

3.5"

3.0"

2.5"

2.0"

1.5"

8. Suchmaschinen Marketing Kongress SEO/SEM-Fehler welche Sie meiden sollten

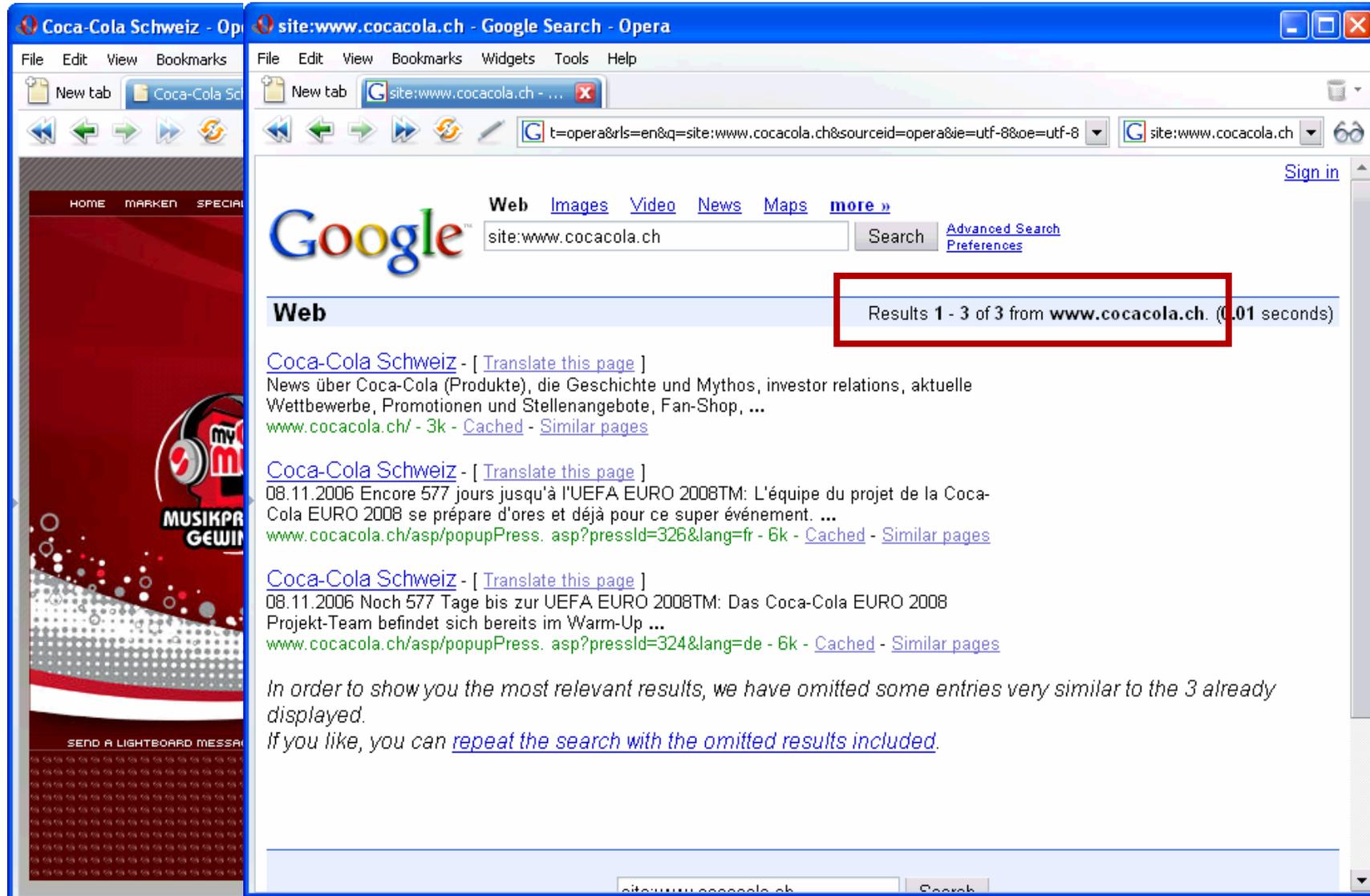


Zürich, 30. März 2007
Jürg Stuker, CEO & Partner

Fehler 1: „Zu wenig“



1. "Zu wenig"



The screenshot shows two browser windows. The left window displays the Coca-Cola Schweiz website. The right window shows a Google search for 'site:www.cocacola.ch'. The search results are limited to three items, which is highlighted by a red box. The text 'Results 1 - 3 of 3 from www.cocacola.ch. (0.01 seconds)' is enclosed in a red box. The search results include links to Coca-Cola Schweiz news and press releases.

Web Results 1 - 3 of 3 from www.cocacola.ch. (0.01 seconds)

[Coca-Cola Schweiz](#) - [[Translate this page](#)]
 News über Coca-Cola (Produkte), die Geschichte und Mythos, investor relations, aktuelle Wettbewerbe, Promotionen und Stellenangebote, Fan-Shop, ...
www.cocacola.ch/ - 3k - [Cached](#) - [Similar pages](#)

[Coca-Cola Schweiz](#) - [[Translate this page](#)]
 08.11.2006 Encore 577 jours jusqu'à l'UEFA EURO 2008TM: L'équipe du projet de la Coca-Cola EURO 2008 se prépare d'ores et déjà pour ce super événement. ...
www.cocacola.ch/asp/popupPress.asp?pressId=326&lang=fr - 6k - [Cached](#) - [Similar pages](#)

[Coca-Cola Schweiz](#) - [[Translate this page](#)]
 08.11.2006 Noch 577 Tage bis zur UEFA EURO 2008TM: Das Coca-Cola EURO 2008 Projekt-Team befindet sich bereits im Warm-Up ...
www.cocacola.ch/asp/popupPress.asp?pressId=324&lang=de - 6k - [Cached](#) - [Similar pages](#)

*In order to show you the most relevant results, we have omitted some entries very similar to the 3 already displayed.
 If you like, you can [repeat the search with the omitted results included](#).*

1. Kommentare

- » Je mehr Seiten im Suchindex sind, desto
 - grösser ist die Chance gefunden zu werden
 - höher ist die Vielfalt an Keywords
 - spezifischer sind die Treffer in der Trefferliste der Suchmaschine

- » Typische Verdächtige
 - https
 - nur Flash
 - zu komplexe URLs
 - redirects

1. Tipp

» Vollständigkeitsanalyse

- Vollständigkeit = Anzahl relevanter Seiten meines Angebotes / Anzahl dieser im Suchindex
- Ziel ist in der Nähe von 100%

