



Businessorientiertes SEO

7 Tipps, wie du SEO im Unternehmen richtig nach vorn bringst.



“Kann ich bitte...?”

“Ah sorry...”





“Schade...”



“Jetzt aber..”



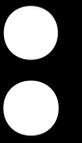
“Kann ich bitte ...?”

“Ah sorry...”





“Schade...”



Das hat ab heute ein Ende!

Die typischen Probleme für uns SEOs

Kein schneller Impact



Fehlendes Verständnis



Keine Evidenz

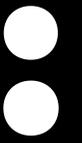


Keine passende Strategie



Allein gegen den Rest der Welt





Aber was kannst du dagegen tun?

Tipp

1

Strategie

Beweisführung

Stakeholder

Kommunikation

Strategie & Ziele



Was macht eine gute Strategie aus?

Schlüssig und im Unternehmen kohärent

Ziele müssen auf Unternehmensziele & -KPIs abgestimmt sein

Verständlich für alle Stakeholder

Konkrete Maßnahmen

Rechnet auch “negative” Faktoren mit ein (Kosten)

Zahlen auf die Ziele des / der Vorgesetzten ein



Der Aufbau einer Strategie kann variieren. In etwa kann er so aussehen:

Vision

Was ist der ideale Zustand, den ich in Zukunft erzielen möchte?

Mission

Was muss ich jeden Tag dafür tun, um dieser Vision näher zu kommen?

Ziele

Welche konkreten Ziele verfolge ich dabei?

Maßnahmen

Welche Maßnahmen helfen mir dabei? (Und was kosten sie?)

Der Aufbau einer Strategie kann variieren. In etwa kann er so aussehen:

Vision

Was ist der ideale Zustand, den ich in Zukunft erzielen möchte?

Mission

Was muss ich jeden Tag dafür tun, um dieser Vision näher zu kommen?

Ziele

Welche konkreten Ziele verfolge ich dabei?

Maßnahmen

Welche Maßnahmen helfen mir dabei? (Und was kosten sie?)

SEO-Ziele

Unternehmensziel

Umsatzwachstum um 10 %
auf 200 Millionen Euro.

Wie kann SEO auf das Unternehmensziel
einzahlen?

SEO-Ziel

Erhöhung des Umsatzes via
Organic um 10 % YTY auf 20 Mio.

Wie kann ich das in
Ziele übersetzen?

Teilziele

Erhöhung des
transaktionalen Organic
Traffics um 20 %

Verbesserung der CR
via SEO-LPs durch
Optimierung der LPs
nach Search Intent

Welche Maßnahmen
möchte ich angehen?

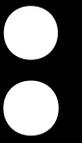
Kernmaßnahmen

Aufbau von 50
transaktionalen LPs

Optimierung
Keywordtargeting

Verbesserung der
internen Verlinkung

Text- & Snippet- Optimierung



Ein weiteres Beispiel

SEO-Ziele

Unternehmensziel

Verjüngung der Zielgruppe: Erhöhung des Umsatzes in der Gruppe U30 um 10 %

Wie kann SEO auf das Unternehmensziel einzahlen?

SEO-Ziel

Erhöhung des Umsatzes in der Zielgruppe via SEO um 10 %

Wie kann ich das in Ziele übersetzen?

Teilziele

Erhöhung des transaktionalen Organic Traffics um 20 %

Erhöhung des informationalen Organic Traffics um 20 %

Welche Maßnahmen möchte ich angehen?

Kernmaßnahmen

Keywordrecherche für Zielgruppe "junge Leute"

Anpassung Wording & Bildwelt

Aufbau von Produkt- & Ratgeberseiten

Content-Marketing-Kampagne für Zielgruppe

Warum sind klare Ziele so wichtig?

Übersetzen abstrakte Maßnahmen in verständliche Ziele

Klares Statement an andere Stakeholder

Zeigen den Beitrag zum Großen und Ganzen

Aussicht auf Nicht-Erreichung kann Möglichkeiten eröffnen

Tipp 2

Strategie

Strategie & Ziele

Beweisführung

Businesscase

Stakeholder

Kommunikation

Wofür brauche ich einen Business Case?

