

# Keywordauswahl 2.0

- Suchst du noch  
oder rankst du schon? -



Referenten:  
Johannes Reimann, Siwen Zhang

Berlin, 13. März. 2011





**Life Is Full Of Difficult Decisions**

# Agenda

## Keywordauswahl 2.0

Einleitung
Auswahlfaktoren
Altbekannte
Wenig beachtete
Weitere
SEO Tools
Priorisierung
Auswahlmöglichkeiten
Manuelle
Filter
Formel
Matrix
Optimierungsprozess
Fazit



# Agenda

## Keywordauswahl 2.0



Einleitung
Auswahlfaktoren
Altbekannte
Wenig beachtete
Weitere
SEO Tools
Priorisierung
Auswahlmöglichkeiten
Manuelle
Filter
Formel
Matrix
Optimierungsprozess
Fazit



## Auswahlfaktoren – die Altbekannten

Suchvolumen

Ranking

Stärke der Website

CPC

Rank Value

Wettbewerb  
SEA

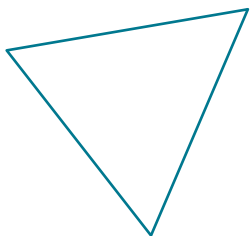
Anzahl  
Suchergebnisse

## Auswahlfaktor - Schwellenkeywords

- Definiton:

Keywords mit Rankingpositionen kurz vor der ersten Suchergebnisseite

Vorteile	Nachteile
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Können leicht in trafficrelevanten Bereich gebracht werden</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Relevanz</li><li>▪ Suchvolumen</li></ul>



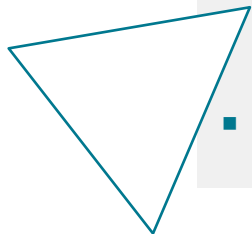
## Auswahlfaktor – Bedeutung Unternehmen

- Definiton:

Keywords, die aus Unternehmenssicht besonders wichtig sind, z.B.

- Prestigekeywords
- Margen/DB
- Saisonalitäten

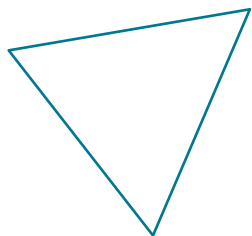
Vorteile	Nachteile
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Branchenkenntnis</li><li>▪ Fachjargon</li><li>▪ Awareness-Steigerung</li><li>▪ Umsatzsteigerung</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Relevanz</li><li>▪ Suchvolumen</li><li>▪ Betriebsblindheit</li></ul>



# Auswahlfaktoren – sinnvolle Kombination (Beispiel)

Keyword	Suchvolumen	Anzahl Suchergebnisse	Wortanzahl	Wettbewerb
bier	27.100	34.400.000	1	39%
bier online bestellen	480	1.070.000	3	85%
nokia	368.000	883.000.000	1	13%
blackberry	165.000	391.000.000	1	23%
sony ericsson	368.000	228.000.000	2	20%

