



SEO-OPTIMIERUNG FÜR KMU TEIL 3: LASSEN SIE DEN ROBOTER DIE ARBEIT ERLEDIGEN!

Die SEO-Optimierung von Unternehmenswebseiten ist ein wichtiger Bestandteil der digitalen Transformation für KMU. Im letzten Artikel unserer kleinen Serie haben wir in diesem Zusammenhang die Relevanz von gut lesbaren Texten mithilfe von Keyword-Analysen erklärt. Zu einer erfolgreichen SEO-Strategie gehört allerdings auch die technische Optimierung, welche wir in diesem Artikel näher betrachten.

Grundsätzlich schlagen Suchmaschinen ihren Nutzern Webseiten als Besuchsziel vor, die inhaltlich mit den eingegebenen Suchbegriffen übereinstimmen. Beispiel: Gibt ein Nutzer „Erdbeeren anbauen“ in die Google-Suche ein, werden ihm auf der ersten Seite die Webseiten angezeigt, die ihm eine genaue Anleitung an die Hand geben, wie er Erdbeeren selbst anpflanzen kann. Wie genau der Content einer Webseite suchmaschinenoptimiert gestaltet werden kann, erklärt unser letzter Artikel zu diesem Thema. Jedoch werden auch Webseiten mit relevanten Inhalten gelegentlich von den Suchergebnissen ausgeschlossen. Viele Experten begründen dies mit einer fehlenden Indexierung der Webseite. Wofür steht dieser Begriff?

ACHTUNG, DER ROBOTER KOMMT

Jede Suchmaschine hat ihren eigenen Crawling-Bot. Dieser Softwareroboter wühlt sich durch jede Webseite und versucht sie anhand ihres Inhaltes (engl. Content) zu kategorisieren. Ist dieser Prozess erfolgreich, wird die Webseite in das Inhaltsverzeichnis (engl. Index) der Suchmaschine aufgenommen. „Allerdings könne es auch vorkommen, dass der Bot bei seinem Besuch manche Seiten übersehe oder inhaltlich nicht zuordnen könne“, erklärt Evi Mattil, zertifizierte Unternehmensberaterin und Expertin für Digitalisierung. „In der Folge würden selbst inhaltlich relevante Webseiten nicht in den Suchergebnissen auftauchen. Um dies zu verhindern, erfordere es eine XML-Sitemap. Diese Auflistung sämtlicher Unterseiten und Beiträge erlaubt es den Crawling-Bots innerhalb kürzester Zeit, den Content einer Webseite kategorisch einzuordnen“, empfiehlt die Fachfrau. „Das ist aber einfacher als man denkt. Für die Erstellung einer XML-Sitemap stehen Webseitenbetreibern zahlreiche Plug-ins und Tools zur Verfügung. So erhöhen selbst Laien die Wahrscheinlichkeit, dass ihre Webseite zeitnah in den Suchmaschinen-Index mit aufgenommen wird“, betont Mattil. Für kleine und mittelständische Unternehmen, die trotz einfacher Tools professionelle Unterstützung bei der Digitalisierung wünschen, hält die Unternehmensberaterin ein ausgeklügeltes Konzept bereit: „Gemeinsam mit meinem Team setze ich im Unternehmen die nötigen Impulse, um den digitalen Wandel voranzutreiben. Die inhaltliche und technische Optimierung der Unternehmenswebseite ist dabei nur einer von vielen Schritten. Meine Kernkompetenz liegt darin, interne Geschäftsprozesse sowie die Neukundenakquise zu automatisieren“.

Wer sich näher über das Leistungsspektrum von INTERRUPT informieren möchte, findet weitere Informationen auf der Unternehmenswebseite: <https://interruptnet.com>.



Evi Mattil, Expertin für Digitalisierung und Automation von KMU

<https://interruptnet.com/>



ANSPRECHPARTNER MEDIAKOMMUNIKATION

pressebüro laaks

Peter Laaks
Telefon +49 (0)201-50 73 34 54

E-Mail redaktion@pressebuero-laaks.de

Webseite <https://www.pressebuero-laaks.de>

Hinweis: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.