



**Ihre Website muss gewisse
Qualitätsmerkmale erfüllen,
damit Sie hohe Rankings auf den
Ergebnisseiten erzielen.**

Suchmaschinenoptimierung, oder englisch **search engine optimization (SEO)**, bezeichnet Maßnahmen, die dazu dienen, dass Ihre Website und Ihre Inhalte in der organischen Suche auf den vorderen Plätzen erscheinen.

= Mehr Besucher auf Ihrer Website!

**„SEO ist ein Marathon,
kein 100m Sprint!“**

Matt Cutts

**Suchmaschinenoptimierung
ist ein Prozess der Arbeit,
Kontrolle und Zeit erfordert!**

**SEO hat nichts mit
Programmieren zu tun!**

**Google hat einen Algorithmus,
der mehr als 200 verschiedene Faktoren
in die Berechnung eines Rankings,
in unterschiedlicher Gewichtung, einbezieht.
Diese verändern sich laufend!**

Google bevorzugt Websites mit responsive Design und kennzeichnet diese auch bei den Suchergebnissen!

PageSpeed Insights von Google



Mobil



Desktop

Poor

22 / 100

Diese Seite ist nicht optimiert, was die Nutzung wahrscheinlich verlangsamt. Priorisieren Sie bitte die Empfehlungen unten und wenden Sie an.

! Mögliche Optimierungen

Bilder optimieren

▶ [Fehlerbehebung anzeigen](#)

Komprimierung aktivieren

▶ [Fehlerbehebung anzeigen](#)

JavaScript- und CSS-Ressourcen, die das Rendering blockieren, in Inhalten "above the fold" (ohne Scrollen sichtbar) beseitigen

▶ [Fehlerbehebung anzeigen](#)

Browser-Caching nutzen

▶ [Fehlerbehebung anzeigen](#)

HTML reduzieren

▶ [Fehlerbehebung anzeigen](#)

Antwortzeit des Servers reduzieren

▶ [Fehlerbehebung anzeigen](#)

CSS reduzieren

PageSpeed Insights von Google



Mobil



Desktop

Poor

25 / 100

Diese Seite ist nicht optimiert, was die Nutzung wahrscheinlich verlangsamt. Priorisieren Sie bitte die Empfehlungen unten und wenden Sie an.

! Mögliche Optimierungen

Bilder optimieren

▶ [Fehlerbehebung anzeigen](#)

Komprimierung aktivieren

▶ [Fehlerbehebung anzeigen](#)

JavaScript- und CSS-Ressourcen, die das Rendering blockieren, in Inhalten "above the fold" (ohne Scrollen sichtbar) beseitigen

▶ [Fehlerbehebung anzeigen](#)

Sichtbare Inhalte priorisieren

▶ [Fehlerbehebung anzeigen](#)

Browser-Caching nutzen

▶ [Fehlerbehebung anzeigen](#)

HTML reduzieren

▶ [Fehlerbehebung anzeigen](#)

PageSpeed Insights von Google



Mobil



Desktop

Good

90 / 100

Gut gemacht. Auf dieser Seite werden die meisten Best Practices zur Leistung umgesetzt, sodass eine gute Nutzererfahrung gewährleistet sein sollte.

! Mögliche Optimierungen

Antwortzeit des Servers reduzieren

▶ [Fehlerbehebung anzeigen](#)

Browser-Caching nutzen

▶ [Fehlerbehebung anzeigen](#)

✓ Gefundene Optimierungen

▶ [Details anzeigen](#)

** Die Ergebnisse werden 30 Sekunden lang im Cache gespeichert. Wenn Sie Änderungen an Ihrer Seite vornehmen, warten Sie 30 Sekunden, bevor Sie den Test erneut durchführen.*

** Mit diesem Test wird überprüft, ob auf einer Seite gängige Best Practices zur Leistung umgesetzt werden. Eine hohe Punktzahl weist auf eine gute Nutzererfahrung hin, ist jedoch keine Garantie dafür. [Weitere Informationen](#).*

PageSpeed Insights von Google



Mobil



Desktop

Good

94 / 100

Gut gemacht. Auf dieser Seite werden die meisten Best Practices zur Leistung umgesetzt, sodass eine gute Nutzererfahrung gewährleistet sein sollte.

! Mögliche Optimierungen

Antwortzeit des Servers reduzieren

▶ [Fehlerbehebung anzeigen](#)

Browser-Caching nutzen

▶ [Fehlerbehebung anzeigen](#)

✓ Gefundene Optimierungen

▶ [Details anzeigen](#)

* Die Ergebnisse werden 30 Sekunden lang im Cache gespeichert. Wenn Sie Änderungen an Ihrer Seite vornehmen, warten Sie 30 Sekunden, bevor Sie den Test erneut durchführen.

