleichen, sondern auch notwendige Änderungen und deren Auswirkungen zu dokumentieren. Dies erleichtert die Kommunikation von wichtigen Meilensteinen und Zielvorgaben an andere Beteiligte, darunter Führungskräfte, Marketer und Programmierer.

Schnelle Übersichten mit vergleichenden Tabellen

Vergleichstabellen, die die elementarsten KPIs der Wettbewerber erfassen und visualisieren, sind wichtige Instrumente im Werkzeugkoffer des SEO-Managements. Innerhalb kürzester Zeit decken sie die Informationen ab, die SEOs und andere Stakeholder in Bezug auf Indikatoren wie Ranking oder indizierte Seiten benötigen.

SEOs müssen einfache und klare Ziele formulieren und flexible Projekt- und Arbeitspläne erstellen. Zentral ist dabei ein Ticketsystem, das leicht verständliche, eindeutige und problemorientierte Tickets erstellt. Zum besseren Verständnis kann eine abteilungsübergreifende Sprachkonvention mit einer Legende helfen, in der die wichtigsten SEO-Begriffe definiert sind.

SEOs sollten zudem wissen, welche Maßnahmen sie ergreifen wollen und wie die Akzeptanzkriterien definiert werden sollen. Es ist wichtig, Daten zu sammeln und langfristig zu speichern, damit SEOs Lehren aus der Vergangenheit für die Zukunft ziehen, die Leistung der Website quantifizieren und messen sowie wertvolle Erkenntnisse gewinnen können.