

CONTENT-BOOSTING

SEO war gestern. Content-Boosting ist heute:
Das Power-Programm für Ihren Marketing-Erfolg

Whitepaper

Content-Boosting oder Warum Sie heute im Marketing nur erfolgreich sind, wenn Sie Mensch und Maschine erreichen ...

Kurz und knapp! Was Sie wissen sollten ...

- 1 75 % aller Kauf- und Investitionsentscheidungen werden heute über eine **Onlinesuche** vorbereitet
- 2 Suchmaschinen-Optimierung (SEO) ist damit für **jedes Unternehmen** ein Muss
- 3 Klassisches SEO hat jedoch ausgedient, denn die Optimierung für einzelne Keywords alleine führt nicht mehr zum Erfolg
- 4 Der Grund: **Google bewertet** mehr und mehr den gesamten **Content** und das tatsächliche Nutzerverhalten
- 5 Wer versucht, die Maschine zu „überlisten“, fällt erst bei den Nutzern durch – und ist anschließend im Google-Ranking unten durch
- 6 Deshalb geht es heute um den Dreiklang: **Suchen – Finden – Überzeugen!**
- 7 Dieser Dreiklang braucht Suchmaschinen-Optimierung (SEO) und Text-Optimierung (TEO) aus einer Hand
- 8 Denn Google liebt, was Menschen lieben – und Menschen lieben **Texte, die Sie verstehen** und Inhalte, die relevant sind
- 9 Was Menschen verstehen, was sie anspricht, was sie bewegt ... **ist wissenschaftlich erforscht** und messbar
- 10 Der Text-Optimizer (TEO) nutzt diese Erkenntnisse und **analysiert Texte und Content-Elemente** – exakt und nachvollziehbar
- 11 So entsteht die Basis für ein funktionierendes Qualitätsmanagement ...
- 12 ... und für ein Content-Marketing, dass aus Suchenden, Interessenten macht und **aus Interessenten Käufer.**

Deutlich mehr Traffic, deutlich höhere Umwandlung.
Deshalb SEO und TEO aus einer Hand. Deshalb Content-Boosting.

Inhalt

Warum Keyword-Optimierung alleine heute nicht mehr reicht	5
Wer nur an Algorithmen denkt, verschenkt Besucher und Erfolg	6
Wie aus Google-Kriterien Mehrwerte für Nutzer werden	7
SEO liefert Keywords, Content-Boosting liefert den Wortschatz	8
Content-Boosting setzt Ihren Texten die Kundenbrille auf	9
Exklusiv: Die Content-Boosting Maximal-Quote. Die feste Größe für Ihren Erfolg.	10
Einfach testen! Der Content-Boosting -Quick-Check	11
Die Initiatoren: Jörn Winter und Wolfgang Jung	12

Content-Boosting

Denn SEO alleine war
gestern!

Suchen, finden, überzeugen! Das sind die Erfolgs-Komponenten des modernen Online-Marketing. Die klassische Suchmaschinen-Optimierung (SEO) alleine reicht dafür längstens nicht mehr aus. Denn Google liebt, was Menschen lieben. Und Menschen lieben Texte, die sie schnell verstehen und Inhalte, die relevant sind.

Deshalb heißt die Erfolgskombination: SEO plus TEO. Oder anders ausgedrückt: Texte, die Mensch und Maschine überzeugen. Mit Content-Boosting bieten wir Ihnen jetzt alle Tools aus einer Hand – für berechenbar mehr Erfolg.

Warum Keyword-Optimierung alleine heute nicht mehr reicht

Es gab einmal eine Zeit, da war das Internet ein Spielfeld für IT-Experten ... doch diese Zeit ist lange vorbei. Denn heute ist das Web tief in unserem Alltag verwurzelt. So tief, dass es längstens nicht mehr reicht, eine schöne Website zu haben und darauf zu hoffen, dass die Zielgruppe sie bei Bedarf findet. Heute heißt es: Tue alles dafür, um gefunden zu werden UND mit relevanten Inhalten zu überzeugen. Doch die wenigsten wissen, was das bedeutet, geschweige denn was dafür notwendig ist.



Gefunden werden heißt: mehr als 100 Kriterien pro Seite erfüllen

In den vergangenen Jahren hat sich der Suchmaschinenmarkt ständig verändert. Nur eines ist beim Alten geblieben: Google dominiert mit über 90% Anteil den Markt in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Google gibt also die Parameter für Suchmaschinen-Optimierung (SEO) im deutschsprachigen Raum vor.

