Content Checkliste 2021

60 Punkte zur Content-Optimierung

pagerangers

Definition

- ☐ **Verfolgst du eine klare Content-Strategie?**
  Deine Content-Strategie umfasst die Gesamtheit all deiner Content-Formate und sollte bereits im Vorfeld gut durchdacht worden sein. Lege fest, zu welchen Zeitpunkten du welchen Content veröffentlichen möchtest, welcher Content dir wirklich weiterhilft und wie du diesen verbreiten kannst.

- ☐ **Ist ein SMARTes Content-Ziel festgelegt?**
  Damit du deinen Text zielgerichtet gestalten kannst, solltest du dir vorab ein klares Content-Ziel setzen. Was möchtest du überhaupt mit deinem Content erreichen? Um deinen Erfolg später besser kontrollieren zu können, sollte dein Ziel genau definiert, durch festgelegte KPI messbar, attraktiv zu erreichen, realistisch umzusetzen und zeitlich terminiert sein. Orientiere dich hierfür am SMART-Prinzip (spezifisch, messbar, attraktiv, realistisch und terminiert)

- ☐ **Ist die Zielgruppe genau bestimmt?**
  Je genauer du deinen Text auf eine bestimmte Personengruppe ausrichtest, desto höher wird das Interesse dieser Zielgruppe an deinem Content sein. Formuliere im Vorfeld genau wen du überhaupt erreichen möchtest und warum. Mach dir dabei Gedanken über die Ansprache deiner Zielgruppe, sowie den Stil deines Textes.

- ☐ **Ist das Content-Thema festgelegt?**
  Worüber möchtest du überhaupt schreiben? Lass dich hierbei ruhig vom Wettbewerb inspirieren und schau dir auch einmal, sofern bekannt, die Bedürfnisse deiner Kunden an. Letztlich wird dein Content-Thema durch eine Keyword-Recherche, sowie eine Such-Intent-Analyse genauer definiert.

- ☐ **Ist die angestrebte Textlänge definiert und auf das Ziel und die Zielgruppe angepasst?**
  Nicht jede Zielgruppe tickt gleich und hat die gleichen Vorlieben und Bedürfnisse. Vertraue nicht bloß auf Empfehlungen zur Textlänge aus dem Internet, sondern setze dich damit auseinander, was du deiner Zielgruppe vermitteln möchtest und ob dabei eher ein ausführlicher Artikel oder kurze prägnante Botschaften sinnvoll sind. Schau dir auch die top-platzierten Websites zu deinem Thema als Inspiration an, um die erforderliche Textlänge abzuschätzen.

- ☐ **Ist ein Haupt-Keyword definiert?**
  Suche dir ein starkes Haupt-Keyword heraus, zu welchem du gezielt Content produzieren kannst und mit welchem du deine spezifische Zielgruppe erreichst. Du kannst deinen Text später noch mit weiteren, themenverwandten Keywords ergänzen, um mit deinem Inhalt möglichst große Sichtbarkeit und Expertise aufzubauen.

Bist du auf der Suche nach einem Tool, welches dich bei der Abarbeitung der 53 Punkte unterstützt? Dann schau dir doch einfach einmal die Content Suite von PageRangers an. Wir liefern dir auf Basis verschiedener Analysen in Echtzeit alle wichtigen Informationen, die du für die Erstellungen deines perfekten SEO-Textes benötigst.
Mehr dazu erfährst du auf www.contentsuite.com.

Recherche

- ☐ **Existieren ähnliche Inhalte, welche zu einer holistischen Seite kombiniert werden können?**
  Hast du viele Unterseiten die alle einen ähnlichen Content bieten? Dann kann es sinnvoll sein, ihr Potenzial zu kombinieren und eine ganzheitliche, ausführliche Landingpage zu schaffen, die deinen Besuchern einen echten Mehrwert bietet und sie vollumfänglich informiert. Auch Google bewertet ausführliche Seiten tendenziell besser.

- ☐ **Gibt es Gast-Experten, Interview-Partner oder professionelle Texter für deinen Content?**
  Nicht immer musst du deinen Content komplett selbst kreieren. Du kannst zum Beispiel Gastartikel auf deiner Seite veröffentlichen, Interviews mit Autoritäten aus deiner Branche führen oder einen professionellen Texter, Grafik-Designer etc. engagieren, der deinen Content nach deinen Wünschen erstellt.