Kombination der Faktoren



## Weitere Auswahlfaktoren

CTR

Conversion-  
rate

Sales

Umsatz



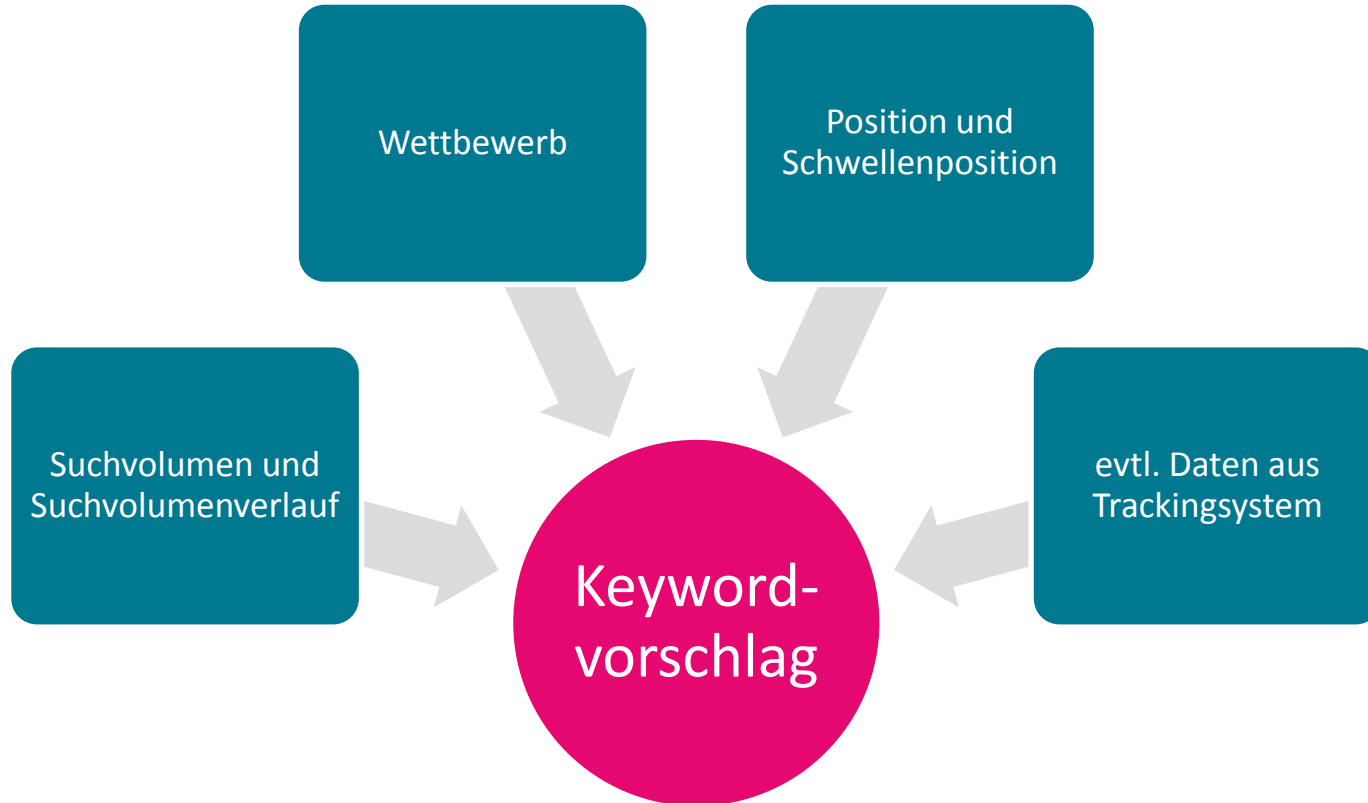
# Agenda

## Keywordauswahl 2.0



Einleitung
Auswahlfaktoren
Altbekannte
Wenig beachtete
Weitere
SEO Tools
Priorisierung
Auswahlmöglichkeiten
Manuelle
Filter
Formel
Matrix
Optimierungsprozess
Fazit

## Keywordauswahl – professionelle SEO Tools



## Chancen

- Keywordpositionen > Top 10
- Schwellenpositionen gelten als Chance
- Suchvolumen im Bezug zum Wettbewerb
- Verlauf des Suchvolumens wird mit einbezogen

Keyword	URL	Pos.	Konkur.	Suchvol.	Verlauf	
[redacted]	[redacted]	15	[red bar]	[blue bar]	[green line]	[red/blue icon]
[redacted]	[redacted]	21	[red bar]	[blue bar]	[green line]	[red/blue icon]
[redacted]	[redacted]	12	[red bar]	[blue bar]	[green line]	[red/blue icon]
[redacted]	[redacted]	34	[red bar]	[blue bar]	[green line]	[red/blue icon]
[redacted]	[redacted]	22	[red bar]	[blue bar]	[grey line]	[red/blue icon]
[redacted]	[redacted]	39	[red bar]	[blue bar]	[green line]	[red/blue icon]
[redacted]	[redacted]	44	[red bar]	[blue bar]	[grey line]	[red/blue icon]
[redacted]	[redacted]	28	[red bar]	[blue bar]	[green line]	[red/blue icon]
[redacted]	[redacted]	49	[red bar]	[blue bar]	[green line]	[red/blue icon]
[redacted]	[redacted]	53	[red bar]	[blue bar]	[green line]	[red/blue icon]
[redacted]	[redacted]	32	[red bar]	[blue bar]	[green line]	[red/blue icon]
[redacted]	[redacted]	57	[red bar]	[blue bar]	[grey line]	[red/blue icon]

Stand: März 2011



# Searchmetrics Keyword Effectiveness Index (KEI)

## KEI

- Trafficpotential auf Grundlage von Suchvolumen
- Wettbewerb berücksichtigt auch maxCPC und Anzahl der Advertiser
- KEI wird in Form von Punkten (rot, gelb, grün) ausgegeben

#	Keyword+	URL+	Pos am 07.03.2011	Traffic am 07.03.2011	Potenzial +	KEI ? +	CPC max. +	Trend+	Best Traffic +	
1	[REDACTED]	[REDACTED]	(-)	(-)	49		0,05	(-)	(-)	
2	[REDACTED]	[REDACTED]	22 94	(-)	2		0,05	(-)	(-)	
3	[REDACTED]	[REDACTED]	2 13 35	(-)	(-)		0,05	(-)	(-)	
4	[REDACTED]	[REDACTED]	43	3	1482		3,39	(-)	3	
5	[REDACTED]	[REDACTED]	(-)	(-)	1		0,05	(-)	(-)	
6	[REDACTED]	[REDACTED]	6	(-)	(-)		0,05	(-)	(-)	
7	[REDACTED]	[REDACTED]	6 54	(-)	2		0,05	(-)	(-)	
8	[REDACTED]	[REDACTED]	(-)	(-)	6		2,92	(-)	(-)	
9	[REDACTED]	[REDACTED]	(-)	(-)	27		4,15	(-)	(-)	
10	[REDACTED]	[REDACTED]	33	(-)	40		2,63	(-)	(-)	
11	[REDACTED]	[REDACTED]	(-)	(-)	5		1,97	(-)	(-)	
Σ			Ø 56,1	3	1614		15,36	0	3	

Stand: März 2011

# SEOlytics Potenzialanalyse

## Potenzialanalyse

- Trackingsystem wird hinterlegt → Besucherzahlen
- Suchvolumen und Wettbewerb aus Google Keywordtool
- System „lernt“

Keyword	Position	Besucher (Vortag)	Potenzielle Besucher	Competition ?	CPC	Seo-Empfehlung ?
[redacted]	> 100	0	62	[bar chart]	[bar chart]	[gauge]
[redacted]	> 100	0	570	[bar chart]	[bar chart]	[gauge]
[redacted]	21	0	8	[bar chart]	[bar chart]	[gauge]
[redacted]	> 100	0	6	[bar chart]	[bar chart]	[gauge]
[redacted]	> 100	0	34	[bar chart]	[bar chart]	[gauge]
[redacted]	21	2	0	[bar chart]	[bar chart]	[gauge]
[redacted]	> 100	0	0	[bar chart]	[bar chart]	[gauge]
[redacted]	> 100	0	0	[bar chart]	[bar chart]	[gauge]
[redacted]	1	2	4	[bar chart]	[bar chart]	[gauge]
[redacted]	> 100	0	23	[bar chart]	[bar chart]	[gauge]
[redacted]	> 100	0	570	[bar chart]	[bar chart]	[gauge]