Zahlenbasierte Entscheidungsgrundlage für Stakeholder

Erleichtert Überzeugung von C-Levels & anderen Stakeholdern

Hilft der eigenen Einschätzung zur Sinnhaftigkeit von Maßnahmen

Sinnvolle Grundlage für eigene Ziele

A	B	C	D
Keyword	Kategorie	Suchvolu	CPC
HP Laptop	Marke	33100	€1.50
LENOVO Laptop	Marke	33100	€0.85
Laptop Angebot	Angebot	27100	€2.15
Apple macbook	Marke	27100	€0.72
macbook Apple	Marke	27100	€0.72
DELL Laptop	Marke	22200	€0.89
Apple Laptop	Marke	22200	€0.70
Laptop Apple	Marke	22200	€0.70
Laptop 17 Zoll	Displaygröße	18100	€0.98
ASUS Laptop	Marke	18100	€0.60
Apple macbook air	Marke	14800	€1.06
macbook pro Apple	Marke	14800	€1.08
macbook air Apple	Marke	14800	€1.06
Acer Laptop	Marke	14800	€0.85

Keyword-Recherche durchführen

	Suchvolumen jährlich
300 neue Landingpages	8,588,880

	CPCxSuchvolumen
300 neue Landingpages	€8,555,967.60

Keyword-Recherche durchführen



Suchvolumen summieren und \emptyset CPC berechnen

Ranking	CTR
1	7.93%
2	4.07%
3	2.61%
4	1.66%
5	0.96%
6	0.57%
7	0.51%
8	0.48%
9	0.42%
10	0.32%