- ☐ **Ist das Marktpotenzial der Keywords ermittelt und ausreichend zur Erreichung des Content-Ziels?**
  Prüfe zu all deinen Keyword-Recherchen, ob deine gewählten Keywords auch über ausreichend Potenzial und Reichweite verfügen, um dein Content-Ziel zu erreichen. Außerdem solltest du die Intensität des Wettbewerbs prüfen. Eine hohe Wettbewerbsdichte erfordert entsprechend mehr Arbeit um gute Rankings erzielen zu können.

- ☐ **Sind Themen-Keywords definiert, welche die Ausrichtung des Textes spezifizieren?**
  Angelehnt an dein Haupt-Keyword, solltest du weitere Themen-Keywords definieren, die einen thematischen Bezug zu diesem haben und den Inhalt weiter konkretisieren. So weißt du genau, zu welchen Unterthemen du ranken möchtest und wozu du Content erstellen musst. Außerdem baust du so weiter Expertise und Trust auf.

- ☐ **Ist der Such-Intent der gewählten Keywords recherchiert und mit dem Content-Ziel abgeglichen?**
  Ein oft begangener Fehler in der Keyword-Recherche, ist die Vernachlässigung des Such-Intents. Google unterscheidet grob zwischen drei verschiedenen Such-Intents: informationell, transaktional und navigational. Prüfe daher im Vorfeld, ob der Such-Intent deiner Keywords zu der geplanten Ausrichtung deines Textes passt.

- ☐ **Sind die Bedürfnisse der Zielgruppe bekannt?**
  Investiere genug Zeit in die Analyse deiner Zielgruppe, um Wünsche oder Pain-Points besser verstehen und diese in deinem Text gezielt ansprechen zu können.

- ☐ **Sind relevante Terme bestimmt und mit dem Wettbewerb abgeglichen?**
  Ermittle mit der WDF*IDF-Formel die Terme, die deine Wettbewerber mit den besten Rankings am häufigsten in ihren Texten verwenden. Diese können für Google ein wichtiges Signal dafür sein, dass dein Text ebenfalls relevant zu einem bestimmten Thema ist. Die Häufigkeit der Termverwendung ist abhängig von deiner Textlänge.

- ☐ **Sind relevante W-Fragen ermittelt?**
  Google mutiert immer weiter zur "Antwortmaschine". In Featured Snippets versucht Google dir bereits in den Suchergebnissen mögliche Antworten auf deine Frage zu liefern und ähnliche Fragen vorzuschlagen. Das Wichtige ist dabei jedoch, dass Google die Inhalte mit den scheinbar besten Antworten zu diesen Fragen weiter oben in den SERPS positioniert und dir somit zusätzliche Sichtbarkeit verleihen kann. Außerdem können W-Fragen als Inspirationsquelle für weitere Content-Themen dienen.

Bist du auf der Suche nach einem Tool, welches dich bei der Abarbeitung der 53 Punkte unterstützt? Dann schau dir doch einfach einmal die Content Suite von PageRangers an. Wir liefern dir auf Basis verschiedener Analysen in Echtzeit alle wichtigen Informationen, die du für die Erstellungen deines perfekten SEO-Textes benötigst.
Mehr dazu erfährst du auf www.contentsuite.com.

Struktur

- ☐ **Ist die URL des Contents festgelegt und „sprechend" gestaltet?**
  Lege zu Beginn genau eine URL fest, auf welcher du deinen Content zu einem bestimmten Keyword erstellen möchtest. Dabei solltest du darauf achten, dass du möglichst natürlich lesbare Begriffe verwendest und lange Zahlen- und Zeichenfolgen vermeidest. Dies sorgt für einen höheren Wiedererkennungswert, eine bessere Beschreibung des Seiteninhalts und gegebenenfalls kannst du sogar dein Keyword mit in der URL platzieren.

- ☐ **Ist genau eine H1-Überschrift definiert?**
  Jede Seite sollte in der Regel nur eine H1-Überschrift haben, welche das Thema oder die Hauptfragestellung deines Contents beschreibt und im besten Fall auch das Keyword, auf welches du optimieren möchtest, enthält.