Zu Beginn reichte es aus, ein paar Keywords an den geeigneten Stellen der Seite zu platzieren, um gefunden zu werden. Heute ist fast eine eigene Wissenschaft daraus geworden. Google bewertet beispielsweise mehr als 100 Kriterien pro Seite, die in den Index aufgenommen wird. Die Auswertung von Wettbewerbsdaten, die Berücksichtigung von Shop-Artikeln und die Einbeziehung von Geo-Daten machen die Ergebnisermittlung endgültig zu einem hoch komplexen Prozess. Diesen Prozess nicht zu beherrschen ist gefährlich und kostet Geld.

Wer nicht weiß, wie man seriös und nachhaltig die richtigen Methoden einsetzt, um gefunden zu werden, ist nicht sichtbar und verliert Kunden und Umsatz – jeden Tag.

Wer nur an Algorithmen denkt, verschenkt Besucher und Erfolg

So komplex der Prozess im Einzelnen ist, so einfach ist die Basis der Bewertung: Suchmaschinen lieben, was Menschen lieben: guten Content. Für gute Rankings sind somit gute Inhalte auf den jeweiligen Zielseiten (Landingpages) wichtig. Das bedeutet: Sie müssen Besucher direkt dort überzeugen, wo sie landen wenn sie auf einen Suchtreffer klicken. Es ist Ihre Aufgabe sie zu interessieren, zu binden und weiter zu führen. Das können Sie jedoch nur mit den richtigen Inhalten und der richtigen Ansprache. Guter Text ist somit das Geheimnis von erfolgreichem „Content-Marketing“.

**Kein Erfolg ohne gutes Content-Marketing.
Kein gutes Content-Marketing ohne guten Text!**

Was dahinter steckt: Google orientiert sich immer mehr an den Wünschen der Kunden. Gute Seiten, also Seiten die schnell laden und auf denen die Besucher gerne und lange bleiben, werden besser gelistet, erhalten bessere Rankings, sind sichtbarer und damit erfolgreicher. Das hat weit reichende Konsequenzen für eine zeitgemäße SEO-Strategie. Denn: Wer heute nur auf die Erfüllung der Ranking-kriterien achtet, aber nicht an die Inhalte denkt, verschenkt wichtige Potentiale. Interessenten gelangen zwar auf diese Seiten, verlassen sie aber zu einem hohen Prozentsatz sofort wieder, weil die Inhalte nicht überzeugen.

Gefunden zu werden ist nur der Anfang. Suchende zu interessieren, sie zu überzeugen und sie langfristig zu binden, ist das eigentliche Ziel. Deshalb ist die Kombination aus SEO-optimierten und perfekt abgestimmten Inhalten so wichtig. Heute wichtiger denn je! Genau dafür haben wir „Content-Boosting“ ins Leben gerufen.



Wie aus Google-Kriterien Mehrwerte für Nutzer werden

Google beherrscht den deutschsprachigen Suchmaschinenmarkt (D/A/CH) wie kein anderes Unternehmen. Während sich in allen vergleichbaren Industrienationen weitere Anbieter Marktanteile gesichert haben, gelten im „D/A/CH-Sprachraum“ nur die Google-Gesetze. Jeder, der gute Platzierungen in Suchmaschinen will, muss sich dieser Realität stellen. Entsprechend sind die Kriterien, die Google für sein Ranking verwendet, von größter Bedeutung.