* Mit diesem Test wird überprüft, ob auf einer Seite gängige Best Practices zur Leistung umgesetzt werden. Eine hohe Punktzahl weist auf eine gute Nutzererfahrung hin, ist jedoch keine Garantie dafür. [Weitere Informationen](#).

Es gibt zwei Möglichkeiten Besucher auf die eigene Website zu bringen:

1.) bezahlte Werbung – zahlt für jeden Besucher
(z.B. Google AdWords)

2.) kostenloser Traffic – organisches Ranking
Reihenfolge in der Standard-Suche von Suchmaschinen

SEO lässt sich grob in zwei Bereiche unterteilen:

1.) On-Page-Optimierung

alle Maßnahmen werden auf der Website vorgenommen

2.) Off-Page-Optimierung

alle Maßnahmen die außerhalb der Website ergriffen werden

Planen Sie Ihre Website! Es spart im nachhinein viel Zeit.

- Seitenstruktur Ihrer Website (Organigramm)
- Inhaltskonzept – Welche Inhalte auf welcher Seite
 - Navigationskonzept (Haupt-/Subnavigation)
 - grafisches Grundkonzept

On-Page-Optimierung

■ Verwenden Sie leicht zu merkende Domainnamen

- am besten ist der **Titel der Seite** identisch mit der **Domain**.
- **Keyword-Domains** genießen bei Google noch immer einen kleinen Vertrauensbonus.
- Das **Alter eine Domain** hat auch heute noch einen gewissen Einfluss auf die Wertung/Ranking bei Google.
Eine Domain, die schon lange Jahre besteht, zeigt Google eine gewisse Stabilität und Zuverlässigkeit.

On-Page-Optimierung

■ Klartext-URLs verwenden

Eine URL (Uniform Resource Locator) besteht aus der Domain und einem sogenannten Permalink, der an die Domain – mit einem Schrägstrich – angehängt wird.

→ **www.meinedomain.at/name-der-unterseite**

→ thematische Einordnung

Verwenden Sie **keine** kryptischen Kombinationen aus Buchstaben, Zahlen und Satzzeichen

→ **www.meinedomain.at/id=p123?**

Solche URLs sind ungeeignet für eine gute Suchmaschinen-optimierung.

On-Page-Optimierung

- **Eine Seite, ein Keyword = Hauptkeyword**

Eine Seite immer nur für **ein Keyword** optimieren.

Hauptkeyword muss ausreichend oft im Text der Seite auftauchen, damit die Keyword-Dichte passt (abhängig von Textlänge).

- **Hauptkeywords „fett“ oder „kursiv“ markieren**

Die Crawler der Suchmaschinen legen ein erhöhtes Augenmerk auf Wörter oder Textabschnitte, die **kursiv oder fett markiert sind**.

Mit der Auszeichnung teilen Sie Google mit, welche Wörter/Textabschnitte besonders wichtig sind.

- Dashboard
- Nachrichten
- Darstellung in der Suche ?
- ▾ Suchanfragen
 - Suchanalyse**
 - Links zu Ihrer Website
 - Interne Links
 - Manuelle Maßnahmen
 - Internationale Ausrichtung
 - Nutzerfreundlichkeit auf Mobilgeräten
- Google-Index
- Crawling
- Sicherheitsprobleme
- Web Tools

Suchanalyse

Analysieren Sie Ihr Abschneiden in der Google-Suche. Filtern und vergleichen Sie Ihre Ergebnisse, um das Suchverhalten der Nutzer besser interpretieren zu können. [Weitere Informationen](#)

Klicks
 Impressionen
 Klickrate
 Position

Suchanfragen
 Seiten
 Länder
 Geräte
 Suchtyp
 Zeiträume

Kein Filter ▾
 Kein Filter ▾
Kein Filter ▾
Kein Filter ▾
Web ▾
Letzte 28 Tage ▾

Klicks insgesamt

1.290

Klicks



	Suchanfragen	Klicks▼
1	hairhunter graz ↗	323 »
2	hairhunter ↗	120 »
3	friseur graz ↗	53 »
4	hairhunter weiz ↗	45 »
5	hairhunter graz preise ↗	24 »
6	friseur zinzendorf-gasse ↗	21 »
7	friseur graz billig ↗	18 »
8	hairhunter zinzendorf-gasse ↗	17 »
9	hair hunter ↗	17 »
10	hairhunter südtirolerplatz ↗	16 »

On-Page-Optimierung


■ Einzigartige Titel für jede Seite

Vergeben Sie für jede Seite einen einzigartigen Titel. Dieser ist für Google sehr wichtig und ist das erste, was der User im Suchergebnis liest. Im Titel sollte deshalb auf jeden Fall das **Hauptkeyword** vorkommen und das möglichst weit vorne.