Stand: März 2011

# Agenda

## Keywordauswahl 2.0



Einleitung
Auswahlfaktoren
Altbekannte
Wenig beachtete
Weitere
SEO Tools
Priorisierung
Auswahlmöglichkeiten
Manuelle
Filter
Formel
Matrix
Optimierungsprozess
Fazit

## ▼ Priorisierung der Faktoren (Beispiel)



Prio 1	Prio 2
Suchvolumen	Wettbewerb SEA
Ranking	CPC
Rank Value	Bedeutung Unternehmen
Stärke der Website	Nischenbonus
Konkurrenzlage SEO	Anzahl Suchergebnisse

# Agenda

## Keywordauswahl 2.0



Einleitung
Auswahlfaktoren
Altbekannte
Wenig beachtete
Weitere
SEO Tools
Priorisierung
Auswahlmöglichkeiten
Manuelle
Filter
Formel
Matrix
Optimierungsprozess
Fazit

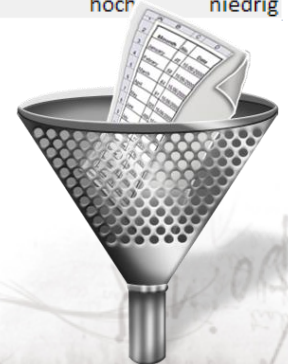
## Manuelle Auswahl



Die gute alte Handarbeit...

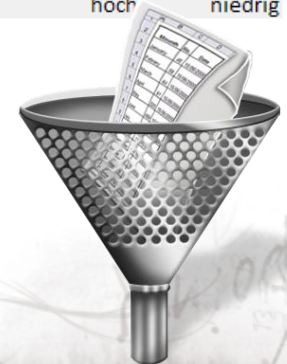
# Filterauswahl

Keyword	Suchvolumen	Anzahl Suchergebnisse	Wortanzahl	Schätzung CPC	Wettbewerb	Stärke Website	Wettbewerb SEO	Ranking	Bedeutung Unternehmen	Rank Value
bier	27.100	34.400.000	1	0,21 €	39%	niedrig	stark	57	hoch	mittel
biere	1.000	6.750.000	1	0,19 €	28%	niedrig	stark	32	hoch	mittel
biershop	1.000	64.400	1	0,05 €	24%	niedrig	mittel	15	hoch	hoch
bier shop	720	2.110.000	2	0,05 €	74%	niedrig	mittel	5	hoch	hoch
bierversand	590	3.180	1	0,05 €	78%	niedrig	mittel	66	hoch	hoch
bier online bestellen	480	1.070.000	3	0,05 €	85%	niedrig	mittel	32	hoch	hoch
alkoholfreies bier	2.400	222.000	2	0,20 €	15%	mittel	mittel	10	niedrig	mittel
bier adventskalender	1.300	68.500	2	0,05 €	28%	niedrig	mittel	28	hoch	mittel
biersorten	4.400	189.000	1	0,20 €	47%	niedrig	mittel	89	niedrig	mittel
becks	14.800	14.500.000	1	0,06 €	9%	mittel	stark	115	mittel	niedrig
becks bier	1.900	178.000	2	0,08 €	19%	niedrig	stark	98	mittel	mittel
bitburger	9.900	646.000	1	0,28 €	7%	mittel	stark	109	mittel	niedrig
budweiser bier	720	9.960.000	2	0,05 €	20%	niedrig	stark	18	mittel	mittel
desperados bier	1.300	1.250.000	2	0,05 €	5%	mittel	stark	79	mittel	mittel
guinness bier	1.600	229.000	2	0,05 €	27%	niedrig	stark	156	mittel	mittel
heineken	8.100	15.700.000	1	0,34 €	1%	mittel	stark	144	hoch	niedrig
heineken bier	590	2.410.000	2	0,34 €	6%	mittel	stark	74	hoch	mittel
krombacher	18.100	467.000	1	0,19 €	8%	mittel	stark	56	mittel	niedrig
oettinger bier	1.900	132.000	2	0,05 €	2%	mittel	mittel	87	mittel	mittel
warsteiner	6.600	996.000	1	0,24 €	16%	mittel	stark	149	hoch	niedrig



