



Textkonzept: SEO-Texte

Website: ???¹

1. Aufgabe des Textes

Was ist die Kernaufgabe des Textes auf dieser Website? Für welches (Ober-)Thema ist diese Website die Landingpage?

- ???

2. Formulierung einer „Corporate Vision“

- ???

3. Formulierung einer „Corporate Mission“

- ???

4. Formulierung eines Unternehmensleitbildes

- ???

5. Zielgruppe – Motivationskarte – Personas.

Wer soll mit dem Text angesprochen werden.

- ???

Soziales Milieu:

- ???

Geschlecht:

- ???

Altersgruppe:

- ???

6. Perspektive („wir“ oder „Sie“)

Für welche Perspektive soll der Text geschrieben werden?

- wir: gut geeignet, z.B. um die Firmengeschichte zu erzählen (informational oder navigational)
- Sie: Der Leser wird persönlich angesprochen. Das schafft Nähe und zeigt dem Leser seine Möglichkeiten auf (transaktional).

¹ Die in diesem Dokument beinhalteten Fragen und Inhalte beziehen sich immer nur auf eine spezifische Website, die hier im Titel genannt ist.

7. Lesersprache (Personalpronomen)

Ansprache des Leser als „Sie“ oder „Du“ / Groß oder Kleinschreibung

- ???

8. Tonalität

Wie sollen unterschiedliche Personas angesprochen werden oder soll eine einheitliche Ansprache erfolgen?

- ???

9. Beantwortung der wichtigsten Fragen²

- ???

10. Identifizierte W-Fragen zum Thema – datenbasiert

Hierbei handelt es sich um Fragen, welche durch die Datenbank ausgegeben werden und in Suchmaschinen gestellt bzw. von diesen registriert werden.

- ???

11. Das soll im Kopf bleiben

- ???

12. Cornerstore Keyword

Welches ist das Einstiegsthema?

- ???

13. Top rankende Keywords

Welche Keywords sollen gewählt werden, um ein adäquates Suchvolumen abzubilden? Top rankende Keywords sind bereits bei Google gelistet.

- ???

14. Quick-Win-Keywords

Welche Keywords sollen gewählt werden, um ein adäquates Suchvolumen abzubilden? Quick-Win-Keywords ranken weder gut noch schlecht. Mit geringem Aufwand lässt sich die Rankingposition der eigenen Seite zu verbessern oder eine Nische besetzen.

- ???

15. Must Have Keywords

- ???

16. empfehlenswerte Keywords

- ???

² Rot markierte Positionen können einfach im Briefing inner der Content Experience von searchmetrics abgefragt werden.

17. zusätzliche Keywords

- ???

18. Mehrwert für den Leser

Welcher Mehrwert soll für den Leser generiert werden. Welche thematischen Inhalte rund um das Cornerstore-Keyword sind zu berücksichtigen.

- ???

19. Nach semantischer Nähe gruppierte Themen

Welche Themen hängen semantisch mit dem Ausgangsthema zusammen.

- ???

20. Nach Rankings gruppierte Themen

Welche Themen hängen semantisch mit dem Ausgangsthema zusammen und stehen wie im Vergleich zu Wettbewerbern da?

- ???

21. Nach Saisonalität gruppierte Themen

Themen, die in der gleichen Jahreszeit eine Rolle spielen. Ist eine (z.B. Verkaufs-) Saisonalität zu berücksichtigen?

- ???

22. Nach Suchintention gruppierte Themen

Welche Informationen müssen geliefert werden, dass die Suchintention des Leser erfüllt wird?

- ???

23. Tracking

welche Keywords sollen getrackt werden, um später deren Entwicklung zu beobachten, zu bewerten und darauf zu reagieren?

- ???

24. Corporate Wording

Schreibweisen des Corporate Wordings und notwendige Berücksichtigung der Schreibweise von Keywords.

- ???

25. Zeichenzahl gemäß Wettbewerbsanalyse

- ???

26. Externe Links

- ???

27. interne Links zu den Themen

- ???

28. Abbildungen

Sollen Abbildungen ausgewählt, integriert und mit Bildunterschriften versehen werden?

