Traffic Strategie Video 2

Weitere Insider-Informationen finden Sie unter www.trafficstrategie.com!

Viel Erfolg wünscht Ihnen,
Shane Melaugh

Checkliste für perfekten Traffic

Wer und wo

Problem oder Anliegen

Lösung

Zahlungswillig

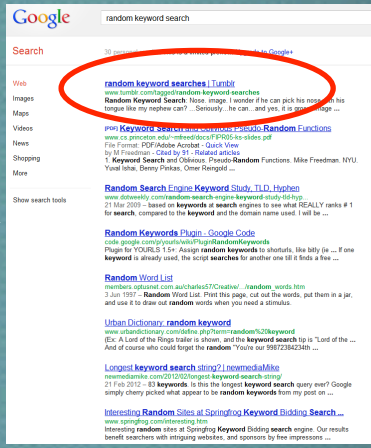
Wichtigster Faktor:

KEYWORDS

Besucher Interaktion, Ranking und Traffic, Umsatz

PROMOTION

KEYWORD(S) → DOMAIN → CONTENT

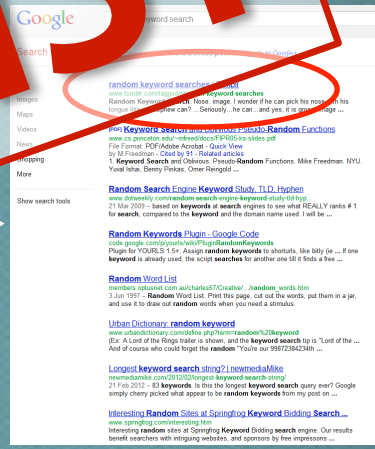


Richtig

Falsch

PROMOTION

KEYWORD(S) → DOMAIN → CONTENT →



Richtig

Richtig

ALLES UMSONST

Fataler Fehler Nr. 2:

Komplett verkehrte Keyword Recherche

Kein Erfolg, kein Traffic, kein Umsatz?

Fehler bei der Keyword Wahl!

Der Keyword Code

Nehmen Sie mich *nicht* beim Wort!

Der Keyword Code

Die 3 Schlüssel zum optimalen Keyword

Suchvolumen

Wie viele Leute führen diese Suche durch?

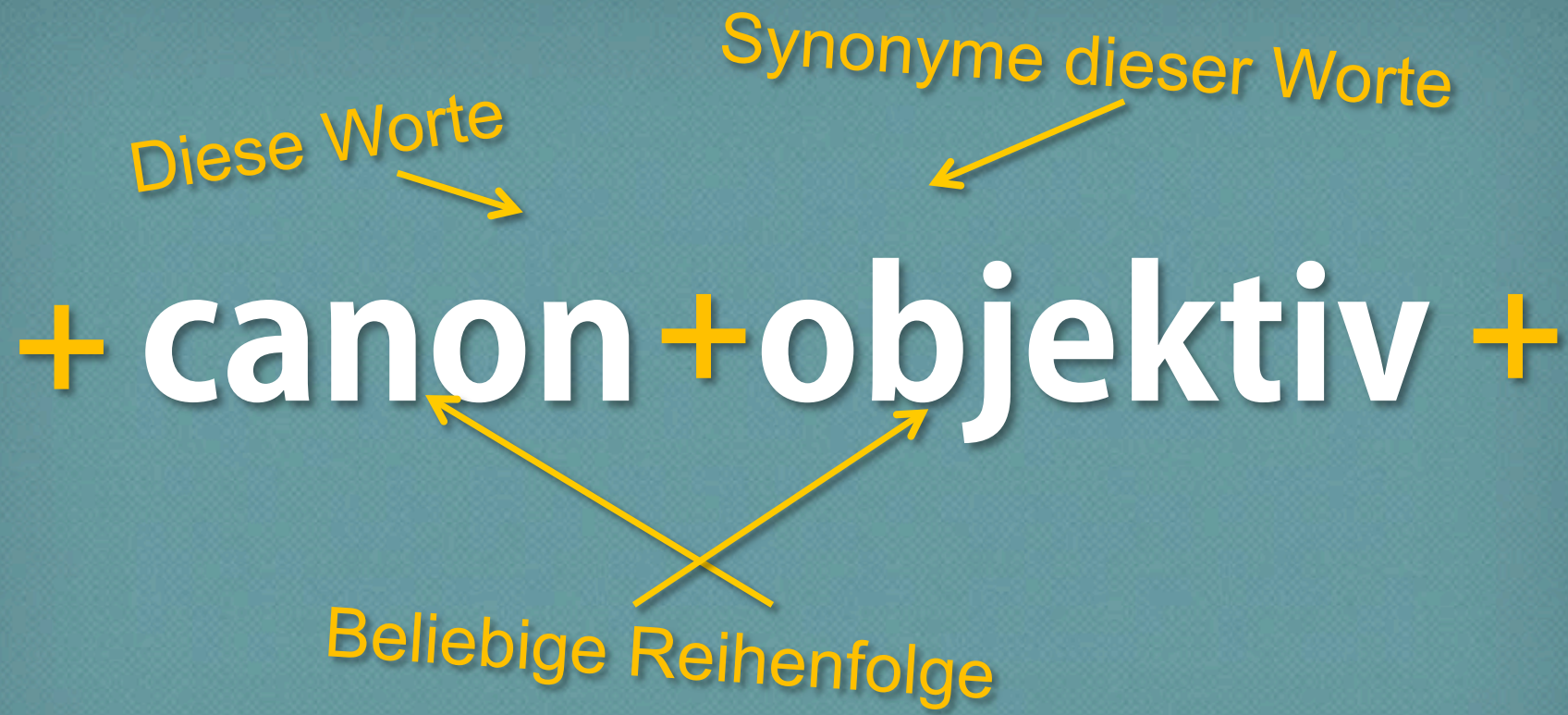
Wie viel Traffic lässt sich holen?