# Filterauswahl – Schritt 1 Suchvolumen

Keyword	Suchvolumen	Anzahl		Schätzung		Stärke		Wettbewerb		Bedeutung	
		Suchergebnisse	Wortanzahl	CPC	Wettbewerb	Website	SEO	Ranking	Unternehmen	Rank Value	
Nach Größe sortieren (aufsteigend)		34.400.000		1	0,21 €	39%	niedrig	stark	57	hoch	mittel
Nach Größe sortieren (absteigend)		6.750.000		1	0,19 €	28%	niedrig	stark	32	hoch	mittel
Nach Farbe sortieren		64.400		1	0,05 €	24%	niedrig	mittel	15	hoch	hoch
Filter löschen aus "Suchvolumen"		2.110.000		2	0,05 €	74%	niedrig	mittel	5	hoch	hoch
Nach Farbe filtern		3.180		1	0,05 €	78%	niedrig	mittel	66	hoch	hoch
Zahlenfilter		1.070.000		3	0,05 €	85%	niedrig	mittel	32	hoch	hoch
Ist gleich...				2	0,20 €	15%	mittel	mittel	10	niedrig	mittel
Ist nicht gleich...				2	0,05 €	28%	niedrig	mittel	28	hoch	mittel
Größer als...				1	0,20 €	47%	niedrig	mittel	89	niedrig	mittel
Größer oder gleich...				1	0,06 €	9%	mittel	stark	115	mittel	niedrig
Kleiner als...				2	0,08 €	19%	niedrig	stark	98	mittel	mittel
Kleiner oder gleich...				1	0,28 €	7%	mittel	stark	109	mittel	niedrig
Zwischen...				2	0,05 €	20%	niedrig	stark	18	mittel	mittel
Top 10...				2	0,05 €	5%	mittel	stark	79	mittel	mittel
Über dem Durchschnitt				1	0,34 €	1%	mittel	stark	144	hoch	niedrig
Unter dem Durchschnitt				2	0,34 €	6%	mittel	stark	74	hoch	mittel
Benutzerdefinierter Filter...				1	0,19 €	8%	mittel	stark	56	mittel	niedrig
oettinger bier	1.900	132.000		2	0,05 €	2%	mittel	mittel	87	mittel	mittel
warsteiner	6.600	996.000		1	0,24 €	16%	mittel	stark	149	hoch	niedrig



# Filterauswahl – Schritt 1 Suchvolumen

Keyword	Suchvolumen	Anzahl		Schätzung		Stärke		Wettbewerb		Bedeutung	
		Suchergebnisse	Wortanzahl	CPC	Wettbewerb	Website	SEO	Ranking	Unternehmen	Rank Value	
bier	27.100	34.400.000	1	0,21 €	39%	niedrig	stark	57	hoch	mittel	
alkoholfreies bier	2.400	222.000	2	0,20 €	15%	mittel	mittel	10	niedrig	mittel	
bier adventskalender	1.300	68.500	2	0,05 €	28%	niedrig	mittel	28	hoch	mittel	
biersorten	4.400	189.000	1	0,20 €	47%	niedrig	mittel	89	niedrig	mittel	
becks	14.800	14.500.000	1	0,06 €	9%	mittel	stark	115	mittel	niedrig	
becks bier	1.900	178.000	2	0,08 €	19%	niedrig	stark	98	mittel	mittel	
bitburger	9.900	646.000	1	0,28 €	7%	mittel	stark	109	mittel	niedrig	
desperados bier	1.300	1.250.000	2	0,05 €	5%	mittel	stark	79	mittel	mittel	
guinness bier	1.600	229.000	2	0,05 €	27%	niedrig	stark	156	mittel	mittel	
heineken	8.100	15.700.000	1	0,34 €	1%	mittel	stark	144	hoch	niedrig	
krombacher	18.100	467.000	1	0,19 €	8%	mittel	stark	56	mittel	niedrig	
oettinger bier	1.900	132.000	2	0,05 €	2%	mittel	mittel	87	mittel	mittel	
warsteiner	6.600	996.000	1	0,24 €	16%	mittel	stark	149	hoch	niedrig	



# Filterauswahl – Schritt 2 Rank Value

Keyword	Suchvolumen	Anzahl Suchergebnisse	Wortanzahl	Schätzung CPC	Wettbewerb	Stärke Website	Wettbewerb SEO	Ranking	Bedeutung Unternehmen	Rank Value
bier	27.100	34.400.000	1	0,21 €	39%	niedrig	stark			
alkoholfreies bier	2.400	222.000	2	0,20 €	15%	mittel	mittel			
bier adventskalender	1.300	68.500	2	0,05 €	28%	niedrig	mittel			
biersorten	4.400	189.000	1	0,20 €	47%	niedrig	mittel			
becks bier	1.900	178.000	2	0,08 €	19%	niedrig	stark			
desperados bier	1.300	1.250.000	2	0,05 €	5%	mittel	stark			
guinness bier	1.600	229.000	2	0,05 €	27%	niedrig	stark			
oettinger bier	1.900	132.000	2	0,05 €	2%	mittel	mittel			

Von A bis Z sortieren  
 Von Z bis A sortieren  
 Nach Farbe sortieren  
 Filter löschen aus "Rank Value"  
 Nach Farbe filtern  
 Textfilter

(Alles auswählen)  
 mittel  
 niedrig



# Filterauswahl – Schritt 2 Rank Value

Keyword	Suchvolumen	Anzahl Suchergebnisse	Wortanzahl	Schätzung CPC	Wettbewerb	Stärke Website	Wettbewerb SEO	Ranking	Bedeutung Unternehmen	Rank Value
bier	27.100	34.400.000	1	0,21 €	39%	niedrig	stark	57	hoch	mittel
alkoholfreies bier	2.400	222.000	2	0,20 €	15%	mittel	mittel	10	niedrig	mittel
bier adventskalender	1.300	68.500	2	0,05 €	28%	niedrig	mittel	28	hoch	mittel
biersorten	4.400	189.000	1	0,20 €	47%	niedrig	mittel	89	niedrig	mittel
becks bier	1.900	178.000	2	0,08 €	19%	niedrig	stark	98	mittel	mittel
desperados bier	1.300	1.250.000	2	0,05 €	5%	mittel	stark	79	mittel	mittel
guinness bier	1.600	229.000	2	0,05 €	27%	niedrig	stark	156	mittel	mittel
oettinger bier	1.900	132.000	2	0,05 €	2%	mittel	mittel	87	mittel	mittel