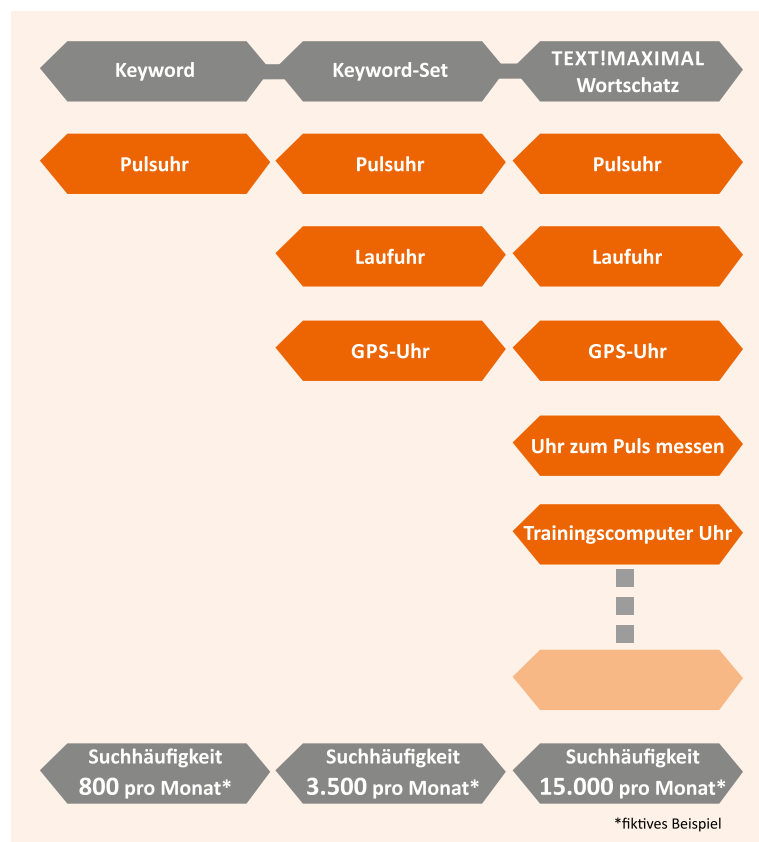
Die Maschine wird zusehends menschlich

Der entscheidende Unterschied zu früher: Google entfernt sich immer mehr von der reinen und oftmals mechanischen Kriterien-Beurteilung hin zur semantischen Bewertung. Die Bedeutung der sogenannten „Ein-Wort-Suche“ nimmt stetig ab. Heute geht es darum Such-Terminologien, die oft in Phrasen oder ganzen Sätzen formuliert werden, perfekt zu verstehen, zu interpretieren und dadurch optimale Suchergebnisse auszuliefern. Denn optimale Ergebnisse sind – zweifelsohne – der Anspruch von Google. Und diese Ergebnisse hängen entscheidend davon ab, welche Inhalte wir bieten und wie wir diese Inhalte strukturieren.

SEO liefert Keywords, Content-Boosting liefert den Wortschatz

Auch heute bilden Keywords eine wichtige Säule der OnPage-Optimierung. Allerdings genügt es nicht mehr, wichtige Schlüsselbegriffe unstrukturiert auf der Seite zu platzieren. Der Kontext der Begriffe, also das Umfeld, wird genau analysiert und ausgewertet. Das bedeutet: Je einfacher, verständlicher und themenbezogener ein Text auf einer Seite ist, umso höher wird er bewertet.

Durch die Weiterentwicklung des Suchalgorithmus, zum Beispiel durch die Vorschläge die Google den Nutzern schon beim Suchen macht, gewinnen semantische Suchausdrücke deutlich an Gewicht. Generische „Ein-Wort-Begriffe“ verlieren im gleichen Maß an Bedeutung. Es reicht also nicht mehr, nur auf einzelne Suchbegriffe zu optimieren. Es geht um Content, der Ihre Besucher und Google gleichermaßen überzeugt und animiert. Die Aufgabe lautet: Positive Nutzererfahrungen (UX) und maximale Suchmaschinenunterstützung zu kombinieren. Nur dann sind Ihre Texte echte Conversion-Beschleuniger.



*Wer einzelne Keywords optimiert, verschenkt Potenzial.
Entscheidend ist der SEO-relevante Wortschatz.*

Content-Boosting setzt Ihren Texten die Kundenbrille auf

Guter Text, schlechter Text? Texte werden gewöhnlich nach Geschmack beurteilt. Bei der Erstellung von erfolgreichen Texten nach dem **Content-Boosting**-Prinzip geht es jedoch nicht um Geschmack. Es geht um messbare Parameter, um nachvollziehbare Kriterien mit denen wir beurteilen können ob der Content einfach und eingängig oder schwer verdaulich und damit abschreckend ist.

SEO mit TEO sorgt für messbare bessere Texte

Damit das gelingt, sollte sich jedes Unternehmen schon beim Verfassen der Texte die Leserbrille aufsetzen. Speziell zu diesem Zweck wurde der Text-Optimizer (TEO) entwickelt. Er prüft mit insgesamt sechs wissenschaftlichen Formeln, ob die Texte unter anderem den harten Anforderungen des Online-Kanals genügen. Zum Beispiel: Ob sie kurz, aber nicht abgehackt sind. Ob sie den Leser ansprechen oder nur feststellen. Ob sie ihn führen und aktivieren oder nur informieren. Alles kein Zufall und vor allem: keine Frage des Geschmacks.