Übereinstimmungstypen

Weitgehend

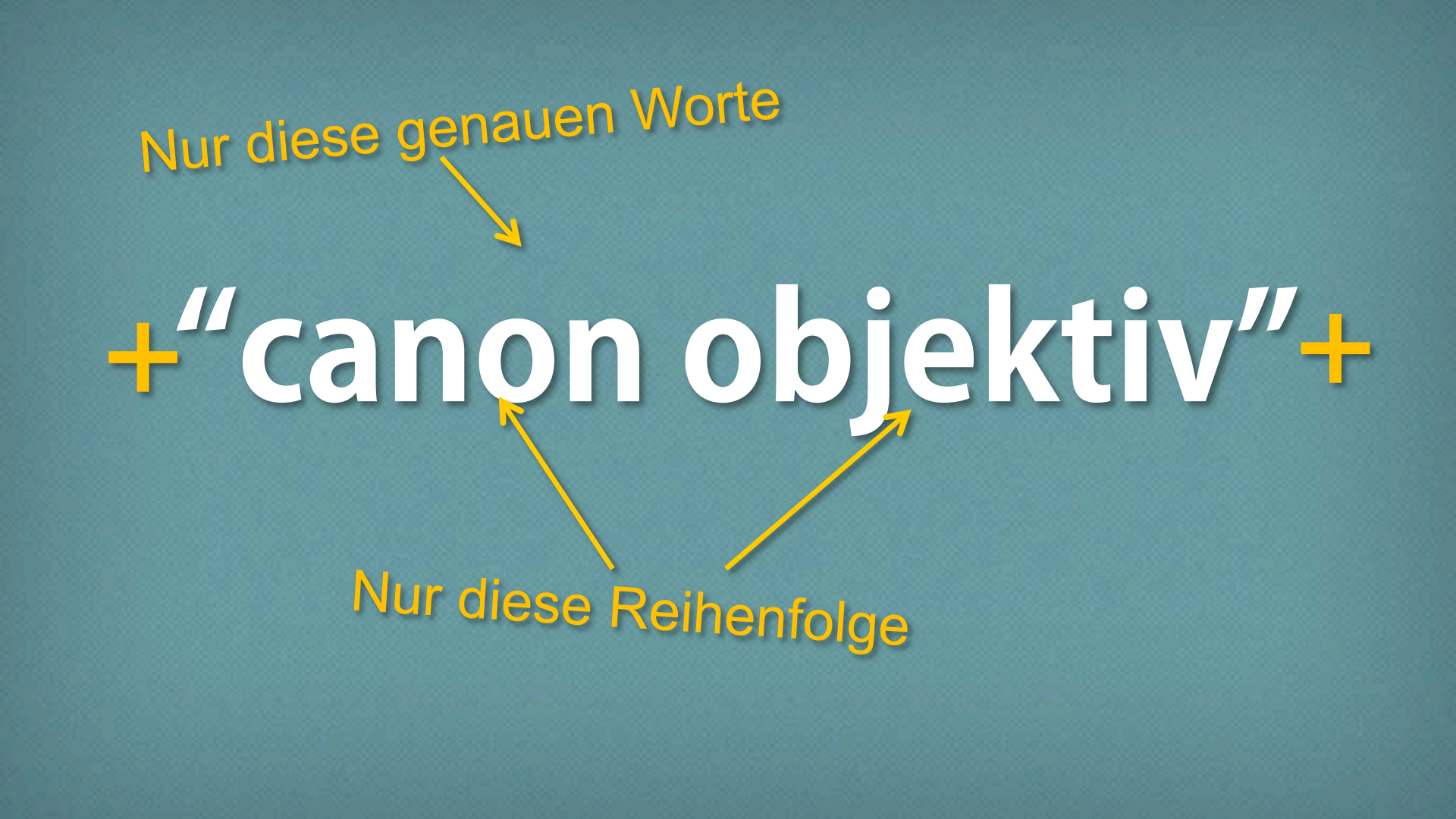
Wortgruppe

Exakt


Diese Worte
Synonyme dieser Worte
+ canon + objektiv +
Beliebige Reihenfolge

Weitgehend

- canon objektiv
- bestes canon objektiv
- canon eos 600d objektiv
- objektive für canon kameras


Nur diese genauen Worte
+“canon objektiv”+
Nur diese Reihenfolge

Wortgruppe

- canon objektiv
- bestes canon objektiv
- canon eos 600d objektiv
- objektive für canon kameras

Nur diese genauen Worte

[canon objektiv]