- ☐ **Ist die Struktur der Überschriften sinnvoll und geordnet?**
  Achte darauf, dass du deine Überschriften sinnvoll gliederst. Sorge für eine hierarchische Anordnung und fasse Unterthemen in einzelnen H2 oder H3-Überschriften zusammen. H4, H5 oder H6 benötigst du in der Regel eher nicht. Achte darauf, dass die wichtigsten Inhalte bereits in den Überschriften mitgeteilt werden, denn deine Besucher lesen deine Seite häufig nach dem "Tageszeitungs-Prinzip", also zunächst die Überschriften und dann die Inhalte, die sie angesprochen haben.

- ☐ **Ist ein Inhaltsverzeichnis mit Sprungmarken erstellt?**
  Ein toller Weg um für deine Seite Sitelinks in den SERPs angezeigt zu bekommen und somit die Sichtbarkeit zu steigern, ist die Verwendung von Sprungmarken. Gerade bei längeren Texten empfiehlt es sich ohnehin dem Leser einen Überblick über den Inhalt zu verschaffen und ihm einen direkten Einstieg in den für ihn interessanten Abschnitt zu ermöglichen. Oftmals übernimmt Google dabei diese Sprungmarken und zeigt Sie in deinem Snippet als Sitelinks an.

- ☐ **Sind Meta-Title und -Title definiert?**
  Beschreibe kurz, was den Besucher auf deiner Seite erwartet und mache ihn neugierig auf deine Inhalte. Verwende dabei am besten das Keyword, auf welches zu optimieren möchtest sowohl im Title, als auch in der Description, möglichst am Anfang.

- ☐ **Gibt es einen Call-to-Action?**
  Abhängig vom Content-Ziel, solltest du einen klar formulieren Call-to-Action in deinen Content integrieren. Dies kann ein Download, eine Kaufaufforderung oder eine Eintragung in einen Newsletter sein. Wichtig ist nur, dass dieser klar erkennbar ist.

- ☐ **Gibt es Schaltflächen, über die deine Besucher deinen Content teilen können?**
  Content verbreitet sich am besten, wenn er geteilt wird. Dies solltest du deinen Besuchern so einfach wie möglich machen.

- ☐ **Ist dein Content interaktiv?**
  Rege deine Besucher wenn möglich dazu an, selbst auf deiner Seite aktiv zu werden und eigene Handlungen auszuführen. Hierzu zählt zum Beispiel auch eine Kommentarfunktion, welche dir zusätzlich nützliches Feedback direkt von deinen Besuchern liefern kann.

Bist du auf der Suche nach einem Tool, welches dich bei der Abarbeitung der 53 Punkte unterstützt? Dann schau dir doch einfach einmal die Content Suite von PageRangers an. Wir liefern dir auf Basis verschiedener Analysen in Echtzeit alle wichtigen Informationen, die du für die Erstellungen deines perfekten SEO-Textes benötigst.
Mehr dazu erfährst du auf www.contentsuite.com.

Content-Produktion

- ☐ **Ist die angestrebte Textlänge erreicht?**
  Wie bereits erwähnt, sollte die Textlänge auf dein Ziel und deine Zielgruppe ausgerichtet sein. Wenn du die von dir als Ziel gesetzte Textlänge am Ende jedoch nicht erreichst oder sogar überschreitest, ist das kein Grund dafür, den gesamten Text zu hinterfragen. Im Fokus deiner Arbeit sollte viel mehr der eigentliche Inhalt und die Qualität deines Textes stehen. Auch Seiten mit scheinbar weniger Inhalt können gut performen, wenn sie den User-Intent befriedigen.

- ☐ **Werden die WDF*IDF-Terme in der richtigen Frequenz verwendet?**
  WDF*IDF vergleicht deinen Content mit dem deiner Wettbewerber und gibt dir wichtige Empfehlungen zur Verwendungshäufigkeit bestimmter Terme. Achte in Abhängigkeit zu deiner Textlänge darauf, dass du diese Terme häufig genug, jedoch nicht in Überfluss verwendest. So signalisierst du Google die Relevanz deines Textes, ohne dabei zu spammen.

- ☐ **Ist die Term-Platzierung im Quellcode optimal?**
  Prüfe, wo deine Wettbewerber bestimmte Terme im Quellcode verwenden. Wenn zum Beispiel einige der besten Wettbewerber den gleichen Term zum Beispiel im Meta-Title, einer H-Überschrift oder einem Alt-Attribut verwenden, könnte dies ein Signal für Relevanz aus Sicht von Google sein.