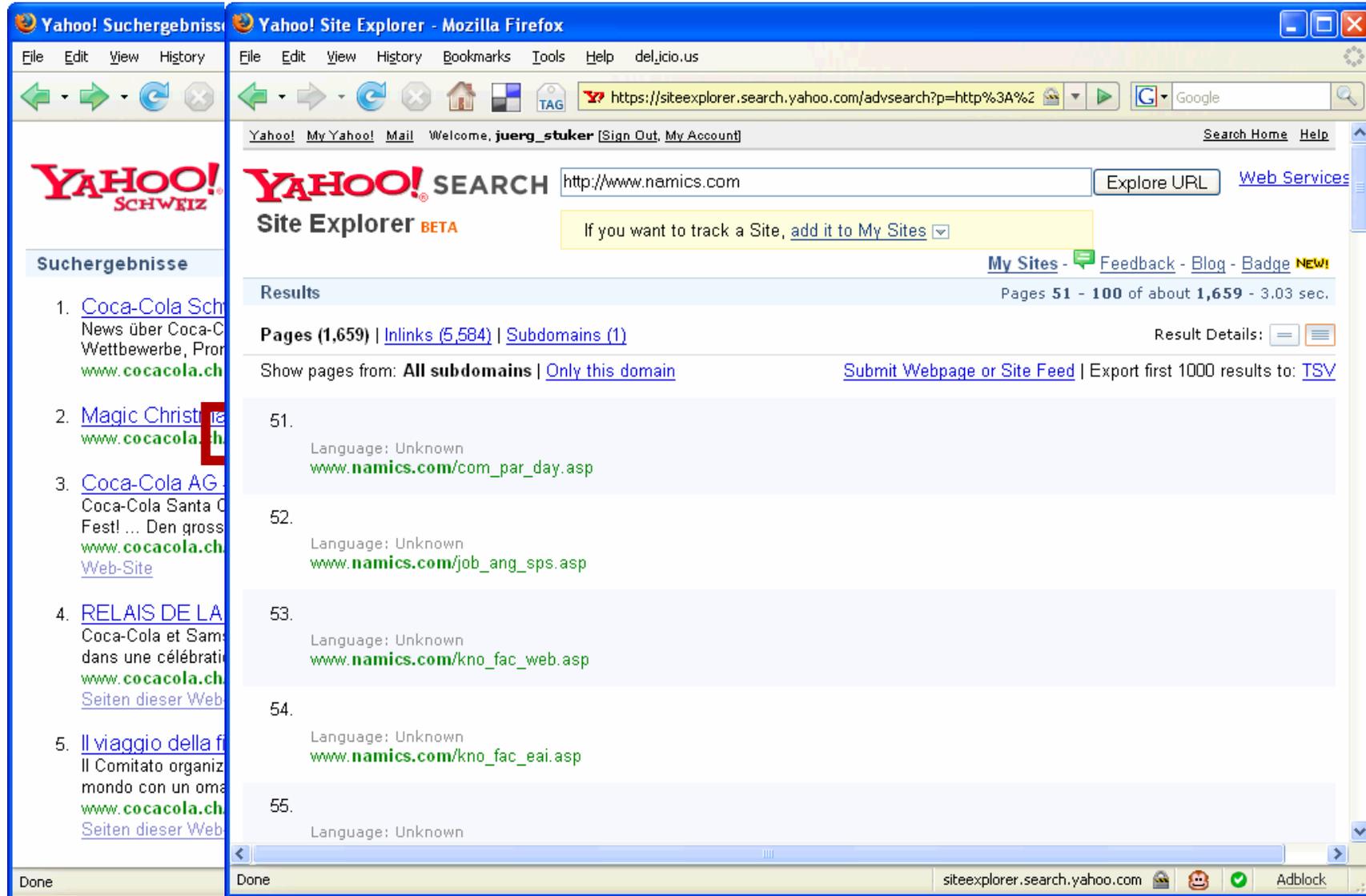
» Test

- Was wird effektiv besucht? Die Information über welche Seiten besucht werden steht im Serverlog (http-Log)
- Was ist indexiert?
 - Query (fast bei allen Suchmaschinen): `site:www.ihresite.ch` (an den Schluss blättern)
 - Google Webmaster Tools <http://www.google.com/webmasters/> → insb. Probleme/Fehler
 - Yahoo Site Explorer: <http://siteexplorer.search.yahoo.com> → alle indexierten Seiten

Fehler 2: „Zu viel“



2. "Zu viel"



The image shows two browser windows side-by-side. The left window is titled "Yahoo! Suchergebnisse" and displays search results for "http://www.namics.com". The right window is titled "Yahoo! Site Explorer - Mozilla Firefox" and shows the Site Explorer interface for the same URL.

Left Window: Yahoo! Suchergebnisse

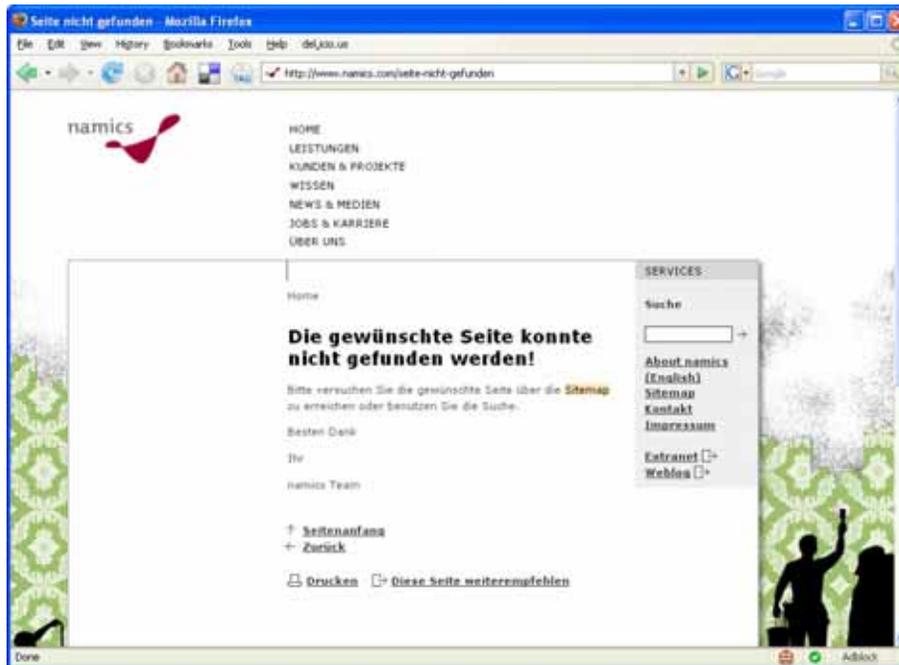
- Search results for "http://www.namics.com".
- Results list:
 - Coca-Cola Schweiz: News über Coca-Cola Wettbewerbe, Pror... www.cocacola.ch
 - Magic Christ... www.cocacola.ch
 - Coca-Cola AG: Coca-Cola Santa C... Fest! ... Den gross... www.cocacola.ch Web-Site
 - RELAIS DE LA: Coca-Cola et Sam... dans une célébrati... www.cocacola.ch Seiten dieser Web...
 - Il viaggio della f... Il Comitato organiz... mondo con un oma... www.cocacola.ch Seiten dieser Web...

Right Window: Yahoo! Site Explorer - Mozilla Firefox

- Address bar: <https://siteexplorer.search.yahoo.com/advsearch?p=http%3A%2F%2Fwww.namics.com>
- Search bar: <http://www.namics.com>
- Buttons: Explore URL, Web Services
- Text: "If you want to track a Site, add it to My Sites"
- Results summary: Pages 51 - 100 of about 1,659 - 3.03 sec.
- Statistics: Pages (1,659) | Inlinks (5,584) | Subdomains (1)
- Options: Show pages from: All subdomains | Only this domain
- Actions: Submit Webpage or Site Feed | Export first 1000 results to: TSV
- Results list (pages 51-55):
 - 51. Language: Unknown www.namics.com/com_par_day.asp
 - 52. Language: Unknown www.namics.com/job_ang_sps.asp
 - 53. Language: Unknown www.namics.com/kno_fac_web.asp
 - 54. Language: Unknown www.namics.com/kno_fac_eai.asp
 - 55. Language: Unknown

2. Kommentar

- » Broken Links in Suchtrefferlisten oder auf anderen Websites fördern die Zufriedenheit der User nicht...
- » Die “raffinierte” Behandlung ungültiger URLs (Requests) fördert die Elimination aus dem Index nicht immer...
- » http://blog.namics.com/2006/03/wie_verschwinde.html