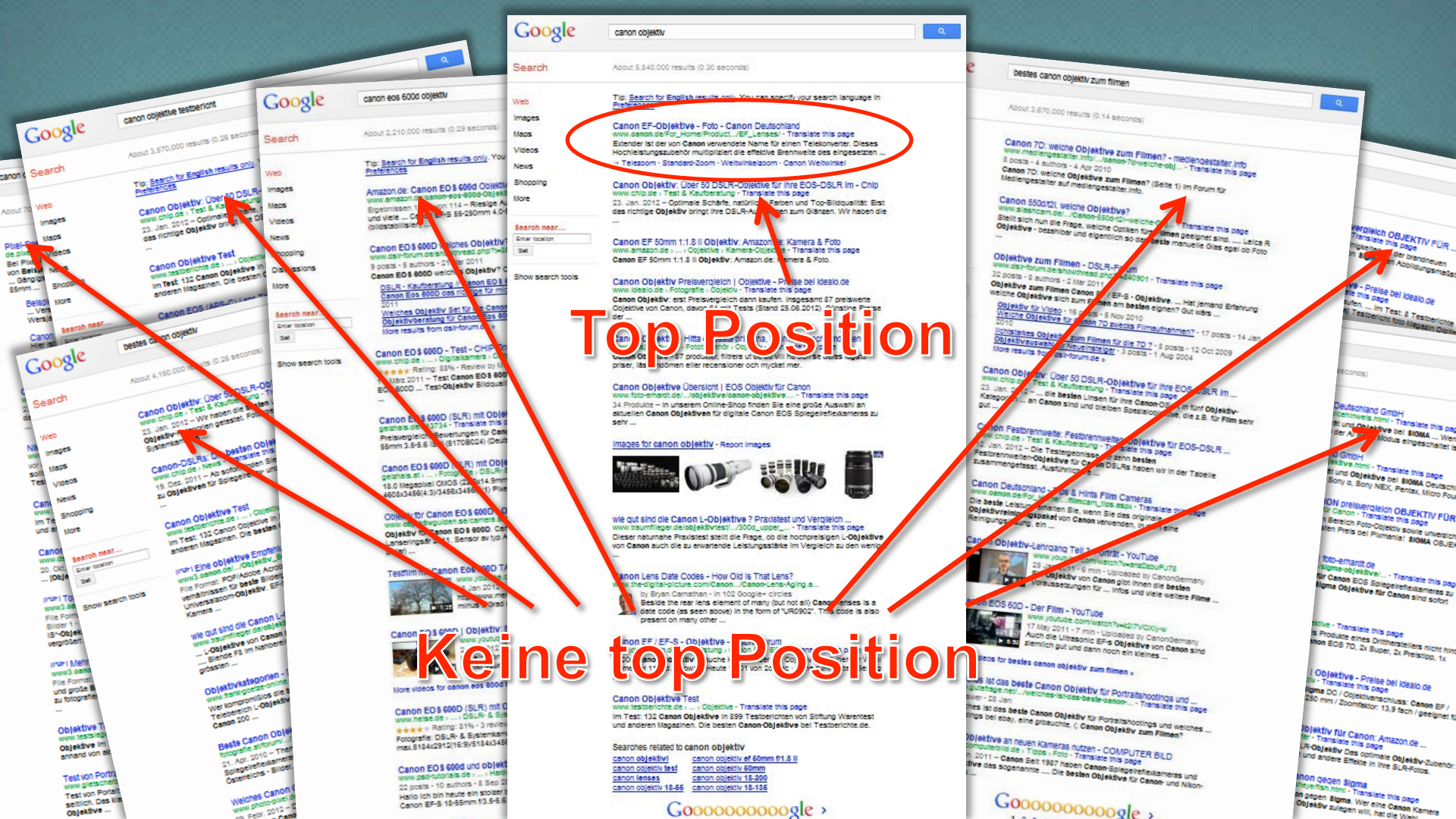
Nur diese Reihenfolge

Und nichts weiter!

Exakt

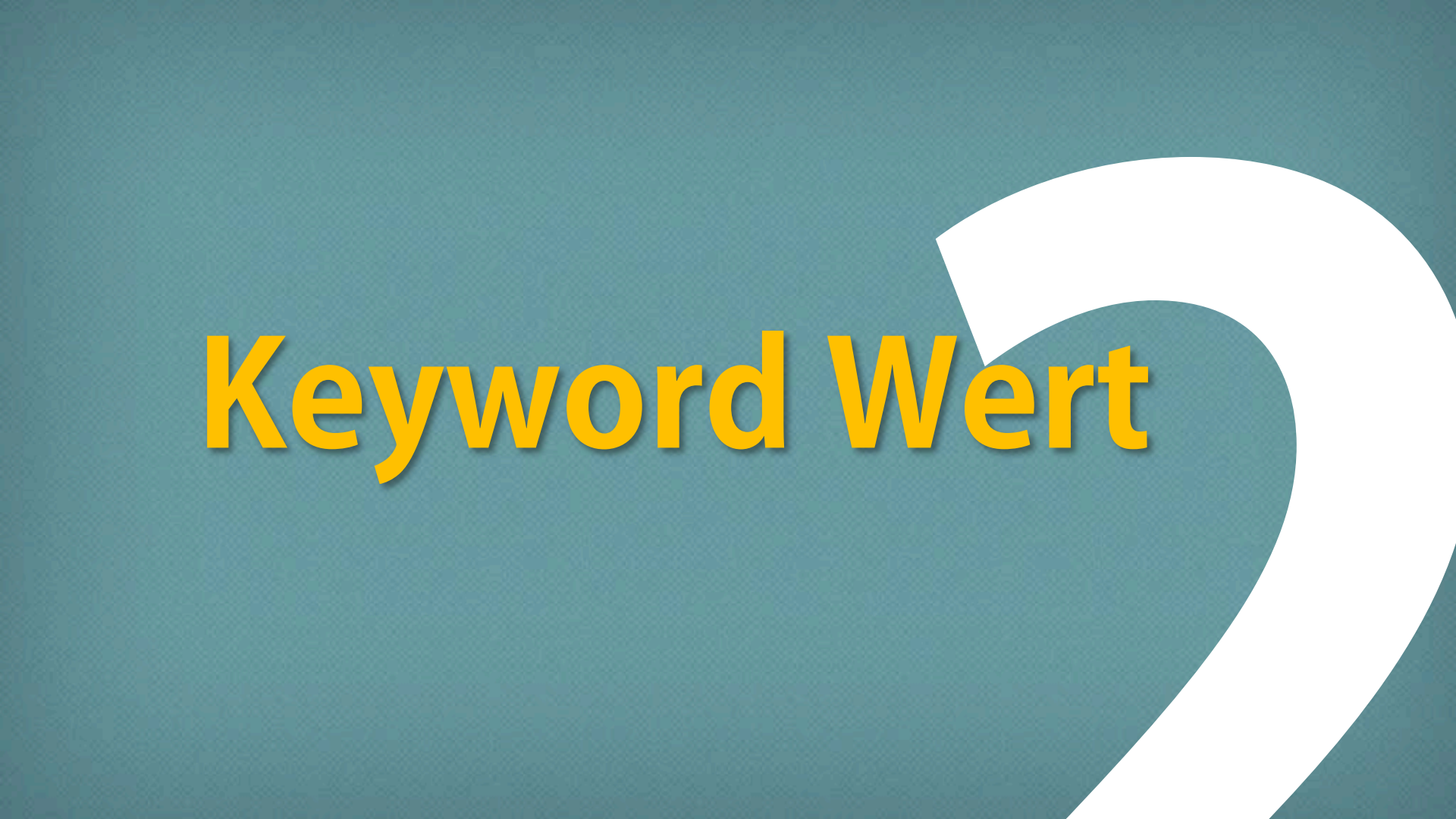
- canon objektiv
- bestes canon objektiv
- canon eos 600d objektiv
- objektive für canon kameras

Für organischen Traffic ist nur der exakte Übereinstimmungstyp relevant!