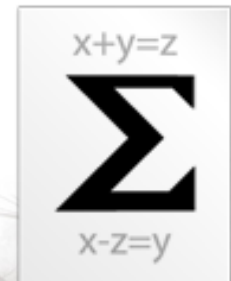
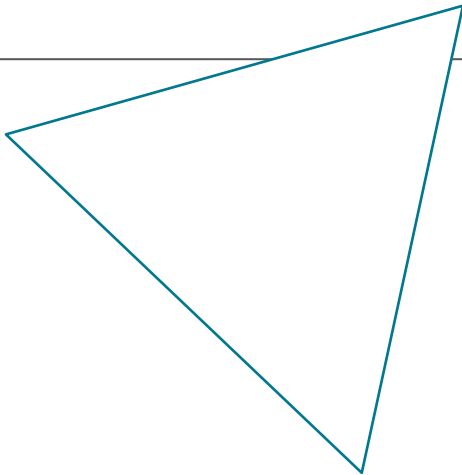


# FormelAuswahl



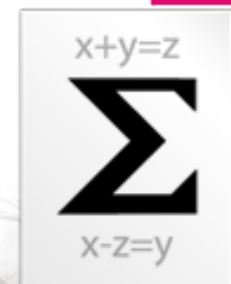
$$x+y=z$$
$$\Sigma$$
$$x-z=y$$

$$\text{Gewichtung x Faktor 1} + \text{Gewichtung x Faktor 2} + \dots + \text{Gewichtung x Faktor n}$$
$$=$$
$$\Sigma \text{ Punkte}$$



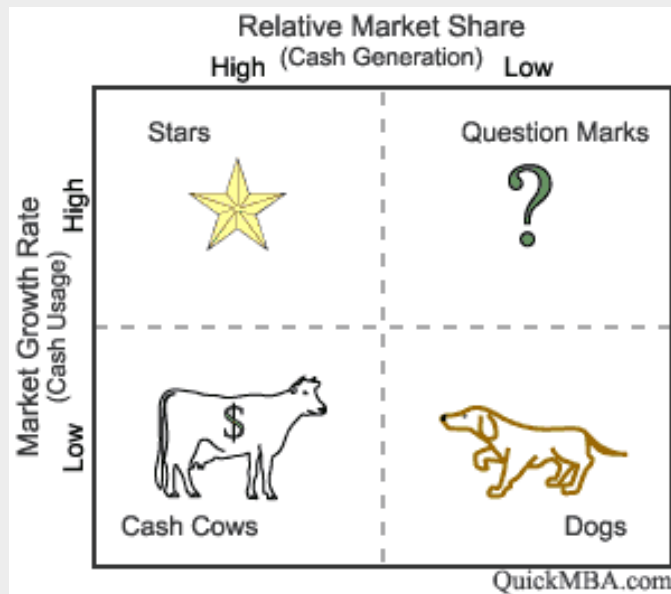
# FormelAuswahl

Keyword	Suchvolumen	Anzahl Suchergebnisse	Wortanzahl	Schätzung CPC	Wettbewerb	Stärke Website	Wettbewerb SEO	Ranking	Bedeutung Unternehmen	Rank Value	Σ Punkte
biershop	1.000	64.400	1	0,05 €	24%	niedrig	mittel	15	hoch	ho	4,8
bier	27.100	34.400.000	1	0,21 €	39%	niedrig	stark	57	hoch	mit	4,3
bierversand	590	3.180	1	0,05 €	78%	niedrig	mittel	66	hoch	ho	4,3
bier shop	720	2.110.000	2	0,05 €	74%	niedrig	mittel	5	hoch	ho	3,9
bier online bestellen	480	1.070.000	3	0,05 €	85%	niedrig	mittel	32	hoch	ho	3,9
biere	1.000	6.750.000	1	0,19 €	28%	niedrig	stark	32	hoch	mit	3,7
bier adventskalender	1.300	68.500	2	0,05 €	28%	niedrig	mittel	28	hoch	mit	3,5
alkoholfreies bier	2.400	222.000	2	0,20 €	15%	mittel	mittel	10	niedrig	mit	2,8
warsteiner	6.600	996.000	1	0,24 €	16%	mittel	stark	149	hoch	nied	2,8
biersorten	4.400	189.000	1	0,20 €	47%	niedrig	mittel	89	niedrig	mit	2,8
krombacher	18.100	467.000	1	0,19 €	8%	mittel	stark	56	mittel	nied	2,7
becks bier	1.900	178.000	2	0,08 €	19%	niedrig	stark	98	mittel	mit	2,6
heineken	8.100	15.700.000	1	0,34 €	1%	mittel	stark	144	hoch	nied	2,5
heineken bier	590	2.410.000	2	0,34 €	6%	mittel	stark	74	hoch	mit	2,5
oettinger bier	1.900	132.000	2	0,05 €	2%	mittel	mittel	87	mittel	mit	2,5
becks	14.800	14.500.000	1	0,06 €	9%	mittel	stark	115	mittel	nied	2,5
bitburger	9.900	646.000	1	0,28 €	7%	mittel	stark	109	mittel	nied	2,4
budweiser bier	720	9.960.000	2	0,05 €	20%	niedrig	stark	18	mittel	mit	2,4
desperados bier	1.300	1.250.000	2	0,05 €	5%	mittel	stark	79	mittel	mit	2,0
guinness bier	1.600	229.000	2	0,05 €	27%	niedrig	stark	156	mittel	mit	2,0
											1,9
											1,5
											1,5