- ☐ **Werden die relevanten W-Fragen im Text beantwortet?**
  Versuche, auf möglichst viele relevante Fragen zu deinem Thema in deinem Text einzugehen. Dies erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass Google dich besser zu diesen Fragen positioniert. Wichtig ist hierbei jedoch auf den Punkt zu kommen und Fragen möglichst zielführend zu beantworten.

- ☐ **Werden unterschiedliche, ergänzende Content-Formate verwendet?**
  Je nach Content-Ziel macht es Sinn, den Text mit weiteren Content-Formaten wie Bilder, Videos, Grafiken oder Tabellen zu erweitern. Unterschiedliche Zielgruppen konsumieren Inhalte auf unterschiedliche Art und Weise. Versuche daher möglichst mehrere Content-Formate miteinander zu verbinden, um die größtmögliche Masse abzuholen. Auch hier kannst du dich vom Wettbewerb inspirieren lassen und seine Content-Strategie analysieren. Auch Google diversifiziert in den SERPs immer häufiger verschiedene Content-Formate.

Bist du auf der Suche nach einem Tool, welches dich bei der Abarbeitung der 53 Punkte unterstützt? Dann schau dir doch einfach einmal die Content Suite von PageRangers an. Wir liefern dir auf Basis verschiedener Analysen in Echtzeit alle wichtigen Informationen, die du für die Erstellungen deines perfekten SEO-Textes benötigst.
Mehr dazu erfährst du auf www.contentsuite.com.

Technik

- ☐ **Ist die Seite mit https verschlüsselt?**
  Eine sichere Seite erhöht nicht nur das Vertrauen deiner Besucher sondern ist auch ein zunehmend wichtiger werdender Faktor zur Bewertung deiner Seite durch Google.

- ☐ **Ist das Verhältnis von Text-zu-Code angemessen?**
  Um die Ladezeit gering zu halten, sollte nicht zu viel Code im Vergleich zum eigentlichen Inhalt verwendet werden. Ein gutes Verhältnis von Text-zu-Code (zugunsten des Texts) kann Google auch zeigen, dass der Fokus dieser Seite auf dem Inhalt liegt. Hierfür sollte ein Tool herangezogen werden.

- ☐ **Gibt es strukturierte Daten für den Text?**
  Mit Hilfe strukturierter Daten aus schema.org können wichtige Informationen an Google weitergereicht werden, welche die Darstellung einzelner Seitenelemente in den SERPs verbessern.

- ☐ **Ist die Ladezeit der Seite optimiert?**
  Sowohl Google als auch deine Besucher schätzen kurze Ladezeiten. Achte darauf, dass die Dateigröße deiner Seite nicht zu groß wird und komprimiere Inhalte so gut wie möglich.

- ☐ **Sind alle Bilder komprimiert?**
  Versuche vor Upload deine Bilder zu komprimieren, um die Ladezeit deiner Seite zusätzlich zu verbessern. Bei den meisten Bildern macht eine leicht verschlechterte Auflösung keinen großen Unterschied in der Optik.

- ☐ **Ist die URL des Contents crawlbar und erreichbar?**
  Achte darauf, dass du dem Googlebot und den Besuchern deiner Seite einen Zugriff auf diese erlaubst und alle Inhalte sichtbar machst.

- ☐ **Ist die Seite indexiert?**
  Prüfe in der Google Search Console oder per site:-Suchoperator, ob deine Seite indexiert wurde und stoße die Indexierung im Zweifelsfall manuell an.

- ☐ **Ist das Alt-Attribut bei verwendeten Bildern definiert?**
  Beschreibe den Inhalt deiner Bilder mit dem Alt-Attribut. Wenn Bilder nicht richtig dargestellt werden, können deine Besucher so dennoch verstehen, was du darstellen willst.

Bist du auf der Suche nach einem Tool, welches dich bei der Abarbeitung der 53 Punkte unterstützt? Dann schau dir doch einfach einmal die Content Suite von PageRangers an. Wir liefern dir auf Basis verschiedener Analysen in Echtzeit alle wichtigen Informationen, die du für die Erstellungen deines perfekten SEO-Textes benötigst.
Mehr dazu erfährst du auf www.contentsuite.com.

Integration und Verlinkungen

- ☐ **Leiten sämtliche URL-Variationen auf die festgelegte Haupt-URL weiter?**
  Sorge dafür, dass alle URL-Variationen, wie “www” oder “HTTP” auf deine HTTPS-URL weiterleiten. So stellst du sicher, dass jede Eingabe der URL auf der von dir gewünschten (sicheren) Variante landet.