- ???

29. Akkordeon oder mehr „mehr“ Link/Button

Soll der Text als ein einziger Fließtext geschrieben werden, aus Platzgründen z.B. in Akkordeons untergebracht werden oder über einen Link wie z.B. „mehr“ erreichbar sein. Wichtig ist, dass er von den Suchmaschinen als kompletter Text der Website ausgelesen werden kann und nicht auf eine andere Website verlinkt.

- ???

30. Snippets / Code-Schnipsel

Soll ein Snippet für die Website geschrieben werden?

- ???

31. Website-URL

Wie soll die Website-URL lauten?

- ???

32. Designvorlage

Gibt es eine Designvorlage für das spätere Erscheinungsbild der Website?

- ???

33. Timings und Fristen

- ???

34. Ort der Veröffentlichung

- ???

35. Nutzungsrechte

- ???

Umsetzung / Textaufbau

Head (zweizeilig)

(H1) Herzlich Willkommen bei ENGEL & VÖLKERS | Ihrem Immobilienmakler auf Fischland-Darß-Zingst

(H2) Verkauf, Vermittlung und Vermietung von Immobilien im Raum Dierhagen, Wustrow, Ahrenshoop, Prerow, Born am Darß, Wiek am Darß und Zingst

Einleitung (300 - 600 Zeichen)

Kurze Zusammenfassung der wesentlichen Angebote und Inhalte der Website

(H2) Unser Service für alle, die noch nicht fündig geworden sind und eine Immobilie mieten, kaufen oder verkaufen möchten.

- Das Sammeln und die Wiederverwertung von PET
- Was bedeutet „Bottle-To-Bottle“ Recycling
- Der rPET-Kreislauf

Abbildung: Erstellung einer Grafik des rPET-Kreislaufs: von der Produktion, über den Gebrauch, das Sammeln, das Recyceln und zurück in die Produktion

Abbildung: rPET-Logo auf der Flasche

(H2) Unser laufendes Immobilienangebot an den Ostseeufern oder am Saaler Bodden und Barther Bodden.

- Wie hoch ist der Anteil an rPET-Flaschen bei VILSA aktuell
- Wie hoch ist der Anteil an rPET in VILSA PET-Flaschen
- Aufbau eines Rohstoffpools bei VILSA
- Bis wann sind 100 % der PET-Flaschen bei VILSA rPET-Flaschen (2020)

Abbildung: aktuelle rPET-Produkte und 2020 nachfolgende

36. (H2) Unser Service für alle, die noch nicht fündig geworden sind und eine Immobilie mieten, kaufen oder verkaufen möchten.

- Umweltschutz und Nachhaltigkeit
- Die VILSA Quelle – Schutz der eigenen Ressourcen
- Gewichtsvorteil
- Welche Alternativen gibt es (Tetrapak – Beantwortung der W-Frage)

- Link zum Artikel „Unterwegs“
- 37.
 38. (H2) Unser Team und Ihr Immobilienmakler in Wustrow.
 39. (H2) Literatur
 40. (H2) Zitate
 41. (H2) „Schon gewusst?“
 42. Top 10 der stärksten (SEO-)Wettbewerber:
 1. <https://de.wikipedia.org/wiki/Prozessmanagement>
 2. <https://bpmo.de/bpm-wiki/prozessmanagement/>
 3. <https://www.microtech.de/erp-wiki/prozessmanagement>
 4. <https://refa.de/service/refa-lexikon/prozessmanagement>
 5. <https://www.projektmanagementhandbuch.de/add-on/prozessmanagement/>
 6. <https://prozessmanagement.me/>
 7. <https://prozessmanagement.me/prozessmanagement/einfuehrung/>
 8. <https://axel-schroeder.de/prozessmanagement-prozesse-zum-leben-erwecken-tipps-und-tricks/>
 9. <https://bpm-akademie.de/rollen-im-prozessmanagement-gestalten-und-verankern/>
 10. <http://www.enzyklopaedie-der-wirtschaftsinformatik.de/lexikon/daten-wissen/Informationsmanagement/Informationsmanagement--Aufgaben-des/Prozessmanagement>