Top Position
Keine top Position

Für organischen Traffic: Exakter Übereinstimmungstyp!

Keyword Wert



Wie wertvoll ist der Traffic?

Sorgen diese Besucher für Umsatz?

Grundsatz:
Je spezifischer, desto besser.

fitness

muskelaufbau trainingsplan

proteinpulver vergleich

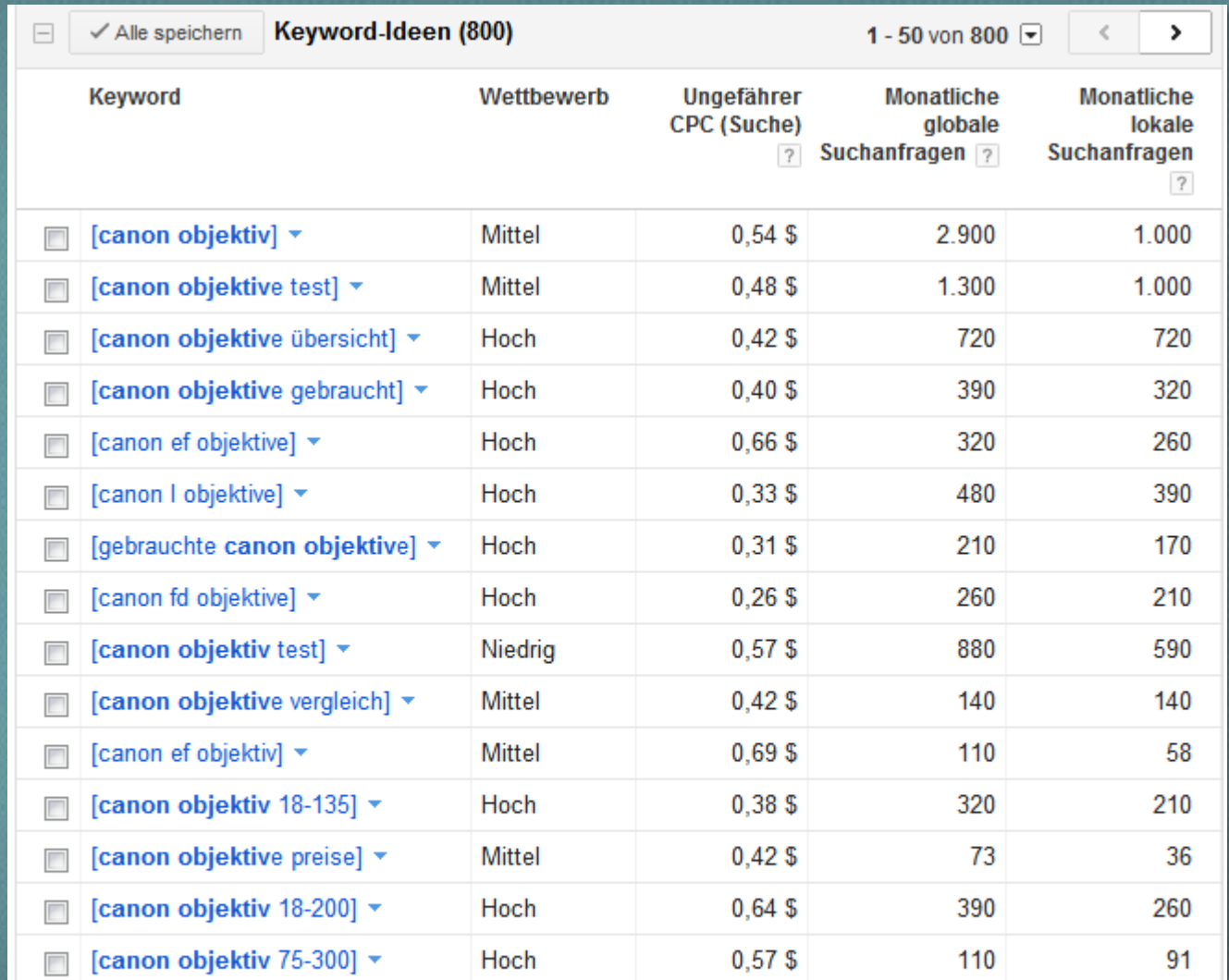
bestes creatin supplement

Mehr Worte im Keyword, höherer Keyword-Wert

- Testbericht
- Vergleichstest
- Gutschein
- Preisvergleich
- Günstig/Bester Preis etc.

Systematische Methode

- AdWords Klickpreis (CPC)
- AdWords Konkurrenz



Alle speichern

Keyword-Ideen (800)

1 - 50 von 800

Keyword	Wettbewerb	Ungefährer CPC (Suche)	Monatliche globale Suchanfragen	Monatliche lokale Suchanfragen
[**canon objektiv**]	Mittel	0,54 $	2.900	1.000
[**canon objektive** test]	Mittel	0,48 $	1.300	1.000
[**canon objektive** übersicht]	Hoch	0,42 $	720	720
[**canon objektive** gebraucht]	Hoch	0,40 $	390	320
[canon ef objektive]	Hoch	0,66 $	320	260
[canon l objektive]	Hoch	0,33 $	480	390
[gebrauchte **canon objektive**]	Hoch	0,31 $	210	170
[canon fd objektive]	Hoch	0,26 $	260	210
[**canon objektiv** test]	Niedrig	0,57 $	880	590
[**canon objektive** vergleich]	Mittel	0,42 $	140	140
[canon ef objektiv]	Mittel	0,69 $	110	58
[**canon objektiv** 18-135]	Hoch	0,38 $	320	210
[**canon objektive** preise]	Mittel	0,42 $	73	36
[**canon objektiv** 18-200]	Hoch	0,64 $	390	260
[**canon objektiv** 75-300]	Hoch	0,57 $	110	91

Durchschnittlicher Preis pro Besucher.