Keyword-Recherche durchführen

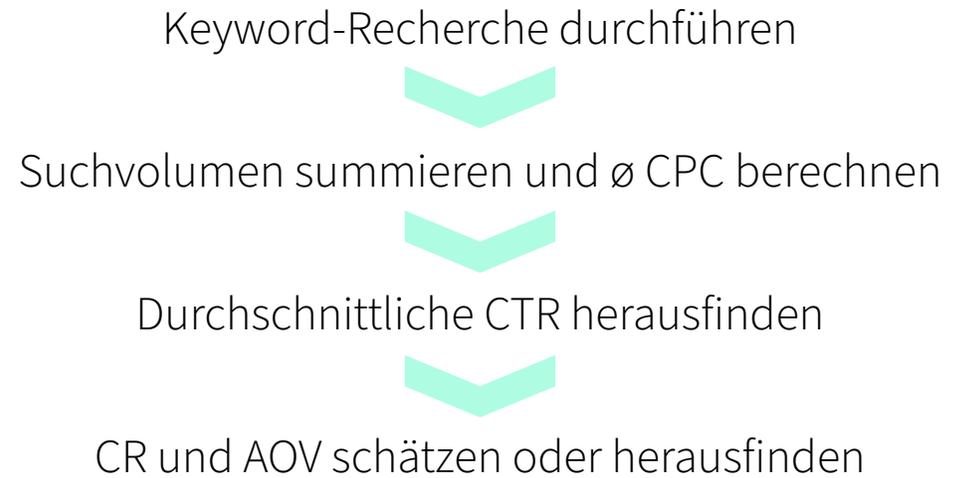


Suchvolumen summieren und \emptyset CPC berechnen

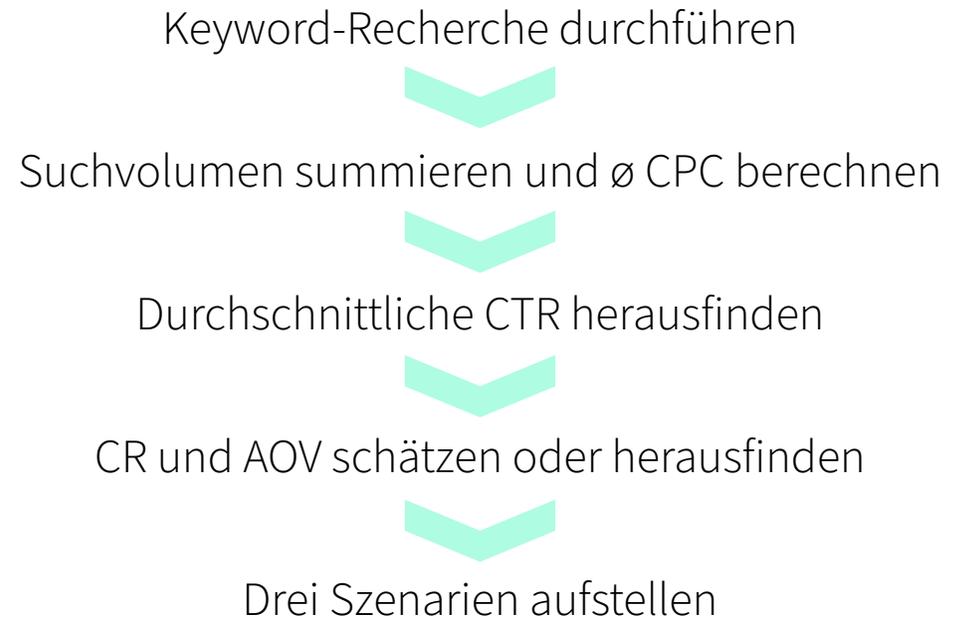


Durchschnittliche CTR herausfinden

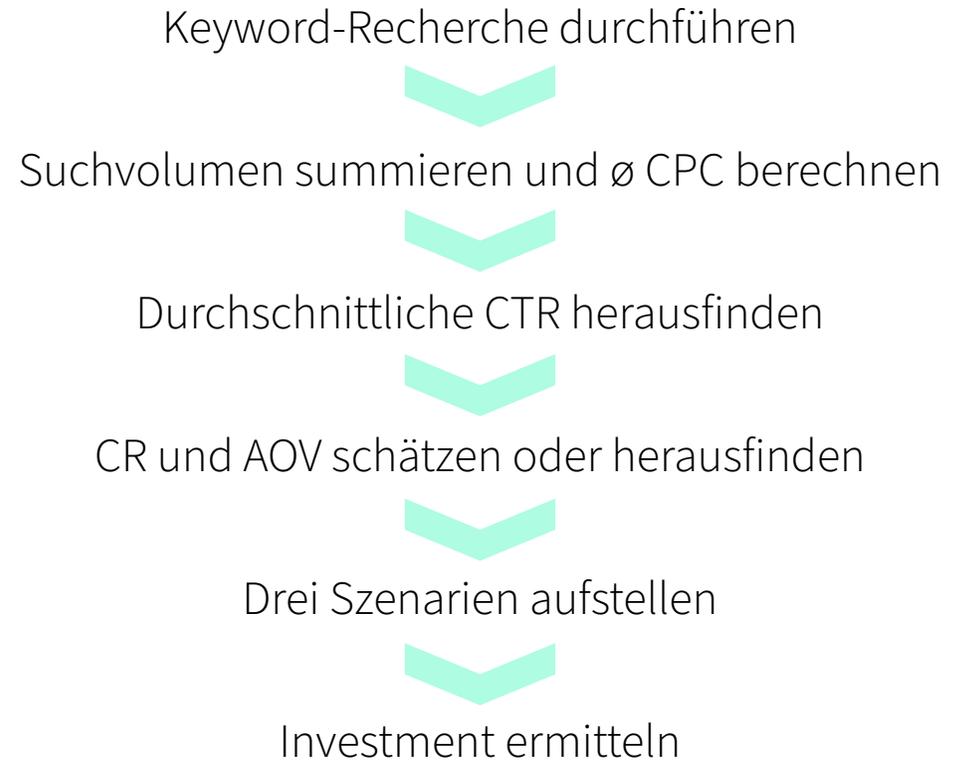
Conversionrate	2.00%
durchschnittlicher Warenkorb	€400.00



Business-Case 300 neue Landingpages			
	Konservativ Ø Pos. 7	Realistisch Ø Pos. 5	Optimistisch h Ø Pos. 3
Traffic	43,374	82,453	224,170
Conversions	867	1,649	4,483
Revenue	€346,991	€659,626	€1,793,358