■ Individuelle Meta-Beschreibung – Site-Description

Bringen Sie mit einem kurzen und knackigen Text den Inhalt der Seite auf den Punkt = Description (150 Zeichen). Auch hier ist es von Vorteil die entsprechenden Keywords ein-, zweimal zu verwenden.

SERP (Search Engine Result Page)

green panther 

[Alle](#) [Bilder](#) [Maps](#) [Shopping](#) [Videos](#) [Mehr](#) [Einstellungen](#) [Tools](#)

Ungefähr 1 770 000 Ergebnisse (0,38 Sekunden)

Green Panther - Landespreis für kreative Kommunikation
greenpanther.at/ ▼
Green Panther - Landespreis für kreative Kommunikation der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation in der Wirtschaftskammer Steiermark.
Du hast diese Seite oft aufgerufen. Letzter Besuch: 04.02.16

Young Creatives Panther
Young Creatives Panther. Der schnellste Filmpreis Österreichs ...

Kontakt
Kontakt zur Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation in der ...

Wettbewerbsregeln Green ...
Wettbewerbsregeln und allgemeine Informationen zum ...

FAQ Einreichung Green Panther
Hier beantworten wir häufig gestellte Fragen zum Green ...

[Weitere Ergebnisse von greenpanther.at »](#)

Green Panther - Startseite | Facebook
<https://de-de.facebook.com> › [Orte](#) › [Graz](#) › [Event](#) ▼
★★★★★ Bewertung: 5 - 6 Abstimmungsergebnisse
Green Panther, Graz. Gefällt 1.427 Mal. **Green Panther** Landespreis für kreative Kommunikation in der Steiermark.

← Snippet

Quelltext einer Website

```
1 <!DOCTYPE html>
2 <!--[if IE 7]><html class="ie ie7 ltie8 ltie9" lang="de-DE"><![endif]-->
3 <!--[if IE 8]><html class="ie ie8 ltie9" lang="de-DE"><![endif]-->
4 <!--[if !(IE 7) | !(IE 8) ]><!-->
5 <html lang="de-DE">
6 <!--<![endif]-->
7
8 <head>
9     <meta charset="UTF-8" />
10
11 <!-- Diese Seite wurde SEO-optimiert von wpSEO / https://wpseo.de -->
12 <title>Green Panther - Landespreis für kreative Kommunikation</title>
13 <meta name="description" content="Green Panther - Landespreis für kreative Kommunikation der Fachgruppe Werbe
14 <meta name="news_keywords" content="Green Panther, Landespreis, Fachgruppe, Werbung, Marktkommunikation" />
15 <meta name="robots" content="index, follow" />
16
17     <meta name="viewport" content="initial-scale=1.0" />
18     <link rel="pingback" href="http://greenpanther.at/xmlrpc.php" />
19     <link rel='dns-prefetch' href='//fonts.googleapis.com' />
20 <link rel='dns-prefetch' href='//s.w.org' />
21 <link rel="alternate" type="application/rss+xml" title="Green Panther - Landespreis für kreative Kommunikati
22 <link rel="alternate" type="application/rss+xml" title="Green Panther - Landespreis für kreative Kommunikati
23 <link rel="alternate" type="application/rss+xml" title="Green Panther - Landespreis für kreative Kommunikati
24     <script type="text/javascript">
25         window._wpemojiSettings = {"baseUrl":"https:\\\\s.w.org\\images\\core\\emoji\\2.3\\72x72\\","ext"
26         !function(a,b,c){function d(a){var b,c,d,e,f=String.fromCharCode;if(!k||!k.fillText)return!1;swit
27     </script>
28     <style type="text/css">
29 img.wp-smiley,
30 img.emoji {
31     display: inline !important;
32     border: none !important;
33     box-shadow: none !important;
34     height: 1em !important;
35     width: 1em !important;
```

On-Page-Optimierung

■ Textlänge – Qualität und Quantität

Beim Planen und Erstellen von Inhalten kommt es neben Qualität auch auf Quantität an. Ihre Texte müssen eine gewisse Länge haben. Texte mit 400 bis 500 Zeichen sind optimal um den Suchrobotern ausreichenden Inhalt zu geben um Ihre Seite vernünftig einzuordnen.