- **AdWords Klickpreis (CPC)**
- **AdWords Konkurrenz**

Anzahl Werber, die Klicks einkaufen.

Google AdWords Werbung ist eine Traffic Auktion.

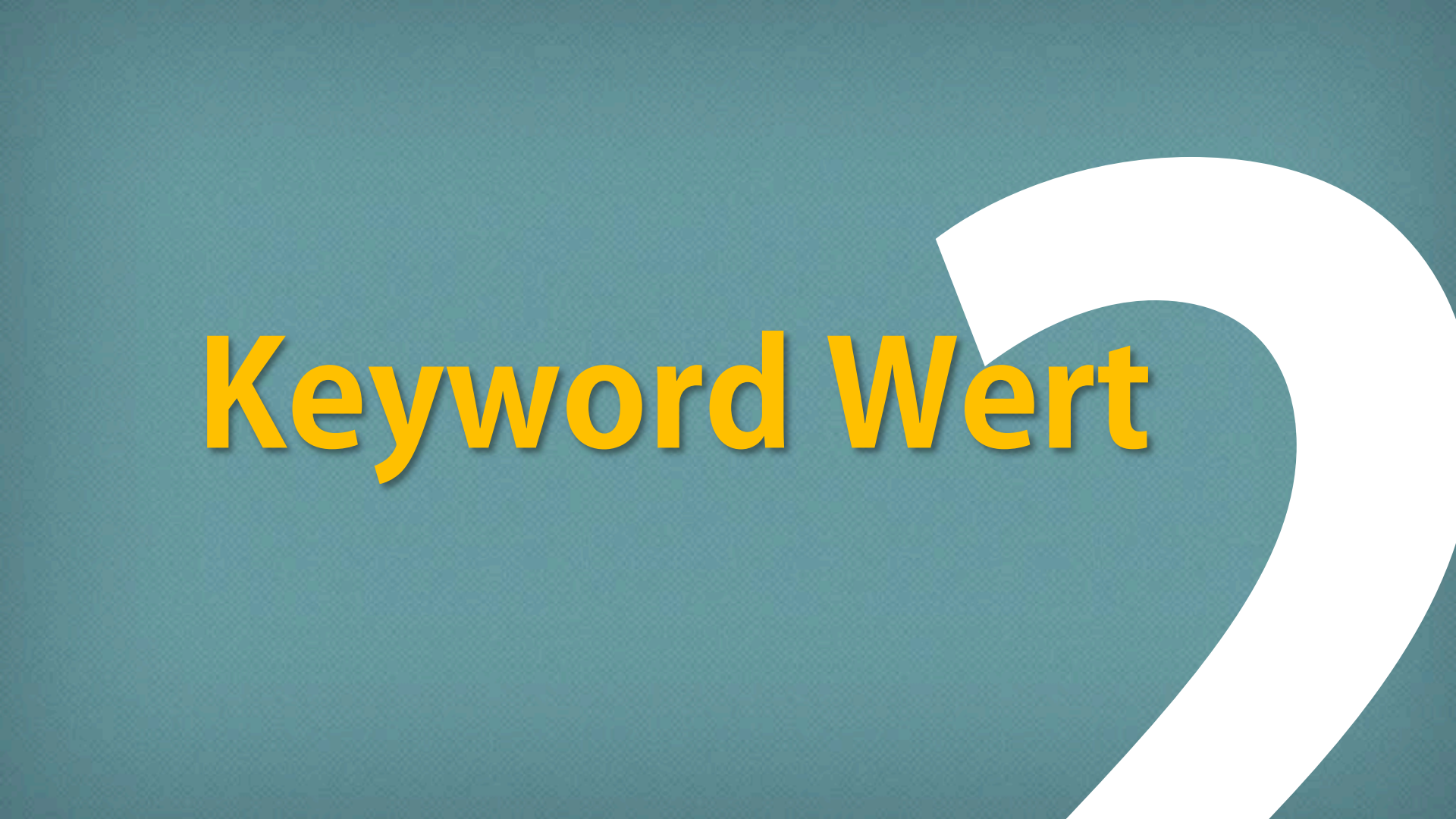
- AdWords Klickpreis (CPC)
- AdWords Konkurrenz

Hohe Werte
=
Viele Werber, die viel Geld ausgeben.

- AdWords Klickpreis (CPC)
- AdWords Konkurrenz

Hohe Werte
=
Wertvolle, zahlungswillige Besucher.

Keyword Wert



SEO Schwierigkeitsgrad

Wie einfach oder schwierig ist es, eine top Position für dieses Keyword zu erreichen?

KEYWORD REZEPT

Bücher, Kurse, eBooks, Blogs, Software,...

KEYWORD REZEPT:

"Finden Sie ein Keyword mit mindestens X Suchen pro Monat und weniger als Y konkurrierenden Webseiten."

SEHR VERBREITET UND KOMPLETT

FALSCH

Viele Leute suchen danach

"Finden Sie ein Keyword mit mindestens X Suchen pro Monat und weniger als Y konkurrierenden Webseiten."

Wenig Konkurrenz

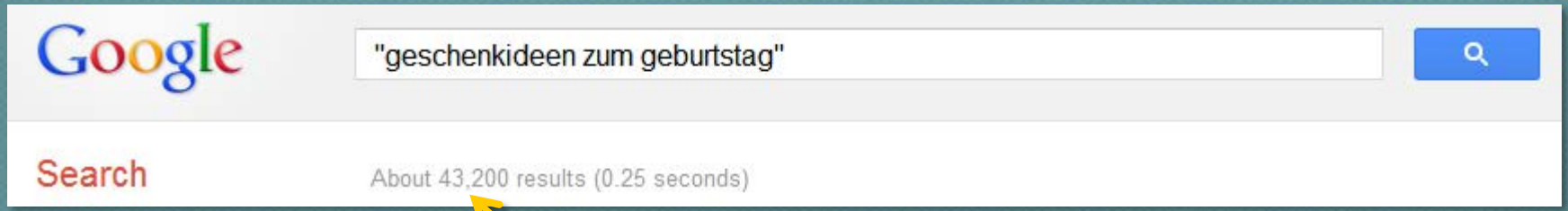
MACHT SINN

ABER NUR AUF DEN ERSTEN BLICK

Muss als exakter Übereinstimmungstyp definiert sein!