Investment		Stunden	Stundensatz	Konservativ Ø Pos. 7	Realistisch Ø Pos. 5	Optimistisch h Ø Pos. 3
300 neue Landingpages	Erweiterte Keywordrecherche & -targeting	20	€165.00	1	1	1
	Erweiterte Keywordrecherche & -targeting	200	€100.00	1	1	1
	Anlegen der Seiten im CMS	150	€100.00	1	1	1
	Erstellung von Meta-Title & Description	50	€100.00	1	1	1
	Erstellung von einfachen Kategorietexten	800	€100.00	0	0	1
	Begleitendes SEO-Consulting	60	€165.00	1	1	1
TOTAL				€53,200.00	€53,200.00	€133,200.00



Business-Case 300 neue Landingpages			
	Konservativ Ø Pos. 7	Realistisch Ø Pos. 5	Optimistisch h Ø Pos. 3
Traffic	43,374	82,453	224,170
Conversions	867	1,649	4,483
Revenue	€346,991	€659,626	€1,793,358
Investment	€53,200	€53,200	€133,200
Profit	€293,791	€606,426	€1,660,158
ROI	652.24%	1239.90%	1346.36%
Saved CPC	€43,208	€82,137	€223,311

Keyword-Recherche durchführen



Suchvolumen summieren und Ø CPC berechnen



Durchschnittliche CTR herausfinden



CR und AOV schätzen oder herausfinden



Drei Szenarien aufstellen



Investment ermitteln



Gewinn & ROI berechnen

	Suchvolumen jährlich
300 neue Landingpages	8,588,880

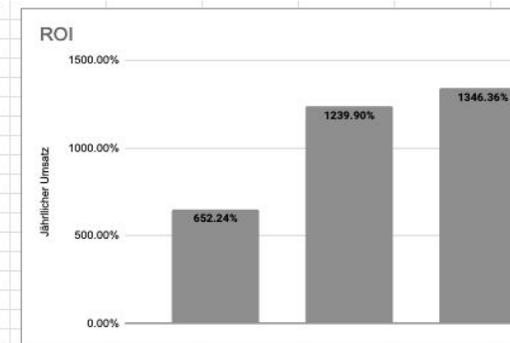
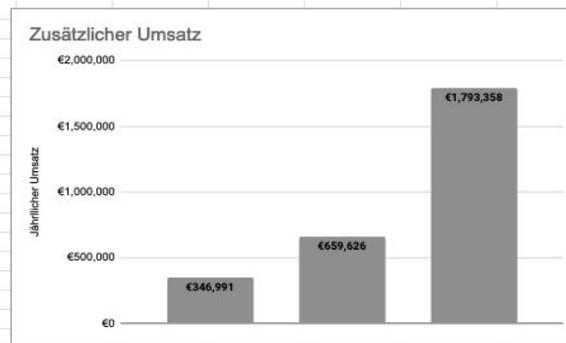
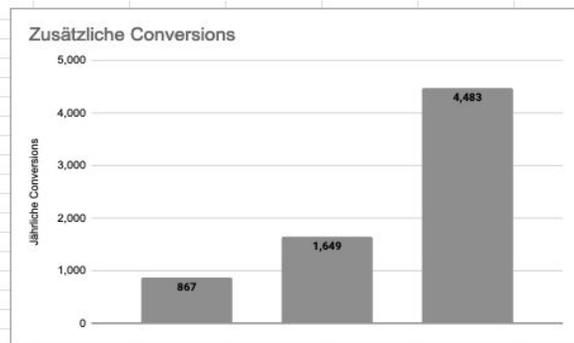
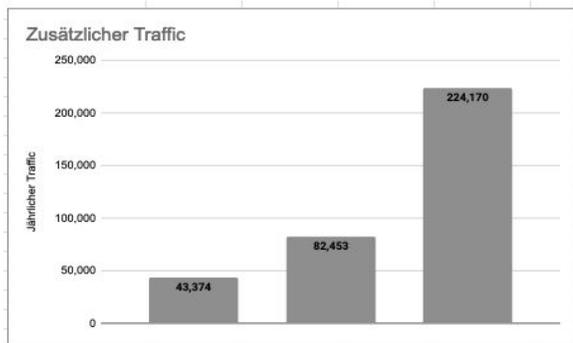
	CPCxSuchvolumen
300 neue Landingpages	€8,555,967.60