2. Tipp

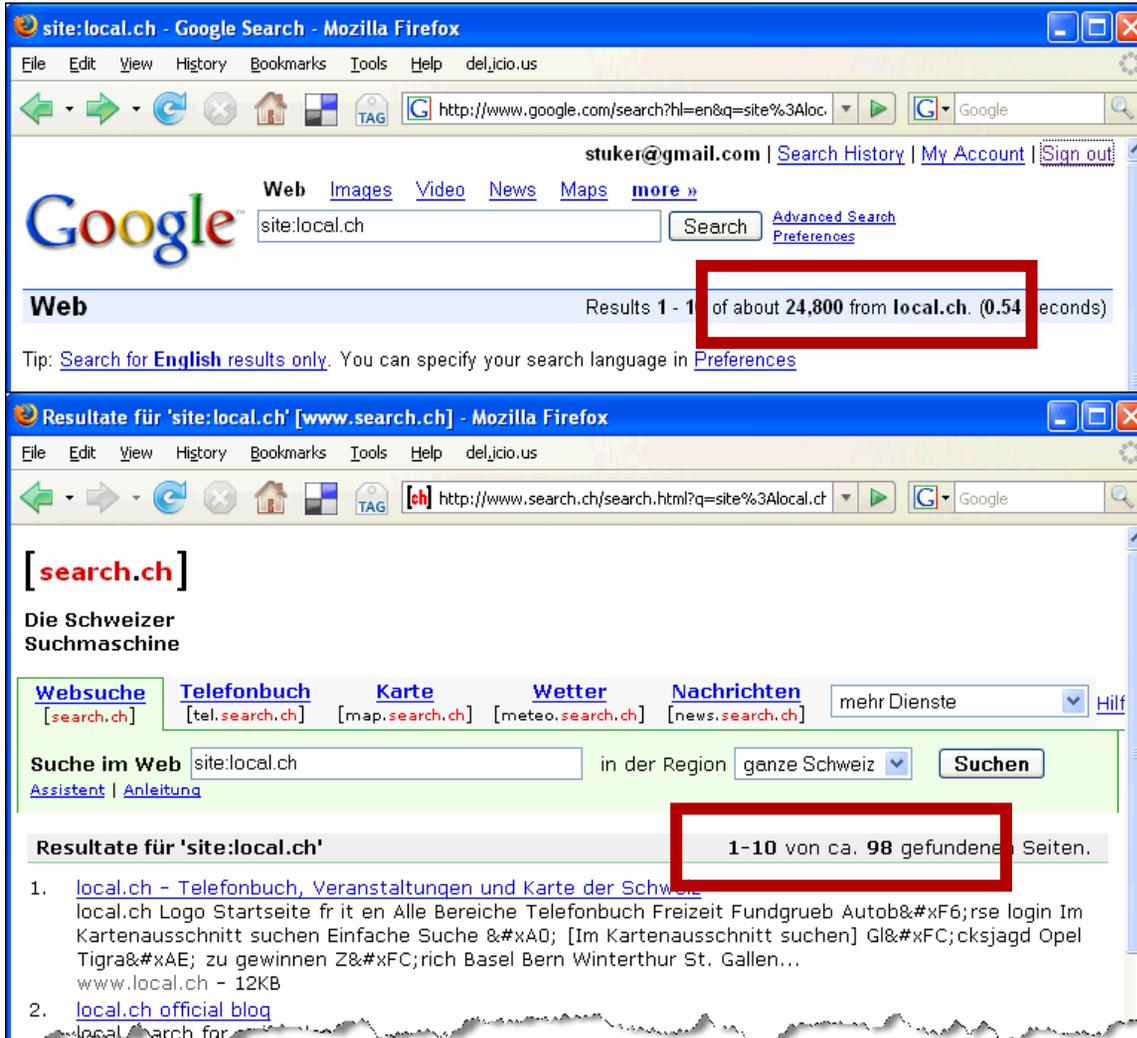
» Vollständigkeitsanalyse

- Zu viel heisst häufig “zu alt” (Problem mit der Aktualität)
- Selektivität kann erwünscht sein z.B. Login-Masken oder Testsysteme

» Test

- Incoming Visits analysieren (steht im Serverlog / http-Log)
- Schlechte Treffer in der Trefferliste forcieren... (rumspielen)
- Was ist indexiert?
 - Query (fast bei allen Suchmaschinen): `site:www.ihresite.ch` (an den Schluss blättern)
 - Google Webmaster Tools <http://www.google.com/webmasters/> → insb. ausgeschlossene Seiten
 - Yahoo Site Explorer: <http://siteexplorer.search.yahoo.com> → alle indexierten Seiten

Zu 1 und 2: Je nachdem...

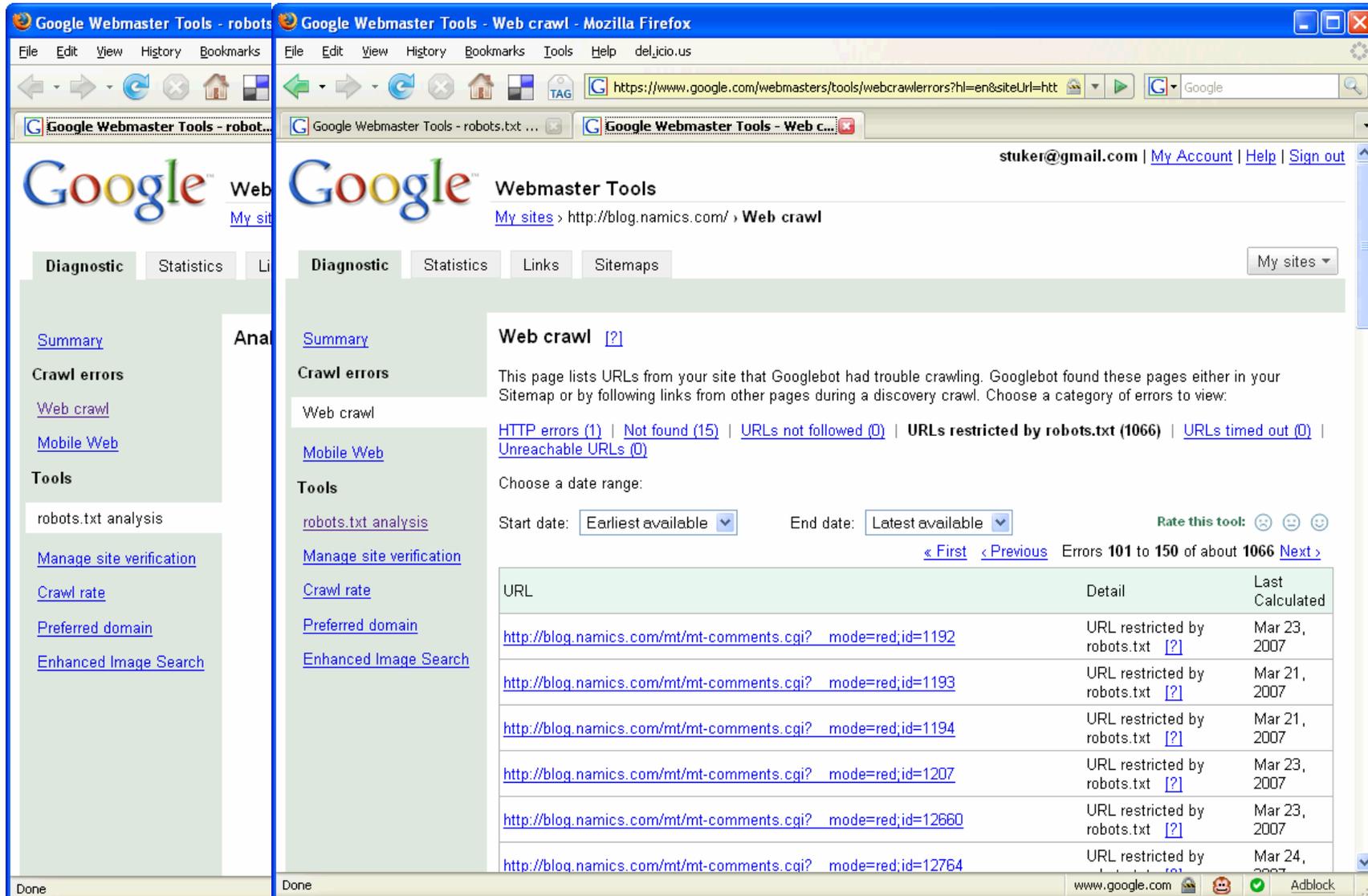


The image displays two screenshots of a web browser showing search results for the query "site:local.ch".

Top Screenshot: Google Search
 The browser window title is "site:local.ch - Google Search - Mozilla Firefox". The address bar shows the URL "http://www.google.com/search?hl=en&q=site%3Alocal.ch". The search bar contains "site:local.ch". The search results summary states: "Results 1 - 10 of about 24,800 from local.ch. (0.54 seconds)". A red box highlights this summary text.

