

SEO-Checkliste für Online-Shops

Anforderungskatalog für die Shopsystem-Auswahl

- ✓ URL-Management
- ✓ Bearbeitung der Metadaten
 - Title
 - Description
 - Überschriften
- ✓ Duplicate Content vorbeugen
- ✓ Interne Verlinkung
- ✓ HTML-Editierbarkeit
- ✓ Auszeichenbarkeit von Bildern
- ✓ Implementierung von Analyse-Tools
- ✓ Integration von Sitemaps
- ✓ Social Media-Anbindung
- ✓ Blogintegration
- ✓ Mediathek
- ✓ RSS-Feed
- ✓ Rich-Snippets

Keyword-Recherche

- ✓ Produkte clustern
- ✓ Recherchequellen
 - Brainstorming
 - Google Suggest
 - Google Keywordtool
 - Searchmetrics
 - Konkurrenz
- ✓ Varianten ermitteln

Keyword-Bewertung

- ✓ Suchvolumen ermitteln
- ✓ Anzahl der Google-Treffer ermitteln
 - Insgesamt
 - Keyword im Title
- ✓ Analyse der ersten 10 Treffer nach Seitenart
- ✓ „Score“ berechnen
- ✓ Identifikation und Auswahl passender Keywords

Konkurrenzanalyse

- ✓ Einblick in den Markt erhalten
- ✓ Welches Shopsystem wird verwendet (falls identifizierbar)
- ✓ Potentiale am Markt feststellen
- ✓ Art des Shops (Welche Produkte werden häufig angeboten?)

- ✓ **USP (Welche Alleinstellungsmerkmale gibt es?)**
- ✓ **Domain**
- ✓ **URL Aufbau**
- ✓ **Sistrix-Kennzahlen**
 - **Sichtbarkeitsindex**
 - **Top 10 Rankings**
 - **Durchschnittliches Ranking**
 - **Indexierte Seiten**
 - **Anzahl der Backlinks auf Domain**
 - **Verwendete Keywords**
- ✓ **Description**
- ✓ **Title-Tags**
- ✓ **H-Tags**
- ✓ **Auszeichnungen/Zertifizierung (SSL, Trusted Shops)**
- ✓ **Hinweise auf aktives SEO**

Domainrecherche

- ✓ **Inhalt der Seite widerspiegeln / Thema vermitteln**
- ✓ **Leicht verständlich/einprägsam**
- ✓ **Branding-Effekt**
- ✓ **URL durfte vorher noch nicht verwendet worden sein oder zum Kauf zur Verfügung stehen**
- ✓ **Keine Umlaute verwenden (technisch problemlos einsetzbar, kann aber zu Kodierungsfehlern oder Problemen bei Nutzer ohne Umlaut-Tastatur führen)**

Navigationsstruktur

- ✓ **Sinnvolle Kategorien** (vom Allgemeinen zum Genauen)
- ✓ **Logische hierarchische Linkstruktur** (von der Start- über Kategorie- bis hin zu Produktseiten)
- ✓ **Flache Strukturhierarchie** (nicht tiefer als 3 Ebenen)
- ✓ **Maximal 7 Navigationspunkte in der Hauptnavigation** (psychologischer Aspekt → das Kurzzeitgedächtnis kann am besten 7 Einheiten aufnehmen)
- ✓ **Klare und eindeutige Benennung aller Navigationspunkte** (so, dass der Nutzer sofort weiß, was darunter zu erwarten ist)
- ✓ **Benennung der Navigationspunkte nach dem Suchvolumen ausrichten** (Keywordrecherche)
- ✓ **Kurze und prägnante Benennung der Navigationspunkte**
- ✓ **Bei der Benennung der Navigationspunkte Sonderzeichen, Zahlen und Umlaute vermeiden**
- ✓ **Prominente Platzierung der meistgesuchten Produkt- bzw. Artikelgruppen**
- ✓ **URLs statisch und sprechend gestalten und das Hauptkeyword mit aufnehmen**
- ✓ **Jede Seite rankt zu ein oder zwei Keywords und wird auf diese optimiert**
- ✓ **Ggf. 301-Weiterleitungen einrichten für veralteten Content**
- ✓ **Ggf. Sitemap anlegen als Hilfe zur Strukturierung**
- ✓ **Bereits bei der Planung bedenken, dass die Website wachsen wird**
- ✓ **Navigationsstruktur von vielen verschiedenen Benutzern testen lassen**

Kategorie- & Produkttexte

- ✓ **Wireframes prüfen** (Platzhalter für Text definieren)
- ✓ **Keyword-Cluster berücksichtigen** (starke Keywords im Text verwenden)
- ✓ **Brainstorming** (Alleinstellungsmerkmale des Produkts herausfinden)
 - Produkt- Herstellerinformationen Sammeln** (als Inspiration nutzen ohne simples Kopieren)
 - **Brainstorming**
 - **Herstellerseiten**
 - **Internetrecherche**
- ✓ **Entwurf erstellen**
- ✓ **Text formulieren**
- ✓ **Title-Tag definieren**
- ✓ **Description schreiben**
- ✓ **<H1> und <H2> definieren**
- ✓ **mindestens 200 Wörter verwenden**
- ✓ **Der Text sollte kurz & prägnant, sowie informativ & verständlich sein**
- ✓ **Vorteile des Produkts beschrieben**
- ✓ **Der Artikel sollte den Nutzer zum Kauf animieren** (Nutzererwartungen beachten)
- ✓ **Ein Korrekturleser sollte den Text überarbeiten**