"Finden Sie ein Keyword mit mindestens X Suchen pro Monat und weniger als Y konkurrierenden Webseiten."

“Konkurrierende Seiten”



Konkurrierende Seiten?

SUCHE IN ANFÜHRUNGSZEICHEN:

"Zeig mir alle Seiten, die diese genaue Wortgruppe *irgendwo auf der Seite* entahlten."

SUCHE IN ANFÜHRUNGSZEICHEN:

"Zeig mir alle Seiten, die diese genaue Wortgruppe *irgendwo auf der Seite* entahlten."

SUCHE IN ANFÜHRUNGSZEICHEN:

"Zeig mir alle Seiten, die diese genaue Wortgruppe *irgendwo auf der Seite* entahlten."

FEHLER 1:

DIE SEITEN SIND NICHT WIRKLICH

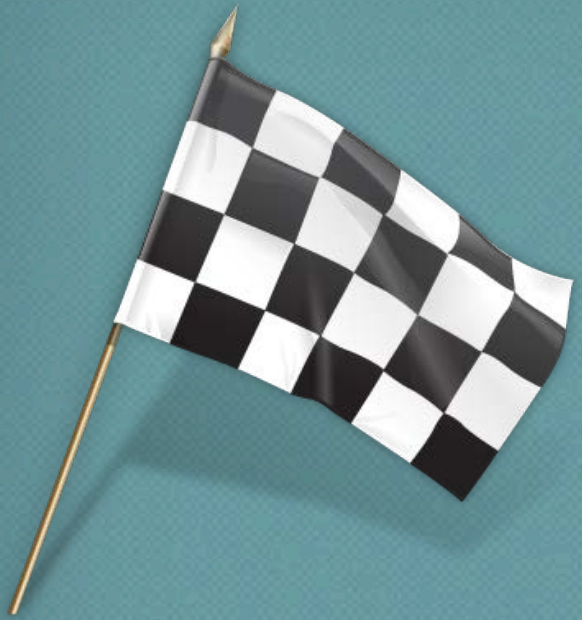
KONKURRENZ

FEHLER 2:

KONKURRENZ VOLUMEN

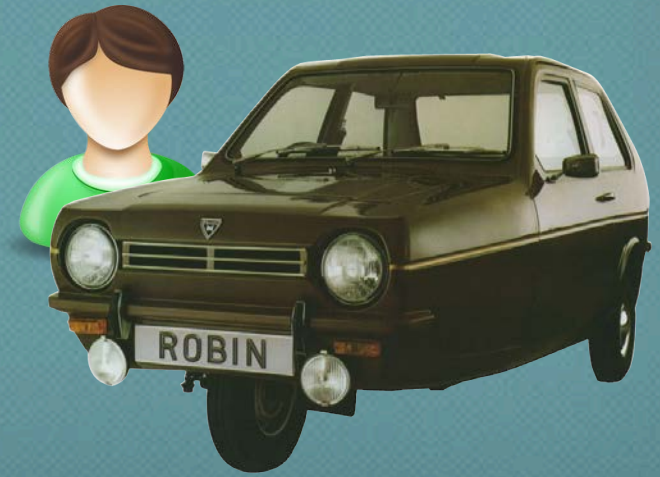
≠

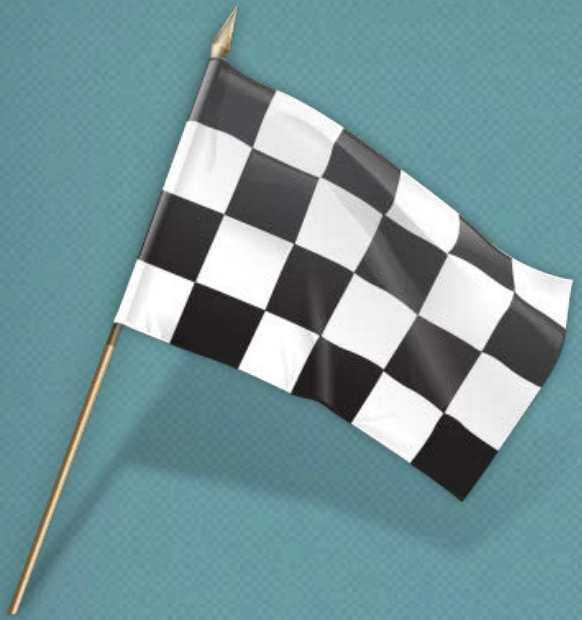
KONKURRENZ STÄRKE



Sie:

20x





Sie:

1 x

DIE **ANZAHL** DER
KONKURRIERENDEN WAGEN
IST VIEL TIEFER, ABER
DER **SCHWIERIGKEITSGRAD**
IST ENORM VIEL HÖHER.