Bottom Screenshot: search.ch Results
 The browser window title is "Resultate für 'site:local.ch' [www.search.ch] - Mozilla Firefox". The address bar shows the URL "http://www.search.ch/search.html?q=site%3Alocal.ch". The search bar contains "site:local.ch". The search results summary states: "1-10 von ca. 98 gefundene(n) Seiten.". A red box highlights this summary text.

Zu 1 und 2: Bei Google ausgeschlossene Seiten



The screenshot shows the Google Webmaster Tools interface for a site. The 'Web crawl' section is active, displaying a list of URLs that Googlebot had trouble crawling. The errors are categorized as 'URLs restricted by robots.txt'.

Web crawl [?]

This page lists URLs from your site that Googlebot had trouble crawling. Googlebot found these pages either in your Sitemap or by following links from other pages during a discovery crawl. Choose a category of errors to view.

[HTTP errors \(1\)](#) | [Not found \(15\)](#) | [URLs not followed \(0\)](#) | [URLs restricted by robots.txt \(1066\)](#) | [URLs timed out \(0\)](#) | [Unreachable URLs \(0\)](#)

Choose a date range:

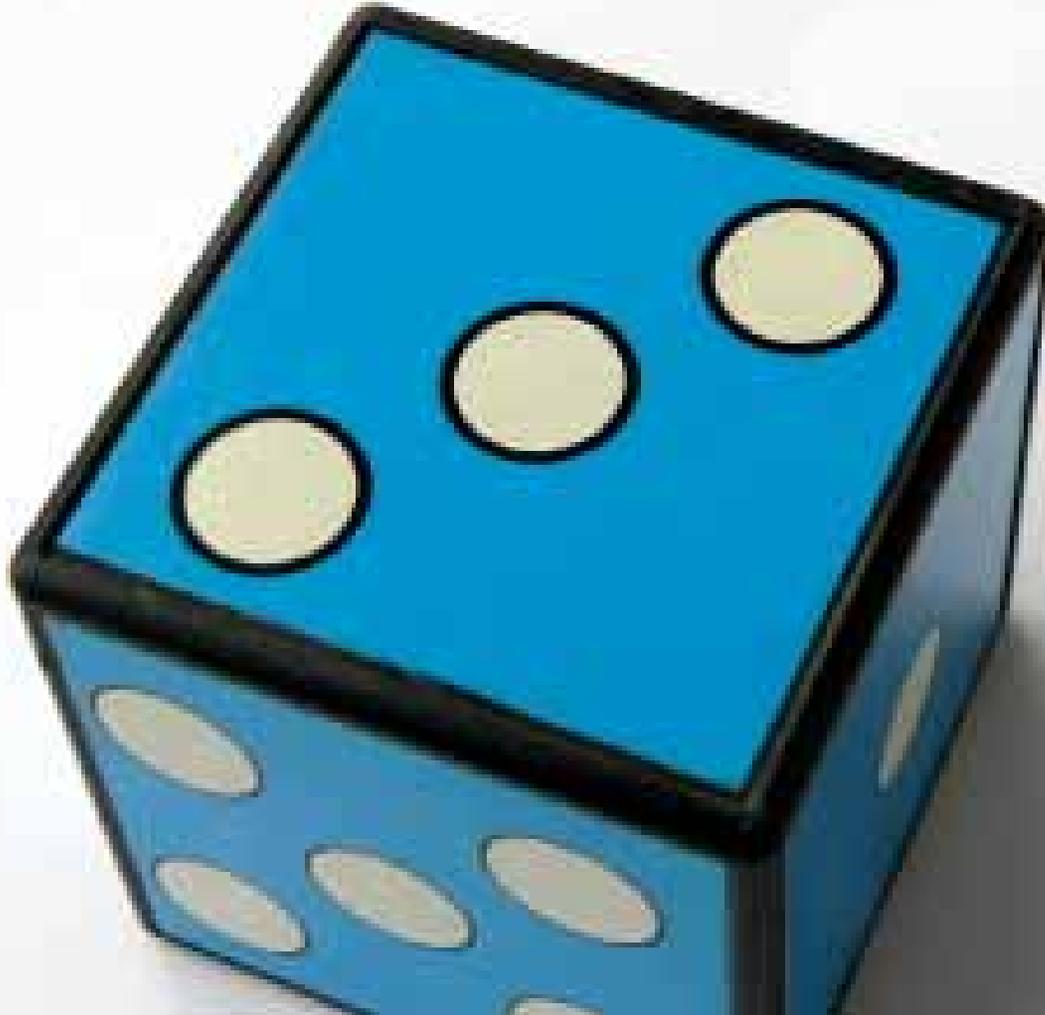
Start date: End date:

Rate this tool:

[← First](#) [← Previous](#) Errors 101 to 150 of about 1066 [Next →](#)

| URL | Detail | Last Calculated |
|---|----------------------------------|-----------------|
| http://blog.namics.com/mt/mt-comments.cgi? mode=red;id=1192 | URL restricted by robots.txt [?] | Mar 23, 2007 |
| http://blog.namics.com/mt/mt-comments.cgi? mode=red;id=1193 | URL restricted by robots.txt [?] | Mar 21, 2007 |
| http://blog.namics.com/mt/mt-comments.cgi? mode=red;id=1194 | URL restricted by robots.txt [?] | Mar 21, 2007 |
| http://blog.namics.com/mt/mt-comments.cgi? mode=red;id=1207 | URL restricted by robots.txt [?] | Mar 23, 2007 |
| http://blog.namics.com/mt/mt-comments.cgi? mode=red;id=12660 | URL restricted by robots.txt [?] | Mar 23, 2007 |
| http://blog.namics.com/mt/mt-comments.cgi? mode=red;id=12764 | URL restricted by robots.txt [?] | Mar 24, 2007 |

Fehler 3: Hässliche URLs



3. Hässliche URLs

http://www.siemens.com

Siemens Global Web Site

- Press Releases
- Press Pictures
- Events & Specials
- Technical Highlights
- TV Service
- Managing & Supervisory Board
- A to Z Index
- Press Contacts

Home | Press |

Siemens

Welcome

Here you can find the latest innovation and technology news. Our spokespersons at **headquarters and all Siemens' Groups** and Regions can gladly answer any questions you may have.

Siemens AG - Presse-Center
Our spokespersons at **headquarters and all Siemens' Groups** and Regions can gladly answer any questions you may have.
[www.siemens.com/index.jsp?sdc_p=cf1327885lmo1327899ps5t6uz1&sdc_bcpa... - 80k - Cached - Similar pages - Note this](http://www.siemens.com/index.jsp?sdc_p=cf1327885lmo1327899ps5t6uz1&sdc_bcpa...)

Siemens AG - Press Center
... latest innovation and technology news. Our spokespersons at **headquarters and all Siemens' Groups** and Regions can gladly answer any questions you may have.
[w4.siemens.de/Ful/en/links/presse.html - 81k - Cached - Similar pages - Note this](http://w4.siemens.de/Ful/en/links/presse.html)