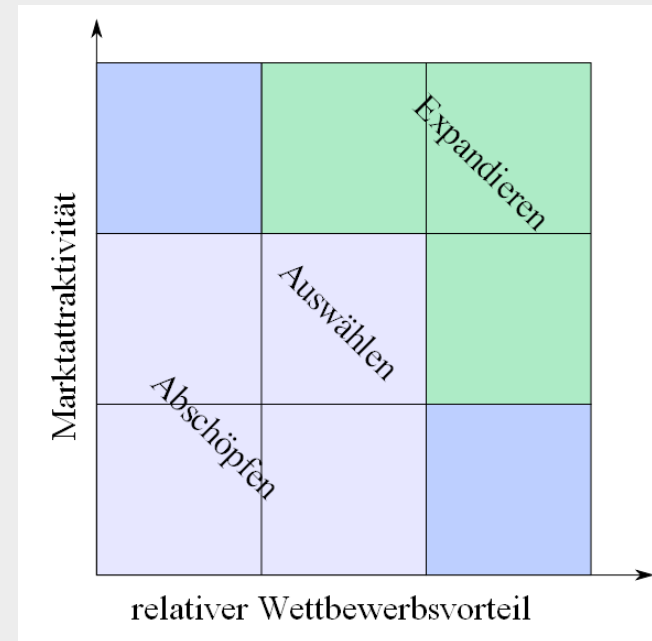
# Matrixauswahl

## BCG 4-Felder-Matrix



Quelle: <http://www.quickmba.com/strategy/matrix/bcg/>

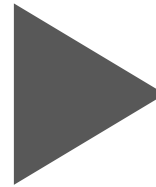
## McKinsey 9-Felder-Matrix



Quelle: <http://de.wikipedia.org/wiki/McKinsey-Portfolio>

# Matrixauswahl - Kategorisierung

Suchvolumen  
Wettbewerb-SEM  
Bedeutung-Unternehmen  
Anzahl-Suchergebnisse  
CPC  
Konkurrenzlage-SEO  
Ranking Staerke-der-Website  
Ranking-Bonus  
Nischenbonus  
Rank-Value

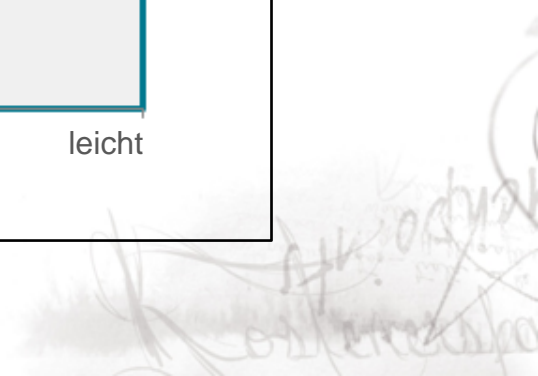
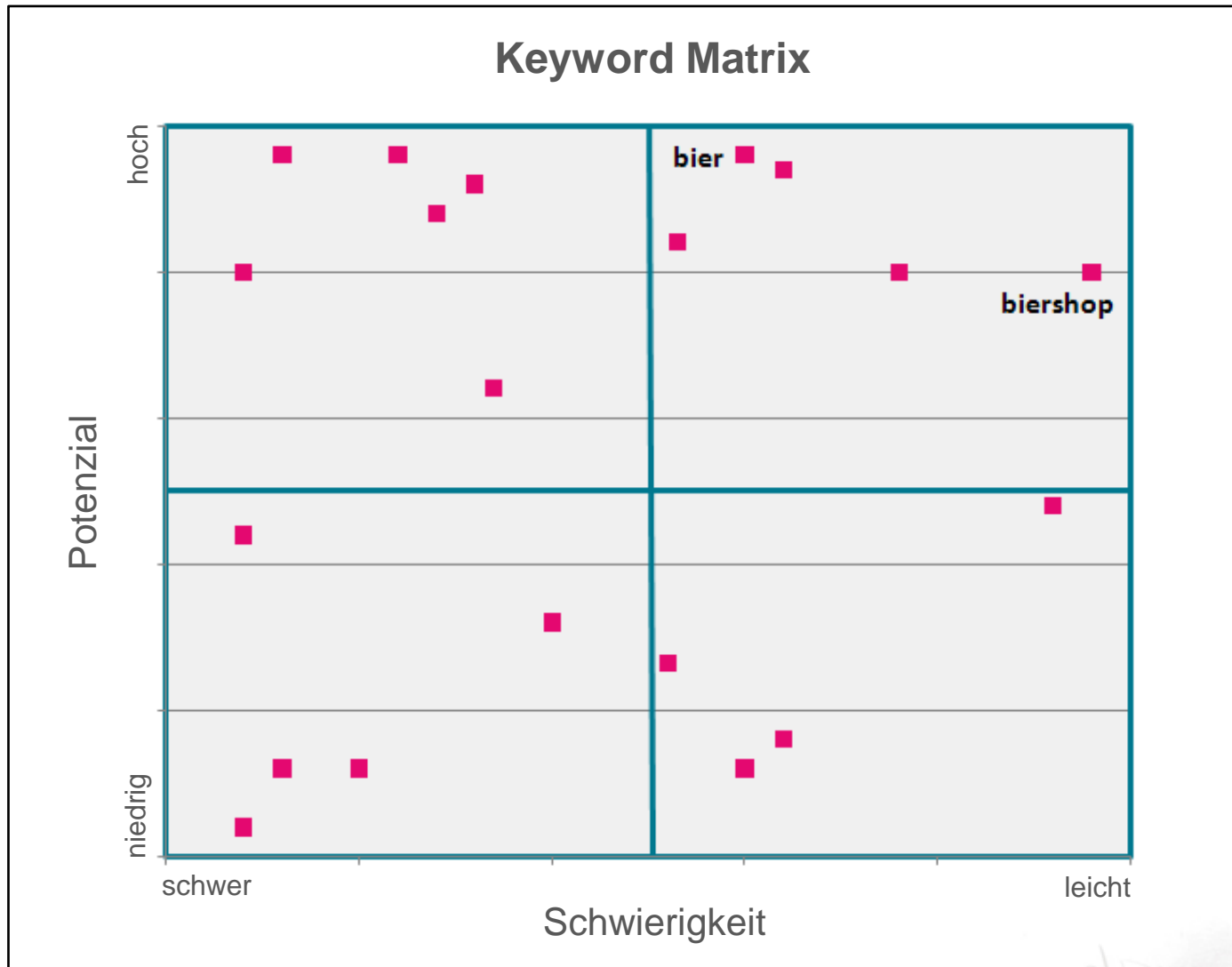