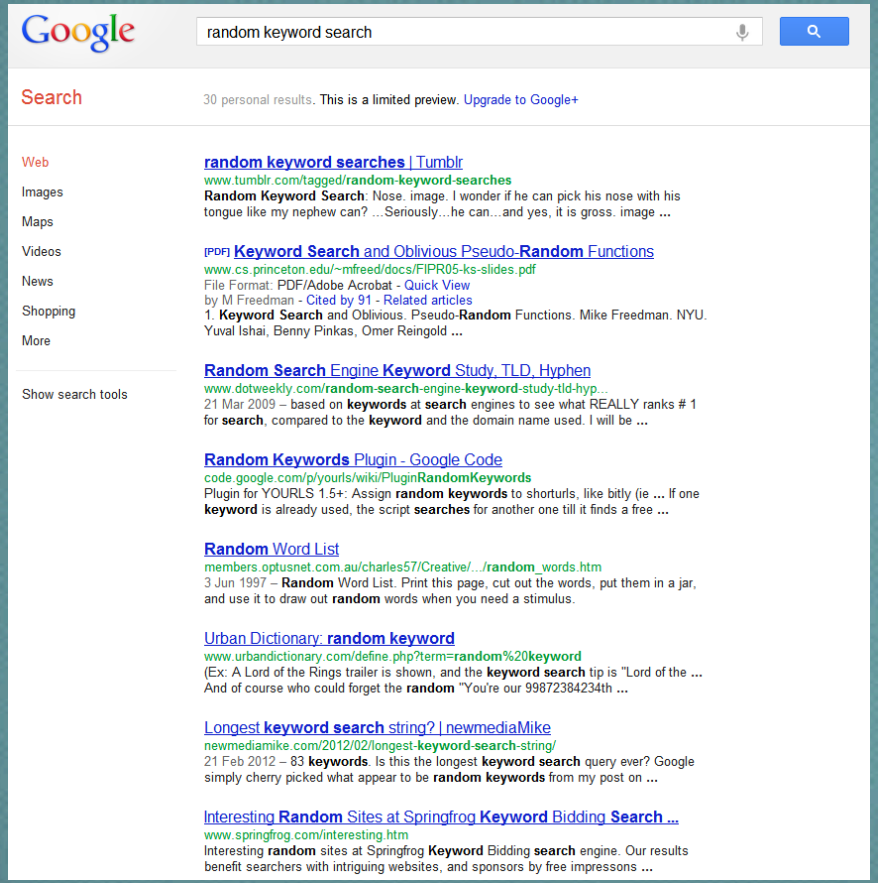
UM EINZUSCHÄTZEN, WIE SCHWIERIG

EIN RENNEN SEIN WIRD

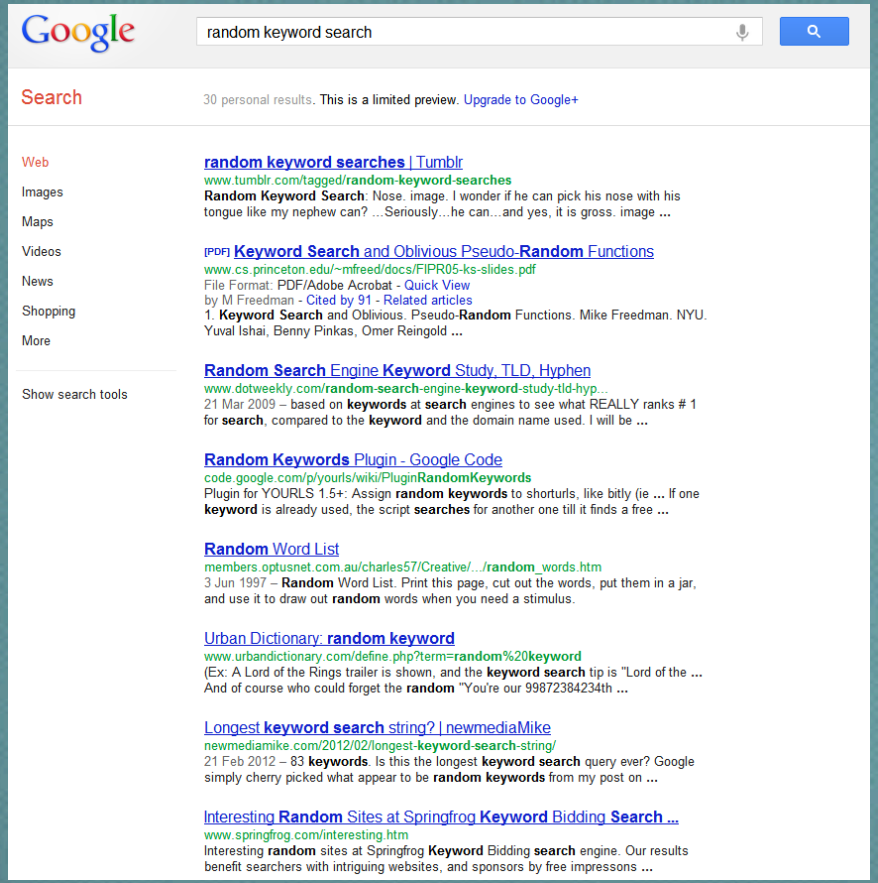
NÜTZT ES NICHTS,

DIE ANZAHL WAGEN IM RENNEN ZU ZÄHLEN.

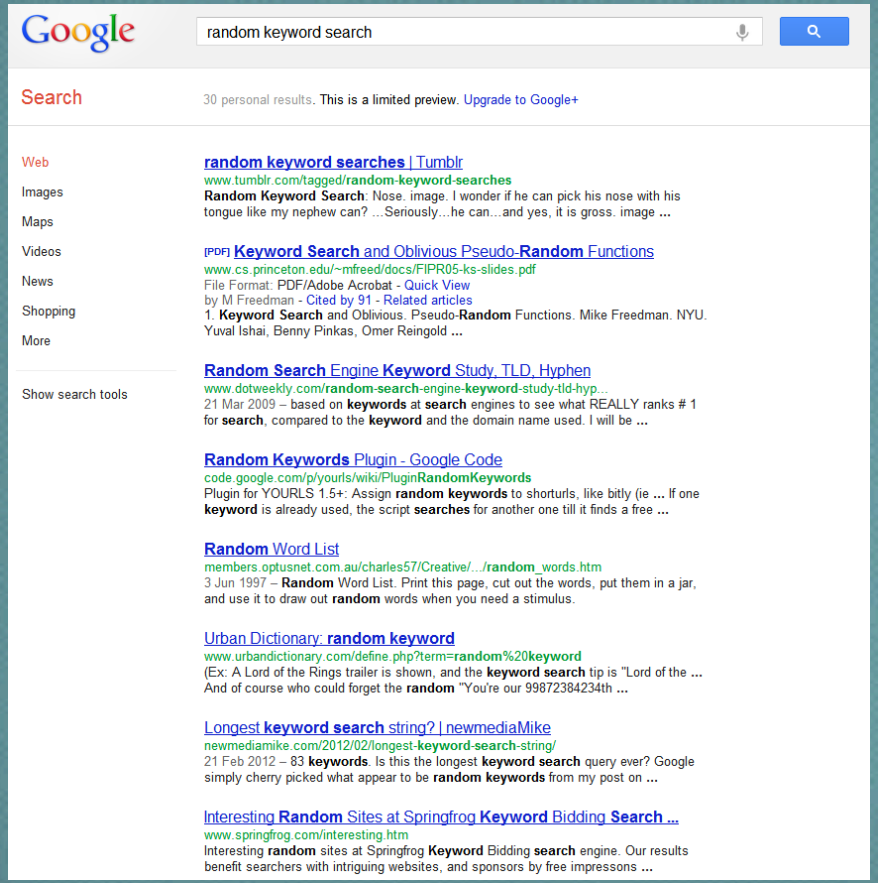
- PS
- Top Speed
- Beschleunigung
- Technische Details
- Pilot/Erfahrung
- ...