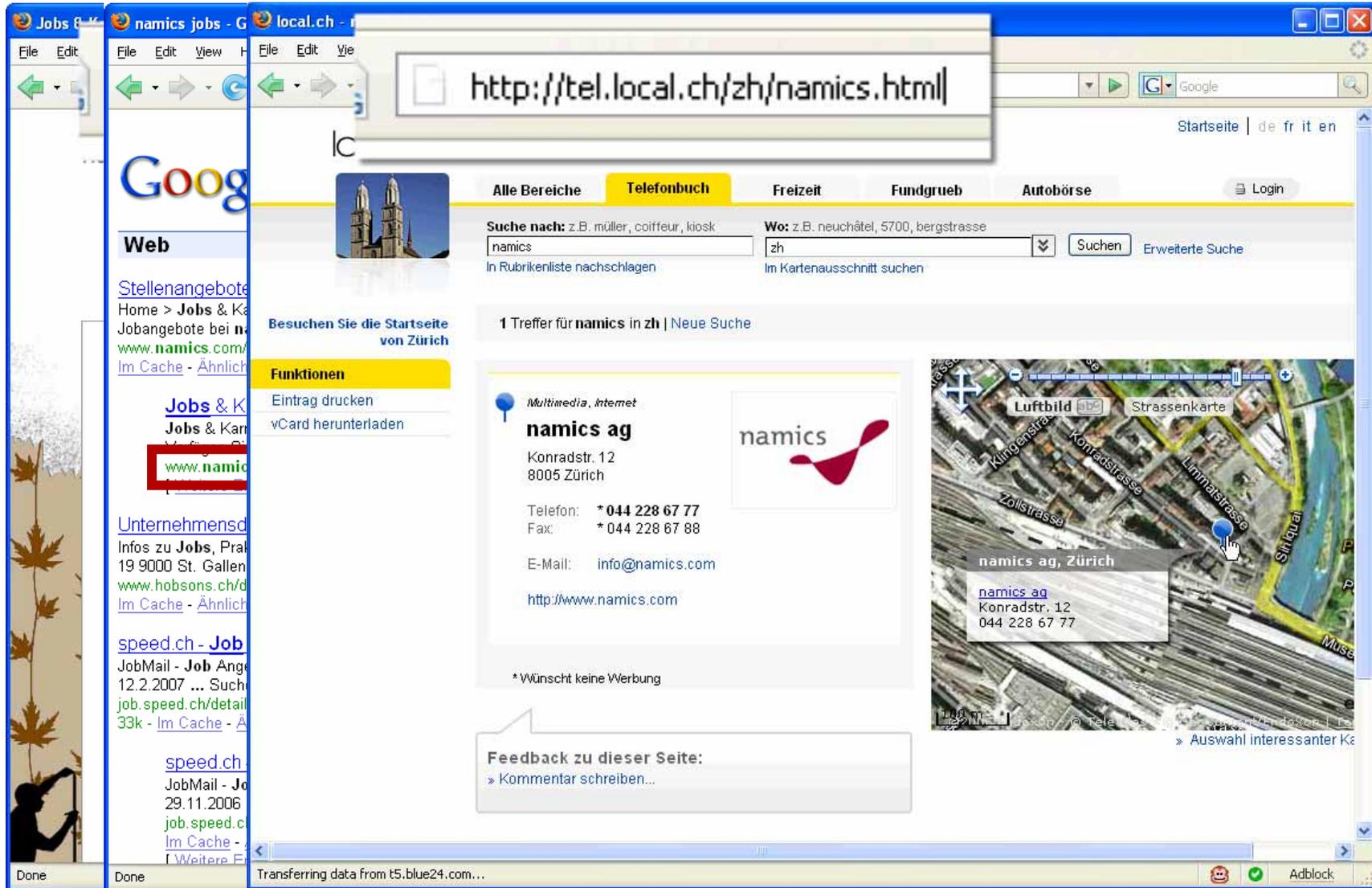
In order to show you the most relevant results, we have omitted some entries very similar to the 2 already displayed. If you like, you can [repeat the search with the omitted results included](#).

Search within results | Language Tools | Search Tips | Dissatisfied? Help us improve

Google Home - Advertising Programs - Business Solutions - About Google

©2007 Google

3. Hässliche URLs (Gegenteil)



The screenshot shows a web browser window with three tabs: 'Jobs & K...', 'namics jobs - G...', and 'local.ch - r...'. The address bar displays the URL `http://tel.local.ch/zh/namics.html`. The main content area shows a search for 'namics' in the 'Telefonbuch' (Phone Book) section of 'local.ch'. The search results list 'namics ag' with the following details:

- Address:** Konradstr. 12, 8005 Zürich
- Phone:** *044 228 67 77
- Fax:** *044 228 67 88
- E-Mail:** info@namics.com
- Website:** http://www.namics.com

A map on the right shows the location of 'namics ag' in Zürich, with a tooltip displaying the company name and contact information. The search interface includes a search bar with 'namics' entered, a dropdown menu set to 'zh', and a 'Suchen' button. The page also features a sidebar with navigation links and a feedback form at the bottom.

3. Kommentar

- » “Die verlustfreie Übertragung einer URL via Telefon ist ein guter Test ;-)”
- » Viele Vorteile einer “für Menschen lesbarer URL”
 - Keyword in der URL ist wertvoll bei der Berechnung des Rankings
 - Bessere Qualität des Trefferzitates
 - Einfache Kommunikation in andern Medien z.B. Print
 - Motivation verlinkt zu werden
 - ...

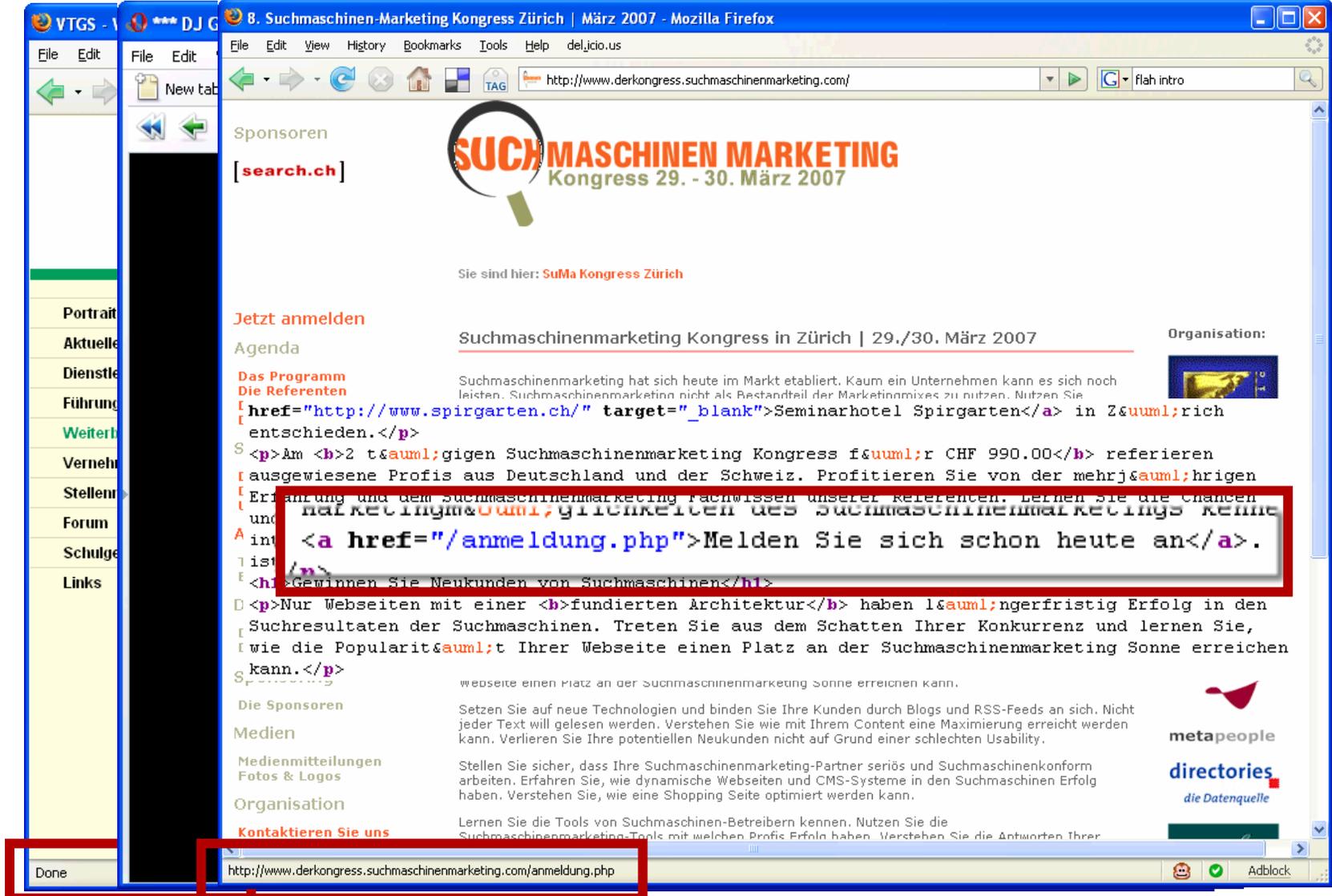
3. Tipp

- » REST = Representational State Transfer
 - <http://www.technorati.com/search/stuker>
 - <http://map.search.ch/bern>
 - <http://tel.local.ch/zh/namics.html>
 - <http://www.flickr.com/photos/tags/namics/>
- » http://blog.namics.com/2006/01/ein_guter_archi.html