Kategorie 1	Kategorie 2
Faktor 1	Faktor 3
...	...
...	...
...	...
...	...
...	...
...	...





# Matrixdarstellung



# Agenda

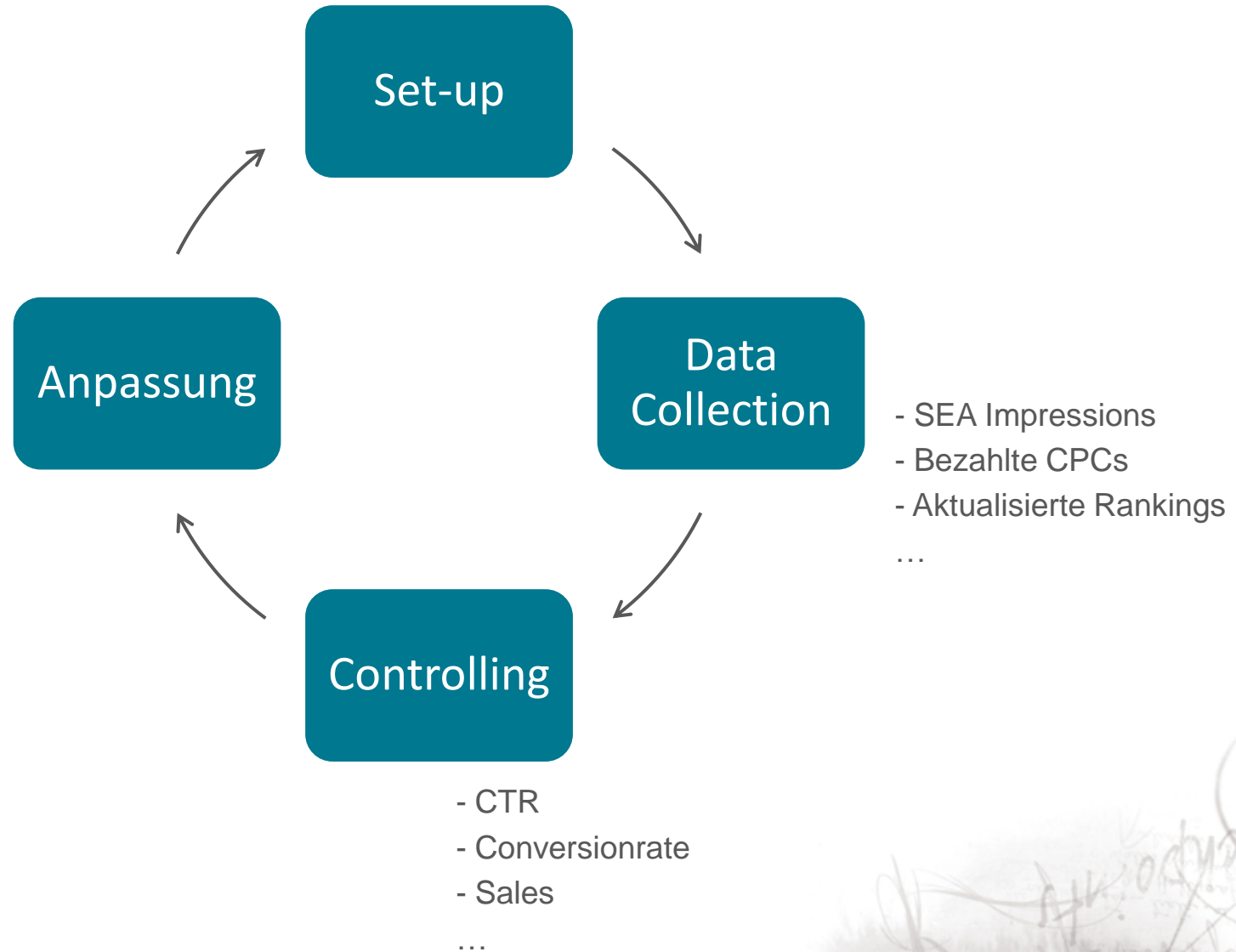
## Keywordauswahl 2.0

Einleitung
Auswahlfaktoren
Altbekannte
Wenig beachtete
Weitere
SEO Tools
Priorisierung
Auswahlmöglichkeiten
Manuelle
Filter
Formel
Matrix
Optimierungsprozess
Fazit