Wie stark ist meine Konkurrenz?



Nur die Erste Seite zählt!



SEO Faktoren, die diesen Seiten zu ihrem Ranking ver-Helfen.

On-Page Optimierung:

SIEHE WEBSITE BOOSTER PDF (VIDEO 1)

Domain Faktoren:

DOMAIN ALTER
AUTHORITÄT
ANZ. INDEXIERTE SEITEN

Off-Page SEO Faktoren:

ANZ. EINGEHENDE LINKS
QUALITÄT DER LINKS
SOCIAL MEDIA

Richtlinie dafür, was wir mit unserer eigenen Seite erreichen müssen.

Eine echte Analyse der top platzierten Seiten ist notwendig!

allintitle:"keyword"

allinurl:"keyword"

1 Suchvolumen

2 Keyword Wert

3 Schwierigkeit

Keywords, Suchvolumen und Schwierigkeitsgrad.

Wer und wo

Problem oder Anliegen

Lösung

Zahlungswillig

Keywords, Content und Angebot auf Besucher anpassen.

Wer und wo

Problem oder Anliegen

Lösung

Zahlungswillig

Eigenes Produkt, Dienstleistungen,
Partnerprogramme etc…

Wer und wo

Problem oder Anliegen

Lösung

Zahlungswillig

Kommerzielle Keyword Typen und Keyword Wert via AdWords Daten.

Wer und wo

Problem oder Anliegen

Lösung

Zahlungswillig

Wer und wo

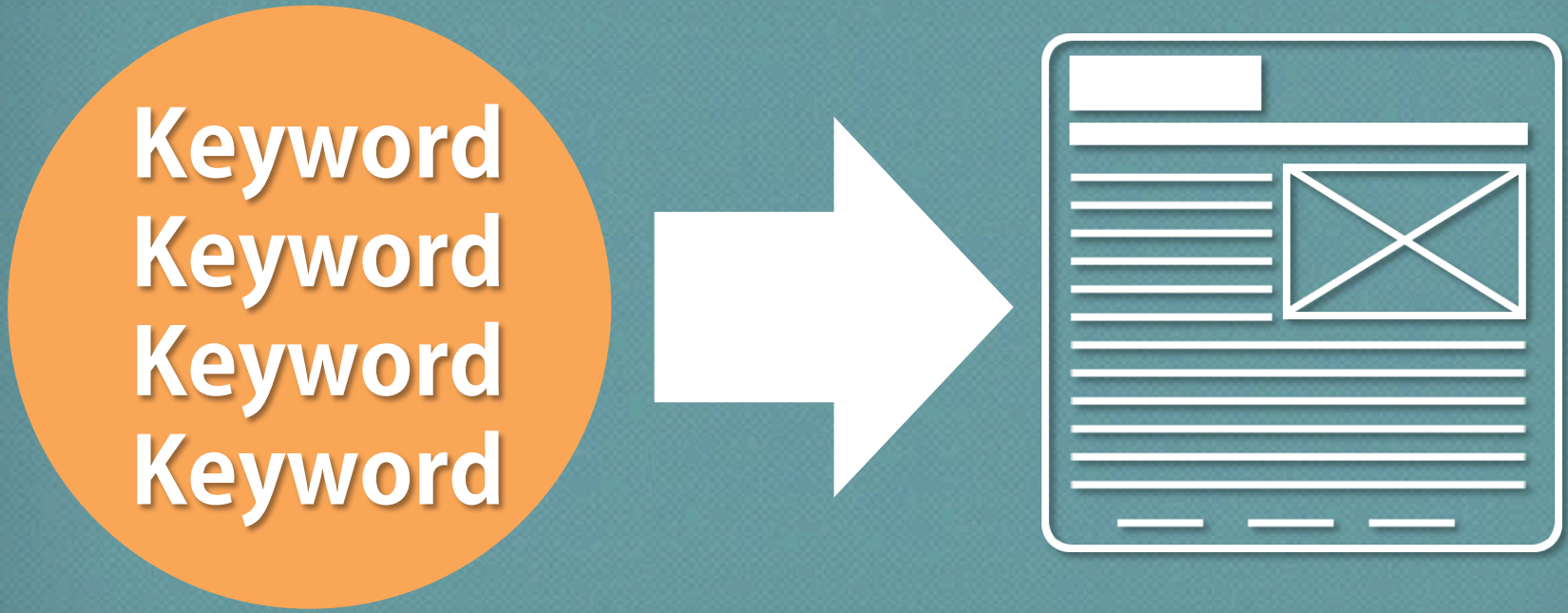
Problem oder Anliegen

Lösung

Zahlungswillig

Traffic Strategie Teil 3

Recherche-Kauf-Zyklus


Keyword
Keyword
Keyword
Keyword

Automatisierung

Live Online Seminar!

Traffic Strategie Teil 3

...sowie weitere Insider-Informationen finden Sie unter www.trafficstrategie.com!

Viel Erfolg wünscht Ihnen,
Shane Melaugh