Conversionrate	2.00%
durchschnittlicher Warenkorb	€400.00

Ranking	CTR
1	7.93%
2	4.07%
3	2.61%
4	1.66%
5	0.96%
6	0.57%
7	0.51%
8	0.48%
9	0.42%
10	0.32%

Business-Case 300 neue Landingpages	Konservativ Ø Pos. 7	Realistisch Ø Pos. 5	Optimistisch h Ø Pos. 3
Traffic	43,374	82,453	224,170
Conversions	867	1,649	4,483
Revenue	€346,991	€659,626	€1,793,358
Investment	€53,200	€53,200	€133,200
Profit	€293,791	€606,426	€1,660,158
ROI	652.24%	1239.90%	1346.36%
Saved CPC	€43,208	€82,137	€223,311

Investment		Stunden	Stundensatz	Konservativ Ø Pos. 7	Realistisch Ø Pos. 5	Optimistisch h Ø Pos. 3
300 neue Landingpages	Erweiterte Keywordrecherche & -targeting	20	€165.00	1	1	1
	Erweiterte Keywordrecherche & -targeting	200	€100.00	1	1	1
	Anlegen der Seiten im CMS	150	€100.00	1	1	1
	Erstellung von Meta-Titel & Description	50	€100.00	1	1	1
	Erstellung von einfachen Kategorietexten	800	€100.00	0	0	1
	Begleitendes SEO-Consulting	60	€165.00	1	1	1
	TOTAL			€53,200.00	€53,200.00	€133,200.00



Tipp 3

Strategie

Strategie & Ziele

Beweisführung

Businesscase

Beispielprojekt

Stakeholder

Kommunikation



Für Entscheider*innen müssen die Fakten stimmen, um Investitionen zu befürworten.

Was hilft: Echte Cases mit der erfolgreichen Umsetzung zeigen!

Landingpage-Optimierung

Ziel

Optimierung von allen Kategorien eines Fashion-Onlineshops:
Content, Keyword-Targeting, Titles & Metas.
Investitionsvolumen: 300.000 €

Beispielprojekt

Optimierung des Bereichs "Kleider" mit dediziertem Tracking der Erfolge über die folgenden 3-6 Monate.

Investitionskosten: 10.000 €

Änderung der Hauptnavigation

Implementierung von SEO-relevanten Seiten in der Hauptnavigation mit optimierten Ankertexten
Investitionskosten: Wenige-IT Stunden
Herausforderung: Risikobereitschaft, interne Strukturen

1. Änderung der Hauptnavigation in einem "kleinen" Land
2. A-B-Testing der Änderung vor kompletter Implementierung

Aufbau eines Ratgeberbereichs

Aufbau eines Ratgeberbereichs für einen Online-Shop
Investitionskosten: 100 IT-Stunden & 100.000 €

Analyse von Wettbewerberdomains & Darstellung der vorhandenen Erfolge

Tipp

4

Strategie

Strategie & Ziele

Beweisführung

Businesscase

Beispielprojekt

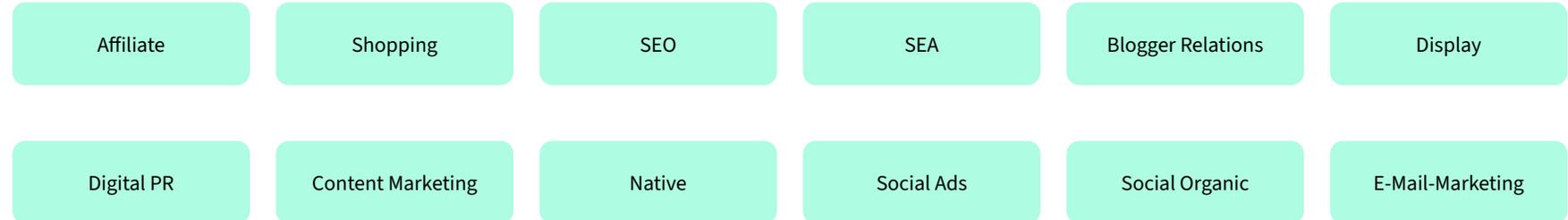
Stakeholder

Mitstreiter*innen
finden

Kommunikation

SEO ist einer von vielen Stakeholdern

Online Marketing



Website



Sonstiges



Hol dir die passenden Mitstreiter*innen für dein Projekt an Bord.