Fehler 4: Keine HTML Links



4. Keine HTML Links



The screenshot shows a Mozilla Firefox browser window with the address bar displaying `http://www.derkongress.suchmaschinenmarketing.com/`. The page content includes a navigation menu on the left, a main header with the title "Suchmaschinen Marketing Kongress 29. - 30. März 2007", and several sections of text. A red box highlights a specific line of HTML source code: `Melden Sie sich schon heute an.` Below the browser window, a red box highlights the address bar containing the URL `http://www.derkongress.suchmaschinenmarketing.com/anmeldung.php`.

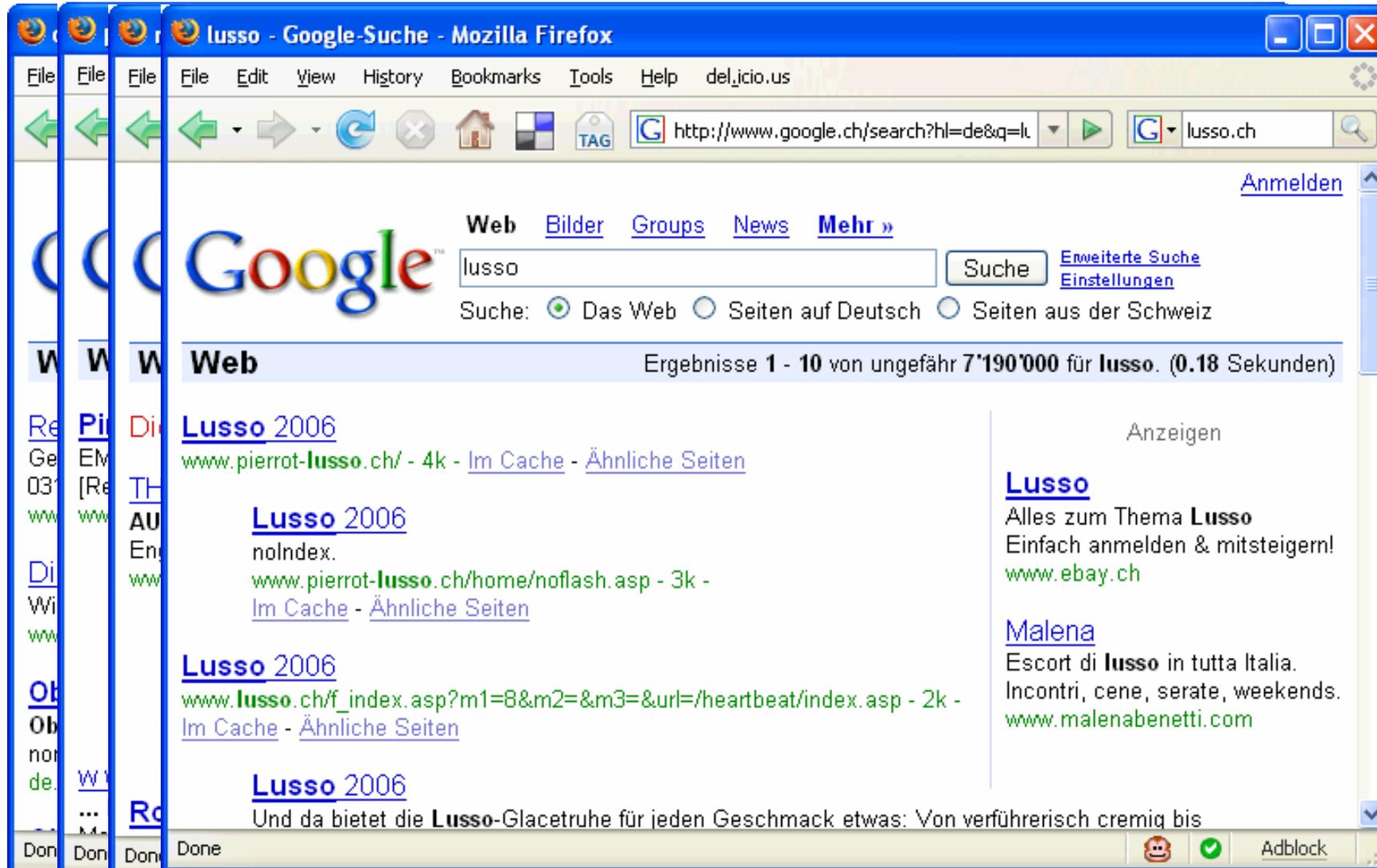
4. Tipp

- » WWW = (x)HTML → <http://www.w3.org/Provider/Style/>
- » HTML Links sind auch gut für's Ranking!
- » Typische Verdächtige
 - JavaScript Links
 - “Links” in Flash drin