So überzeugen Sie Mensch und Maschine

TEO ermittelt dafür klare Erfolgsquoten. Sie setzen sich aus den vier Kriterien Verständlichkeit, Bildhaftigkeit, persönliche Ansprache und Impulskraft zusammen. Alle Kriterien werden einzeln bewertet und bieten Marken und Unternehmen somit die Chance etwas zu tun, was in Zeiten von Content-Marketing unabdingbar ist: nämlich ein strukturiertes Qualitäts-Management für ihre Texte und Content-Elemente zu etablieren.

Dabei nutzt TEO alle relevanten Keyword-Umfelder und den **Content-Boosting**-Wortschatz und bringt so Mensch und Maschine zusammen.



Exklusiv: Die Content-Boosting-Maximalquote. Die feste Größe für Ihren Erfolg.

Content-Boosting ist mit klaren Zielen verbunden:

- Eine Top-Five-Platzierung in der Suchmaschine
- Bis zu 80 % mehr Traffic auf der Zielseite
- Deutlich höhere Konversionsraten und
- Besucher, die sich abgeholt und gut beraten fühlen

Das sind keine fiktiven Szenarien, sondern realistische Werte die bereits in Projekten erreicht wurden. Dazu müssen SEO und TEO jedoch perfekt aufeinander abgestimmt werden und auf hohem Niveau zusammenspielen. Keywordhäufigkeit, Titeltags, WDF- /IDF-Analyse ... Verständlichkeitswert, Bildhaftigkeit, Impulskraft ... wer seine Hausaufgaben macht, wird nicht nur von Google belohnt, sondern wichtiger noch: Von seinen Kunden.

Ihr Benchmark:
**mehr als
80 % CBMQ**

Der entscheidende Gradmesser dafür ist die sogenannte **Content-Boosting-Maximalquote (CBMQ)**. Wer alle relevanten Parameter auf über 80% STMQ optimiert, der schafft den magischen Dreiklang, auf den es heute ankommt: **suchen – finden – überzeugen.**

Jetzt testen!

Der SEO/TEO-Quick-Check

für nur **1.290,- €**

Sie wollen wissen, was Ihnen **Content-Boosting** bringt? Machen Sie jetzt den Test! Der Quick-Check ist eine erste, aussagefähige Stichproben-Analyse, die Ihnen bereits wertvolle Erkenntnisse liefert.

- Erste Analyse der **trafficstärksten Keywords** für Ihre Site
- Analyse der Keywords im Kontext u. a. nach dem **WDF/IDF-Verfahren**
- Überprüfung **Onpage- und Nutzerführung**: URL-Struktur, Usability, interne Links u.v.m.
- **Offpage-Analyse**: Linkermittlung und Backlinkstrategie
- Analyse des Contents/der Texte nach **wissenschaftlichen Kriterien**
- Ermittlung der **Index-Werte** für Verständlichkeit, Bildhaftigkeit, persönliche Ansprache und Impulskraft (Online-Readability)
- Bewertung der **Nutzen-Orientierung** und der **Nutzerführung** (User Experience)
- Ermittlung der **Content-Boosting-Maximalquote (CBMQ)**

Sie erhalten die Ergebnisse als Kurz-Report, den wir in Ihrem Haus vorstellen. So legen Sie die Basis für die Entwicklung einer erfolgreichen Content-Strategie. Überzeugen Sie sich selbst.

Alle Informationen erhalten Sie unter www.content-boosting.de

»Bei SEO und TEO geht es nicht um Geschmack, sondern um messbaren Erfolg. Und den liefern wir, auf Basis klarer Kriterien. Es war nie einfacher, erfolgsorientiert zu kommunizieren.«

Jörn Winter ist Text-Spezialist und hat mit dem Text-Optimizer (TEO) ein innovatives Tool für messbar mehr Erfolg entwickelt.

Jörn Winter und Wolfgang Jung haben gemeinsam **Content-Boosting** ins Leben gerufen. Eine Initiative zur gezielten Content- und Conversion-Optimierung.

»SEO war gestern. Nur wer Kunden versteht und ihnen Online wie Offline optimalen Content anbietet, wird künftig erfolgreich sein. Wir bieten ein einzigartiges Produkt und zeigen Ihnen gerne, welche Potentiale Ihr Projekt hat.«

Wolfgang Jung ist Spezialist für Suchmaschinen-Optimierung (SEO) und für den Aufbau nutzerorientierter Websites.