Tipp 5

Strategie

Strategie & Ziele

Beweisführung

Businesscase

Beispielprojekt

Stakeholder

Mitstreiter*innen
finden

Vorabstimmung

Kommunikation



Es gibt zwei Herangehensweisen sich die Zustimmung für dein Projekt zu holen!

Vorteile

Nachteile

Ein großer Termin

Vorstellung der Strategie, Ziele, Business-Cases etc.
In einem großen Termin mit C-Level, Head of-Level
und Vertretern anderer Abteilungen

Weniger Zeiteinsatz
Weniger Kompromisse

Kein Feedback
Kein Commitment
Diskussionen aller Beteiligter im Termin

Beispielprojekt

Vorstellung der Strategie, Ziele, Business-Cases etc.
zunächst mit anderen Abteilungen auf gleicher Ebene,
dann mit Head of-Level und zuletzt mit C-Level

Einarbeitung von Feedback für größere Zustimmung
Commitment von anderen Stakeholdern
Einfacher für C-Level zuzustimmen, wenn Head of-Level
bereits überzeugt ist,
weniger Diskussion, Vertrauen in Head of-Level

Ggf. größere Kompromisse
Mehr Zeiteinsatz

Tipp 6





Eine gute Strategie muss für alle verständlich sein. Vermeide Fachtermini oder erkläre sie zumindest.

Don't

“Sichtbarkeitssteigerung”

“Erreichen eines Core Web
Vitals Status von 90 %”

“Automatisierung der Sitemap”



Do

“Umsatzwachstum”

“Schnellere Ladezeiten als die
Konkurrenz”

“Schnellere Updates der
Suchergebnisse”





Jeder Stakeholder hat seine eigenen Fragen, die du beantworten solltest.



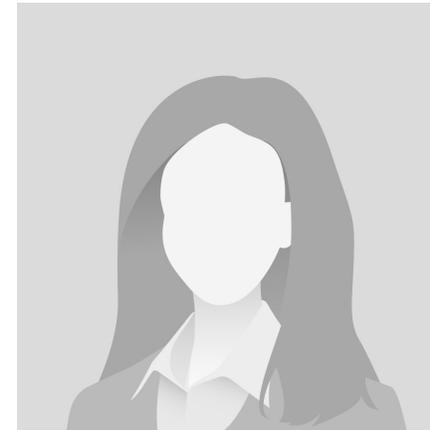
CEO

“Wie passt das Projekt zu unserer langfristigen Strategie?”



CTO

“Wie viele Ressourcen muss ich dafür bereitstellen?”



CFO

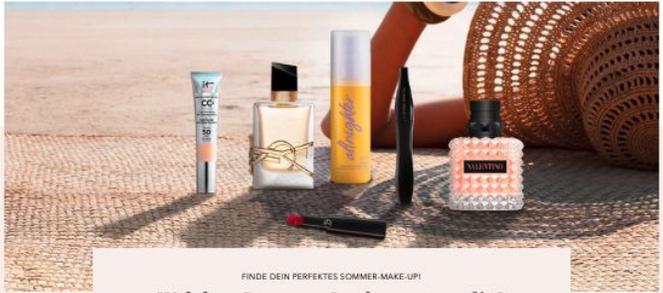
“Welche Umsatz-
erwartung hat dieses Projekt?”

Nutze Visualisierungen, um Sachverhalte schnell zu verdeutlichen.