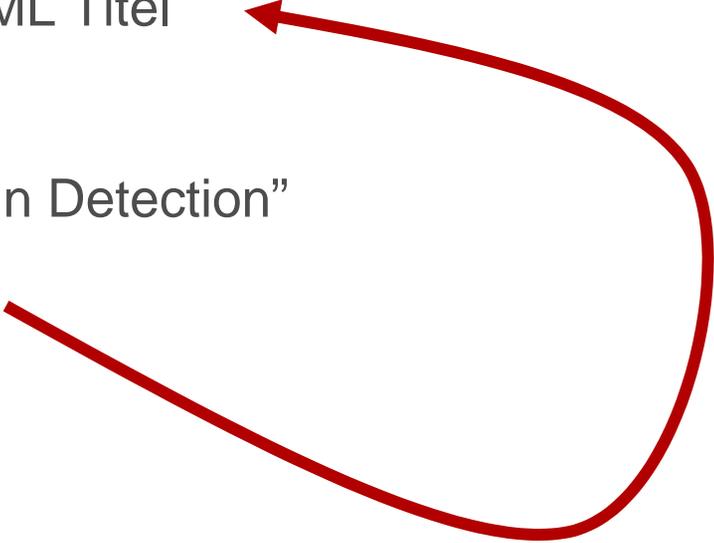
Fehler 5: Futter für das Zitat



5. Futter für das Zitat



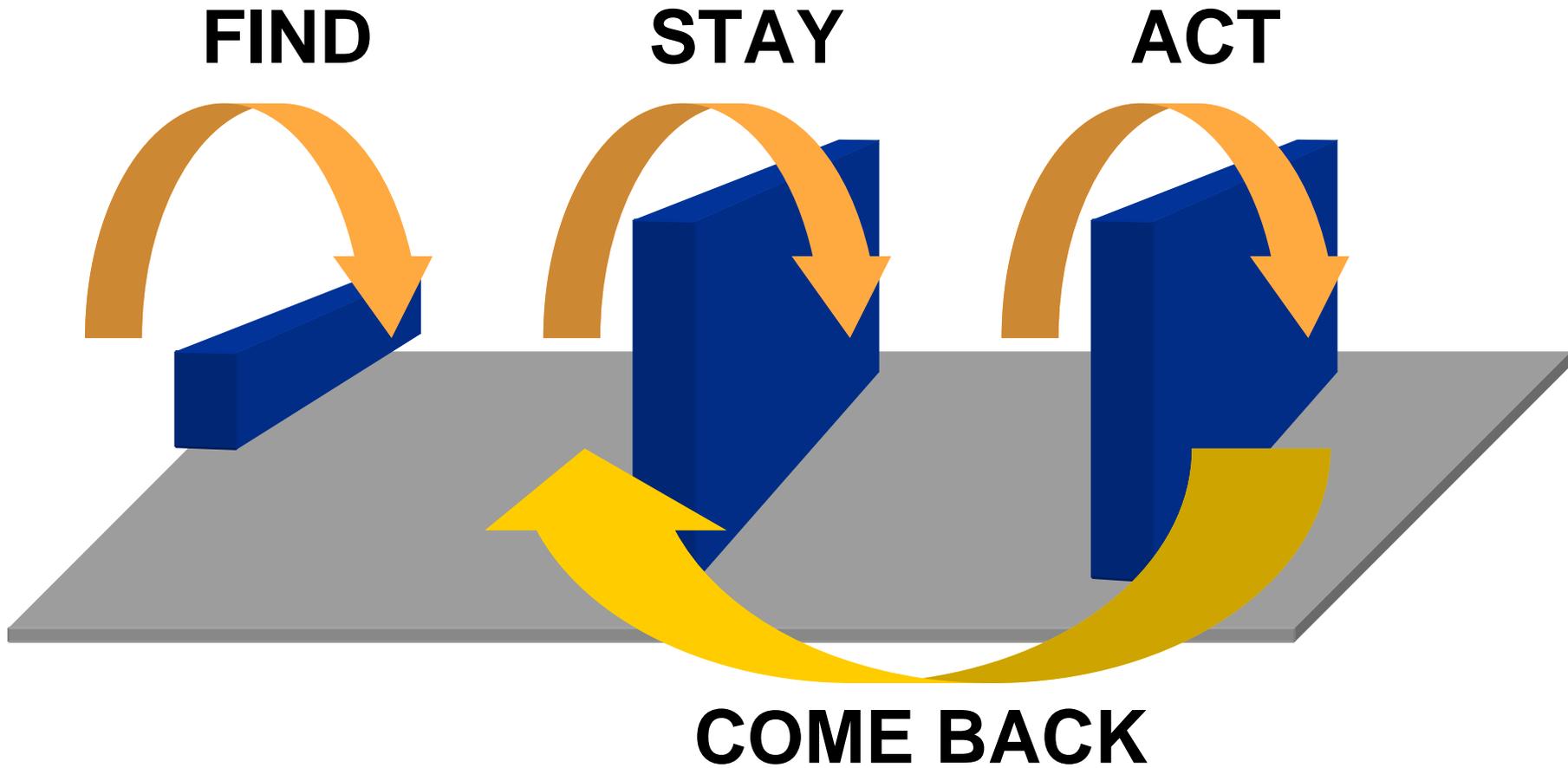
5. Tipp

- » Gute Texte in (x)HTML und guter HTML Titel
 - » Kein Frameset
 - » Wenn Flash, aufpassen mit der “Plugin Detection”
 - » Wenn Flash, doch Punkt 1
-
- » Wenn alles schief gelaufen ist, Pflege von
 - `<meta name="description" ...`
 - <http://www.dmoz.org/>
- 

Fehler 6: Nicht an Zahlen glauben

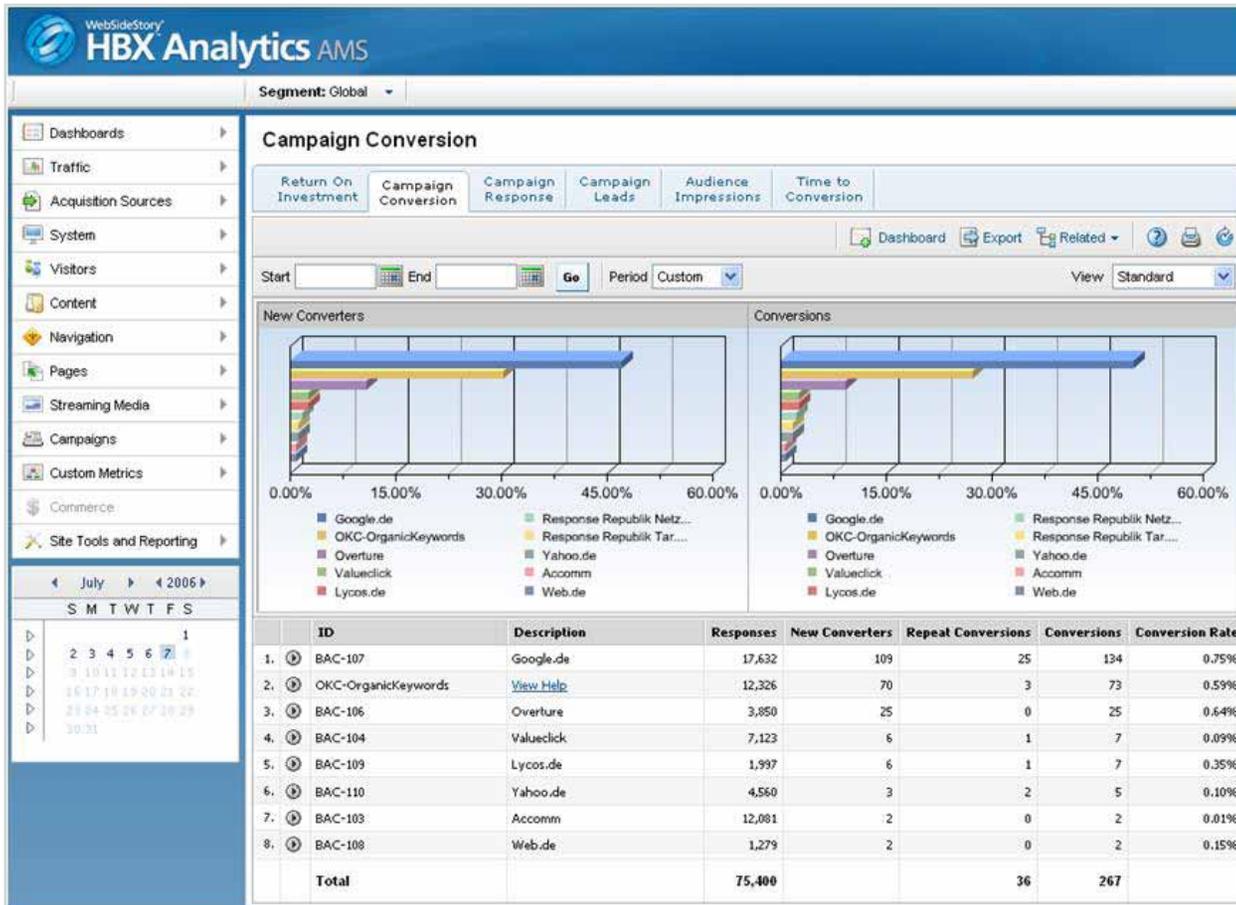


Alte Weisheit...



6. Kommentar

- » Das wunderbare am Internet ist die Messbarkeit, also tun sie es auch!



6. Tipp

- » Definieren Sie Ziele, messen Sie diese und reagieren Sie auch
 - Reichweite (externe Verlinkung, Anzahl Seiten in Google..)
 - Akquisition (Referrers, Suchbegriffe der Besuchern...)
 - Konversion (Kampagnenperformance)
 - Retention (wiederkehrende User inkl. Zeitabstand, Schlüsselseiten...)