- ☐ **Ist die Google Search Console verknüpft?**
  Die Google Search Console gibt dir sehr wichtige Daten zur Überprüfung der Performance deiner Seite und ist essentiell, um die von dir festgelegten KPI wie Impressionen, Klicks, etc. nachzuvollziehen und zu kontrollieren. Hieraus lassen sich außerdem Tendenzen ableiten, welche Inhalte für deine Zielgruppe besonders interessant sind. Nutze diese Erkenntnis, um weiteren Content zu ähnlichen Themen zu erstellen.

- ☐ **Ist ein Tracking der Besucher und Leistungsdaten gewährleistet?**
  Wenn du den Erfolg deiner Bemühungen richtig auswerten möchtest und gegebenenfalls sogar ein Retargeting deiner Seitenbesucher anstrebst, achte darauf, dass sämtliche Tracking Pixel und Web-Analytics-Anwendungen auf deiner Unterseite integriert und aktiviert sind.

- ☐ **Ist die Seite in die Sitemap integriert?**
  Damit Google deine Seite besser finden und auslesen kann, empfiehlt es sich eine Sitemap anzulegen. Wenn du bereits eine hast, denk daran die neue URL hinzuzufügen. Die meisten Content-Management-Systeme übernehmen diesen Schritt für dich automatisch oder haben eine entsprechende Funktion im Backend.

- ☐ **Verlinkt der Content auf andere relevante Seiten?**
  Interne Verlinkungen können sehr hilfreich sein, um einzelnen Unterseiten mehr Gewicht zu verleihen und sie insgesamt stärker zu positionieren.

- ☐ **Wird von anderen relevanten Seiten auf deinen Content verlinkt?**
  Noch immer sind Backlinks einer der wichtigsten Ranking-Faktoren. Versuche deinen Content mit hochwertigen, themenrelevanten Links zusätzlich zu stärken.

- ☐ **Ist der Content in deinen Funnel integriert?**
  Wenn du für dein Marketing einen Sales-Funnel konzipiert hast, dann solltest du überprüfen, ob und wie du deinen Content in deinen Funnel einbinden kannst.

Bist du auf der Suche nach einem Tool, welches dich bei der Abarbeitung der 53 Punkte unterstützt? Dann schau dir doch einfach einmal die Content Suite von PageRangers an. Wir liefern dir auf Basis verschiedener Analysen in Echtzeit alle wichtigen Informationen, die du für die Erstellungen deines perfekten SEO-Textes benötigst.
Mehr dazu erfährst du auf www.contentsuite.com.

Nachbereitung und Feinschliff

- ☐ **Zahlt dein Text auf das gesteckte Content-Ziel ein?**
  Achte darauf, dass dein Text die richtige Ausrichtung hat und wirklich zur Zielerreichung beiträgt.

- ☐ **Ist der Text einzigartig?**
  Um nicht von Google abgewertet zu werden, sollte dein Text einzigartig sein und einen echten Mehrwert bieten.

- ☐ **Werden Mehrfachrankings vermieden?**
  Versuche möglichst nur mit der von dir festgelegten URL auf das ausgewählte Keyword zu ranken, um Kannibalisierungseffekte zu vermeiden und wertvolle Besucher nicht zu verlieren.

- ☐ **Hat der Text einen roten Faden und führt den Leser zum Conversion-Ziel?**
  Dein Content sollte gut lesbar sein und eine klare Struktur haben, so dass deine Besucher zu dem von dir bestimmten Call-to-Action geführt werden.

- ☐ **Wird ein einheitliches Design und Layout verwendet?**
  Sorge für ein einheitliches Erscheinungsbild. Vermeide zu viele unterschiedliche Schrifttypen, Farben und Designs.

- ☐ **Ist die Lesbarkeit des Texts auf die Zielgruppe ausgerichtet?**
  Manche Botschaften sollten einfach gehalten werden. Andere wiederum erfordern Erklär-Bedarf. Orientiere dich an Ziel und Zielgruppe wenn du festlegst, wie anspruchsvoll dein Text sein darf.

- ☐ **Ist der Text grammatikalisch korrekt und frei von Rechtschreibfehlern?**
  Fehler an dieser Stelle wirken nicht nur unprofessionell sondern werden auch von Google nicht gerne gesehen.