“So könnte der Seitentyp Ratgeber im Onlineshop aussehen”

< Homepage / Sommer / Sommer-Specials / Summer Looks

- Sommer
 - Parfum
 - Gesichtspflege
 - Körperpflege
 - Make-up
 - Haare
 - Nägel
 - Reisegrößen
 - Accessoires
- Sommer-Specials
 - Summer Skincare
 - UN ÉTÉ DE CHANEL
 - All about: Sonnencreme
 - Get inspired: Men Summer SOS
 - Holidays at home
 - Summer Looks
 - Sommerhaus
 - After Sun
 - Beauty Pro Tip: How to restore your summer Skin & Hair



FINDE DEIN PERFEKTES SOMMER-MAKE-UP!
Welcher Summer-Look passt zu dir?
Egal ob natürliches Tagesmakeup, langanhaltender Abendlook oder Glow Skin für den Strand: Entdecke hier deine neue Sommer-Make-up-Routine!

[Zu den Produkten](#)

Natürlicher Tages-Look

Mit diesem Make-up-Look bist du perfekt gewappnet für jede Alltagssituation - egal ob Shopping-Tag bei heißem Wetter, Brunch in der Sonne oder City Trip.



Schritt 1: Foundation
Beginne mit der Luminous Silk Foundation von Armani: Das langanhaltende Make-up mit flüssiger Textur verleiht deinem Teint ein seidiges, semi-mattes Finish und perfektioniert das Hautbild auf natürliche Weise.

1 / 6



ARMANI
Teint
Luminous Silk Foundation
Foundation
54,50 € 45,00 €

Tipp 7

Strategie

Strategie & Ziele

Beweisführung

Businesscase

Beispielprojekt

Stakeholder

Mitstreiter*innen
finden

Vorabstimmung

Kommunikation

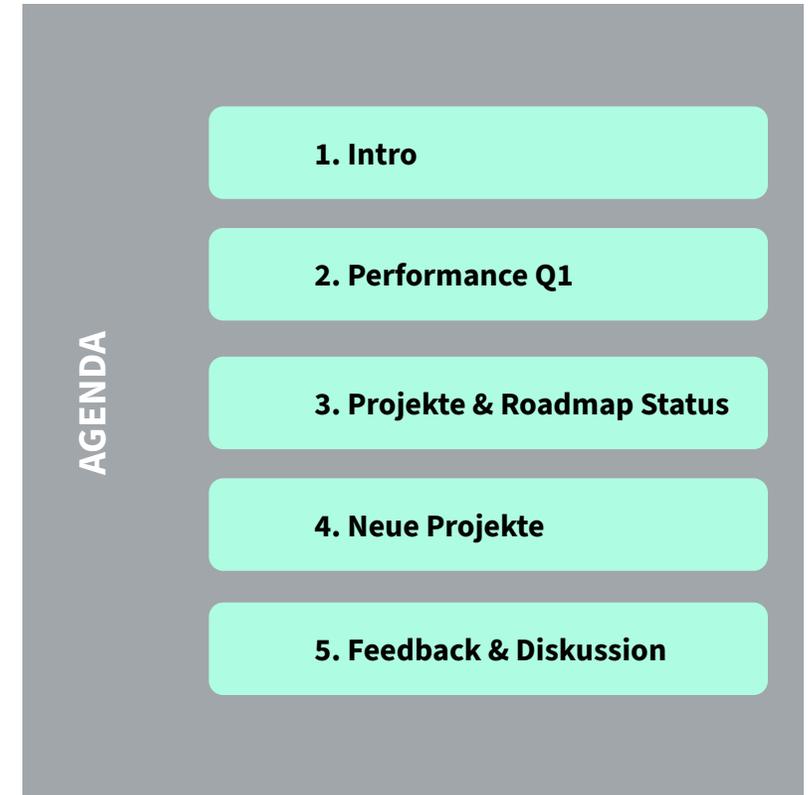
Sprache

QBRs



Nutze regelmäßige Termine, wie QBRs, um SEO voranzubringen.

Regelmäßig vereinbarte, gut vorbereitete Termine (bspw. Quarterly) mit Entscheider*innen



Über mich



Uwe – SEO-Consultant, Geschäftsführer & Gründer

E-Mail: uwe.roll@digitalike.de

Telefon: +49 151 68514544

digitalike GmbH

Freiburger Straße 11, 12623 Berlin

digitalike.de



digitalike