- » (Achtung Werbung: namics Fachtagung Web Analytics am 19.04.07 <http://www.namics.com/news-medien/daten-events/web-analytics-der-weg-zur-erfolgreichen-website.html?cid=011>)

6. Beispiel Konversionsperformance

Anz. 1:

[Marketing Geheimnisse](#)
 Hunderte Tipps & Tricks von
 Internet Marketing Experten
www.marke-x-marketing-magazin.de
 Interesse: 

Anz. 2:

[Web Marketing Geheimnisse](#)
 Hunderte Tipps & Tricks von
 Internet Marketing Experten
www.marke-x-marketing-magazin.de
 Interesse: 

Anz. 1 : 2111 Klicks/Monat

Anz. 2 : 1107 Klicks/Monat

Lead : „Neue Newsletter-Abonennten“

Anz. 1 : 148 neue Abos/Monat

Anz. 2 : 299 neue Abos/Monat

Anz. 1 : Konversionsrate **7%**

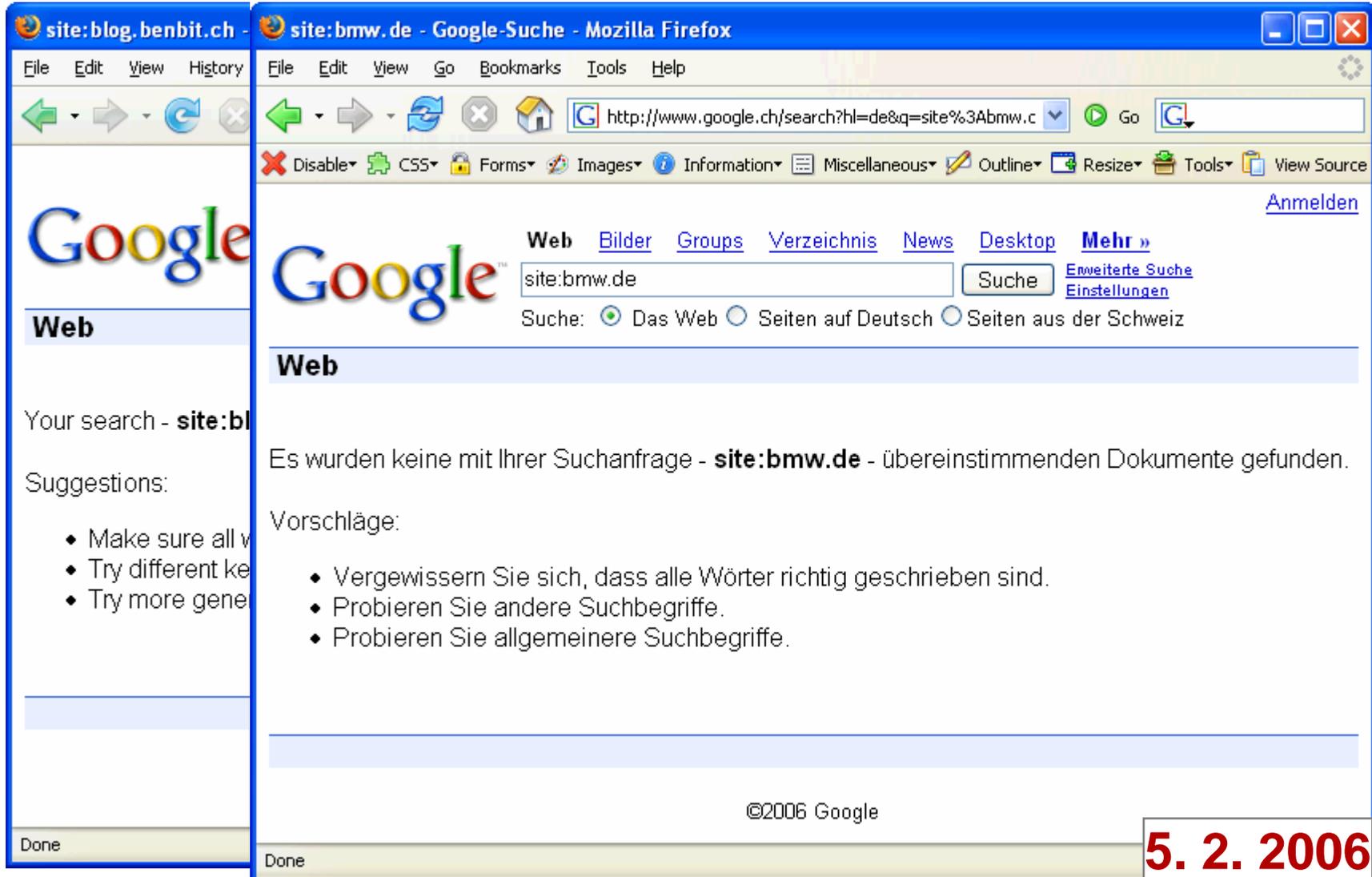
Anz. 2 : Konversionsrate **27%**

Quelle: Rony Degen
 “Keyword-Optimierung bei bei Google”

Fehler 7: „Play smart“



7. "Play smart"



The screenshot shows a Mozilla Firefox browser window with the title "site:bmw.de - Google-Suche - Mozilla Firefox". The address bar contains the URL "http://www.google.ch/search?hl=de&q=site%3Abmw.c". The search results page shows the Google logo and search options. The search query is "site:bmw.de". The results section is empty, with the message: "Es wurden keine mit Ihrer Suchanfrage - **site:bmw.de** - übereinstimmenden Dokumente gefunden." Below this, there are suggestions: "Vorschläge:" followed by a list of tips: "• Vergewissern Sie sich, dass alle Wörter richtig geschrieben sind.", "• Probieren Sie andere Suchbegriffe.", and "• Probieren Sie allgemeinere Suchbegriffe." The footer of the browser window shows "©2006 Google".

5. 2. 2006

7. Tipp

- » Keine faulen Tricks (ein bisschen optimieren ist ok)
- » Keine “schlechte Nachbarschaft”
- » Google: Richtlinien für Webmaster
 - <http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=35769>
- » Google: Evaluation eines Suchmaschinenoptimierers
 - <http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=35291>

7. Die konkreten Tipps

Qualitätsrichtlinien - Konkrete Empfehlungen

- ◆ Vermeiden Sie verborgenen Text und verborgene Links.
- ◆ Vermeiden Sie Cloaking oder irreführende Weiterleitungen.
- ◆ Senden Sie keine automatischen Anfragen an Google.
- ◆ Vermeiden Sie es, Seiten mit irrelevanten Wörtern zu überfrachten.
- ◆ Erstellen Sie keine doppelten Seiten, Subdomains oder Domains, die im Grunde denselben Inhalt haben.
- ◆ Erstellen Sie keine Seiten, die Viren, Trojaner oder andere [schädliche Programme](#) verbreiten.
- ◆ Vermeiden Sie den Einsatz von "Brückenseiten" (Doorway-Seiten), die speziell für Suchmaschinen erstellt werden, oder andere "Cookie-Cutter-Techniken" wie z. B. Partnerprogramme mit keinem oder nur wenig eigenem Inhalt.
- ◆ Falls Sie mit Ihrer Website an einem prüfen Sie, ob Ihre Website eine echt Sie speziellen und relevanten Content Ihre Website zu besuchen.

Worauf sollte man sonst noch achten?

Es gibt ein paar Warnhinweise dafür, dass Sie es mit einem betrügerischen SEO zu tun haben könnten. Diese Aufzählung ist jedoch längst nicht vollständig. Wenn Sie also Zweifel haben, vertrauen Sie auf Ihren Instinkt. Sie sollten jedoch nicht zögern, die Geschäftsbeziehung zu beenden, wenn der SEO:

- ◆ Schattendomains unterhält
- ◆ auf Brückenseiten Links zu anderen Clients unterhält
- ◆ anbietet, Keywords in der Adressleiste zu verkaufen
- ◆ nicht zwischen den tatsächlichen Suchergebnissen und Werbung in Suchergebnissen unterscheidet
- ◆ Platzierungen garantiert, jedoch nur für lange, unverständliche Abfragen, bei denen das sowieso der Fall wäre
- ◆ mit mehreren Aliassen oder gefälschten WHOIS-Einträgen arbeitet
- ◆ Traffic über "unechte" Suchmaschinen, Spionsoftware oder Scumware erzeugt
- ◆ über Domains verfügt, die aus dem Google-Index entfernt wurden, oder selbst nicht bei Google gelistet wird

Zusammenfassung



Nicht tun...

- » zu wenig Seiten im Suchindex
- » zu viele Seiten im Suchindex
- » hässliche URLs
- » keine HTML Links
- » kein Futter für das Trefferstatistik
- » nicht an Zahlen glauben
- » “Play Smart”

Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit.



juerg.stuker@namics.com
<http://blog.namics.com/seosem/>