- ☐ **Wurde der Text um überflüssige Füllwörter, zu lange Sätze etc. bereinigt?**
  Auch diese Feinjustierungen können den Lesefluss verbessern und die Zufriedenheit deiner Besucher erhöhen. Hierzu zählen zum Beispiel auch Phrasen, Anglizismen etc.

- ☐ **Haben Meta-Title und -Description die richtige Länge und Breite?**
  Zu breite Meta-Titles und -Descriptions werden von Google abgeschnitten. Wichtige Informationen werden so vielleicht gar nicht im Snippet angezeigt. Hier kannst du deine Snippets kostenlos austesten.

- ☐ **Passen Meta-Title und -Description zum Content auf der Seite?**
  Achte darauf, dass deine Meta-Daten auch wirklich den Inhalt deiner Seite beschreiben. Irreführende Inhalte in den Meta-Daten führen zu verärgerten Besucher, einer hohen Absprungrate und einer Abstufung deiner Seite durch Google.

- ☐ **Hat die URL eine optimale Länge und verwendet möglichst wenige Parameter?**
  Halte die URL so kurz und prägnant wie möglich und verzichte auf unnötige Parameter.

Bist du auf der Suche nach einem Tool, welches dich bei der Abarbeitung der 53 Punkte unterstützt? Dann schau dir doch einfach einmal die Content Suite von PageRangers an. Wir liefern dir auf Basis verschiedener Analysen in Echtzeit alle wichtigen Informationen, die du für die Erstellungen deines perfekten SEO-Textes benötigst.
Mehr dazu erfährst du auf www.contentsuite.com.

Nachbereitung und Feinschliff

- ☐ **Sind Maßnahmen geplant um den Content zu verbreiten?**
  Damit sich dein Content verbreiten kann, musst du ihm zunächst einen manuellen Schub geben. Versuche möglichst viele Leute zum Teilen deiner Inhalte anzuregen, plane Repostings auf Social Media und gewinne wenn möglich Influencer, die deinen Content für dich bewerben. Auch ein kurzfristiger Einsatz bezahlter Maßnahmen kann eine Überlegung wert sein, um dem Content einen initialen Push zu geben.

- ☐ **Ist dein Content noch aktuell? (Regelmäßige Überprüfung)**
  "Freshness" ist ein weiterer wichtiger Punkt zur Bewertung deiner Inhalte durch Google. Definiere klare Zyklen, in welchen du deine Inhalte noch einmal überprüfst und gegebenenfalls aktualisierst. Das ist besonders bei den Seiten wichtig, die eine große Reichweite aufgebaut haben und viele Besucher bringen.

- ☐ **Kuratierst du deine Inhalte?**
  Sieh dir regelmäßig an, welcher Content das Interesse deiner Zielgruppe geweckt hat und gut performt hat. Diese Inhalte solltest du eventuell ergänzen, erneut teilen oder in anderen Formaten wie beispielsweise Videos, Podcasts etc. wiederverwerten.

- ☐ **Sind deine Inhalte für Google Discover optimiert?**
  Tausende von Menschen nutzen täglich die Discover Funktion von Google, welche dem Nutzer basierend auf seinen Interessen spannende News, aber auch ältere, interessante Artikel vorschlägt. Dies ist eine tolle Möglichkeit, um zusätzlich Sichtbarkeit aufzubauen. Am wichtigsten ist hierbei, dass du wirklich hochwertige und einzigartige Inhalte lieferst und dich an den Google Richtlinien für News orientierst.