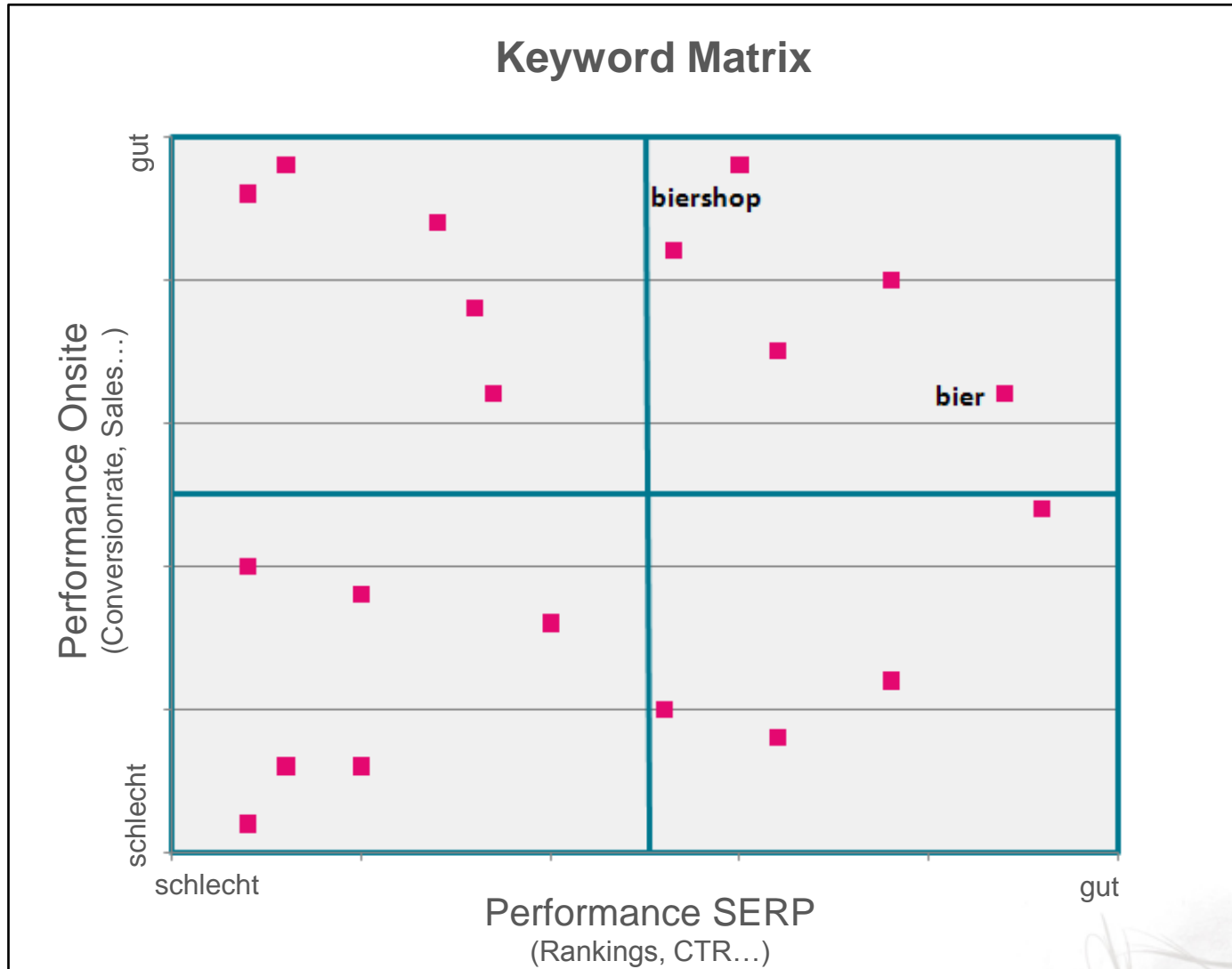




# Optimierungsprozess



# Matrixdarstellung – Step 2



# Agenda

## Keywordauswahl 2.0

Einleitung
Auswahlfaktoren
Altbekannte
Wenig beachtete
Weitere
SEO Tools
Priorisierung
Auswahlmöglichkeiten
Manuelle
Filter
Formel
Matrix
Optimierungsprozess
Fazit



## Fazit

- Essentielles Thema für SEO
- Komplex, sehr zeitaufwendig
- Keine einmalige Sache, sondern kontinuierlicher Prozess
- Vielzahl von Faktoren spielen eine Rolle
- Schwierig alle unter einen Hut zu bringen
- Kein Tool, keine Formel kann die Erfahrung der SEOs komplett ersetzen
- Plausibilitäts-Check immer notwendig
- Immer stärker werdende Konkurrenz macht das Thema noch schwieriger, (z.B. Suchvolumen reicht als alleiniges Kriterium nicht mehr aus)
- Integration des Kunden notwendig



Danke für eure  
Aufmerksamkeit!

Fragen, Anregungen?!



**Johannes Reimann**

SEO Consultant

Tel: 0821 / 21 77 95-629

E-Mail: [johannes.reimann@explido.de](mailto:johannes.reimann@explido.de)

Xing: [http://www.xing.com/profile/Johannes\\_Reimann](http://www.xing.com/profile/Johannes_Reimann)



**Siwen Zhang**

SEO Consultant

Tel: 0821 / 21 77 95-36

E-Mail: [siwen.zhang@explido.de](mailto:siwen.zhang@explido.de)

Xing: [http://www.xing.com/profile/Siwen\\_Zhang](http://www.xing.com/profile/Siwen_Zhang)