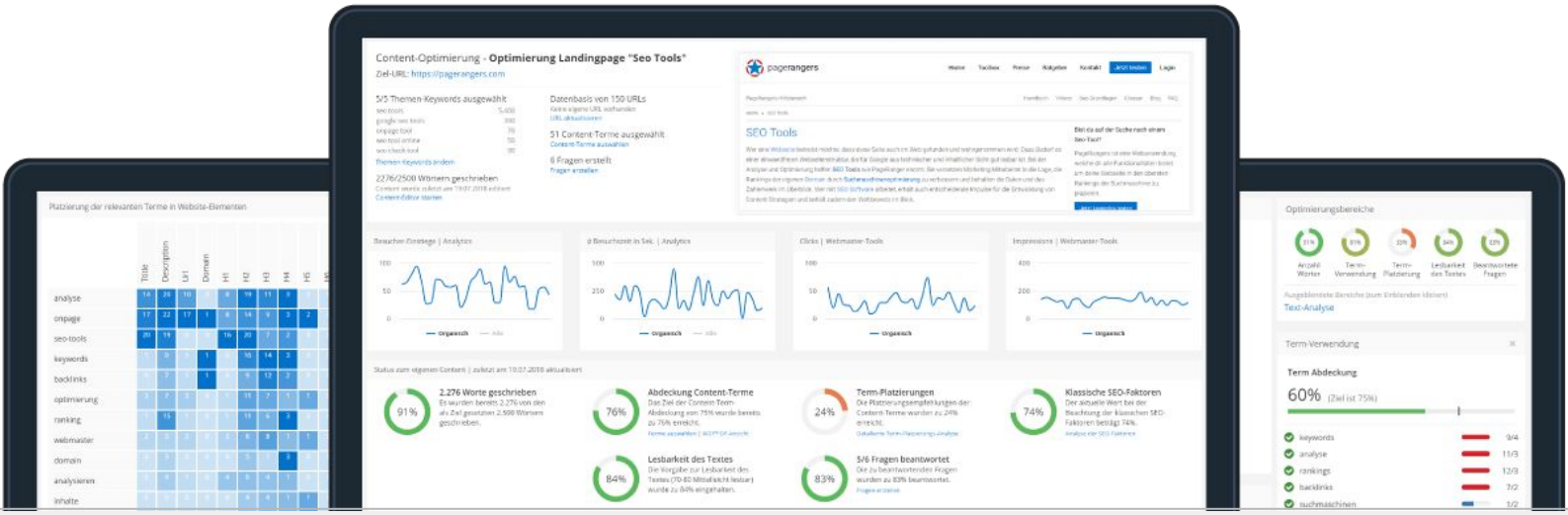
- ☐ **Ist dein Media-Mix optimiert?**
  Nicht nur Content kann zur Erreichung deiner Ziele beitragen. Identifiziere die besten Kanäle für dich und dein Angebot, finde Synergien und kombiniere die unterschiedlichen Wirkungsweisen der Kanäle für den größtmöglichen Erfolg. Orientiere dich dabei stets an den unterschiedlichen Stationen der Customer Journey, an welchen sich deine Kunden gerade befinden.

- ☐ **Bonus-Tipp: Ist dein Content-Workflow optimiert?**
  Content-Produktion kann sehr zeitaufwendig sein, daher solltest du stets überprüfen, wie du deinen Workflow weiter optimieren kannst. Ein starkes Tool, welches dich bei der Content-Produktion unterstützt und dir mühselige Recherchen und Analysen vereinfacht, kann dabei einen echten Mehrwert für dich darstellen.

Bist du auf der Suche nach einem Tool, welches dich bei der Abarbeitung der 53 Punkte unterstützt? Dann schau dir doch einfach einmal die Content Suite von PageRangers an. Wir liefern dir auf Basis verschiedener Analysen in Echtzeit alle wichtigen Informationen, die du für die Erstellungen deines perfekten SEO-Textes benötigst.
Mehr dazu erfährst du auf www.contentsuite.com.

contentsuite

Professionelle Content-Produktion



"PageRangers ist bereits seit langem unser zentrales SEO Tool. Mit der Content Suite ist eine phänomenale Erweiterung hinzugekommen, mit der wir nun auch den Bereich Content-Produktion allumfassend mit PageRangers abdecken können!"

Roland Engert | CMO

- ✓ Empfehlungen in Echtzeit
- ✓ Content-Format-Analyse
- ✓ Such-Intent-Analyse
- ✓ WDF*IDF-Analyse
- ✓ Term-Platzierung-Analyse

- ✓ Empfehlungen in Echtzeit
- ✓ Content-Format-Analyse
- ✓ Such-Intent-Analyse
- ✓ WDF*IDF-Analyse
- ✓ Term-Platzierung-Analyse

Jetzt kostenlos testen auf

contentsuite.com

PageRangers ist eine Software-Suite, die dir alle Tools bietet um deine Webseite optimal zu verwalten und für Google zu optimieren.

Für Fragen zu dieser Checkliste und, zu allen Themen rund um die Suchmaschinenoptimierung und das Tool PageRangers, nimm jederzeit gerne mit uns Kontakt auf. Wir freuen uns auf deine Anfrage:

PageRangers GmbH Widdersdorfer Str. 248-250 50933 Köln

Tel.: 0221 / 177 33340
E-Mail: info@pagerangers.com

www.pagerangers.com
www.contentsuite.com