Achtung! *Grafikdateien mit Text können nicht gelesen werden.*

■ Einzigartige und fesselnde Inhalte

...sind der Grundstock guter SEO. Gute, auf Ihre Zielgruppe abgestimmte Inhalte sorgen für längere Verweildauer auf der Website.

On-Page-Optimierung

■ H-Überschriften (H-Tags) richtig einsetzen

Achten Sie darauf, dass die H-Überschriften SEO-konform eingesetzt werden. Es gibt insgesamt **sechs H-Überschriften**, von denen die H1-Überschrift die höchste Wertigkeit hat und die H6-Überschrift entsprechend die niedrigste.

Der Google-Algorithmus gibt diesen Überschriften eine hohe Gewichtung. Das Thema der Website sollte in diesen Überschriften deutlich werden. **Pro Seite nur einen H1-Tag verwenden.**

Es empfiehlt sich in den H-Überschriften dosiert Keywords einzusetzen.

On-Page-Optimierung

■ Texte abwechslungsreich gestalten

Google sieht es gerne, wenn Ihre Inhalte abwechslungsreich gestaltet werden. Dadurch wird Ihr Inhalt übersichtlich und bringt Inhalte schnell auf den Punkt.

- Hervorhebungen
- Listen oder Aufzählungen
- Bilder im Text
- H1 – H2 – H3 – H3 – H4 – H4 – H2 – H3 – H4 – H4

On-Page-Optimierung

■ Die Wichtigkeit des ersten Absatzes

Besonderen Wert bei der On-Page-Optimierung legt Google auf den **ersten Absatz** der Website. Dieser sollte sehr genau auf die Bedürfnisse von Google abgestimmt sein.

Dazu gehört zum Beispiel, dass in den ersten 100 Wörtern Ihr Keyword einmal oder mehrmals verwendet wird. In Verbindung mit einer guten H1-Überschrift setzt das eindeutige Signale.

Google möchte so schnell wie möglich erkennen, worum es auf der Website geht.

On-Page-Optimierung

■ Interne Verlinkungen auf Ihrer Website

Verlinken Sie die einzelnen Seiten Ihrer Website miteinander. Damit **vernetzen Sie die Inhalte Ihrer Seite** und Google kann diese besser einordnen und vollständig indexieren.

Damit teilen Sie den Crawlern mit, welche Unterseiten Ihrer Website besondere Wichtigkeit haben. Durch eine clevere Verlinkung sorgen Sie dafür, dass der einzelne Besucher mehrere Seiten Ihrer Website anschaut und somit mehr Zeit auf Ihrer Website verbringt.

—> Google wertet die **Verweildauer auf einer Website** als starken Indikator wie relevant eine Seite zu einem Thema ist.

On-Page-Optimierung

■ **Regelmäßig Inhalte veröffentlichen**

Frischer und aktueller Inhalt bringt Interessenten immer wieder auf die Website zurück. Wenn Sie einen Grundcontent bereits angelegt haben, dann füllen Sie Ihre Website mit für den User relevanten Inhalten, in Form von Blogbeiträgen (Inhalte mit Zeitbezug).

Google wertet die Dynamik und die Aktualität einer Website sehr stark.

On-Page-Optimierung

■ Keyword-Dichte

Der Einsatz des persönlich gewählten Keywords ist **elementar für eine vernünftige On-Page-Optimierung**. Achten Sie darauf, dass die Keyword-Dichte nicht zu hoch ist. Google bewertet dies als Überoptimierung und vewehrt dadurch ein Spitzenranking.

—> Finden Sie eine gute Balance zwischen Textlänge und Keyword.

—> Eine Keyword-Dichte von 2 bis 4 Prozent ist optimal.

Achtung! Lassen Sie sich niemals auf **Black Hat SEO** ein!

On-Page-Optimierung

■ **Keyword-Phrasen oder Longtail-Keywords**

Inwieweit eine Chance besteht zu einem Keyword in den SERPs von Google und Co. ganz oben zu ranken, hängt neben der eigenen Optimierung auch davon ab, wie gut andere Websites optimiert sind.

→ Analysieren Sie daher auch Ihre Konkurrenz!

Für kleine Seiten ist es, bei hart umkämpften Keywords, oft schwierig ganz vorne zu ranken.

Legen Sie daher ihr Augenmerk auf Longtail-Keywords.

Diese haben nicht so hohe Suchvolumina wie starke „Money-Keywords“. Dadurch sind diese wesentlich attraktiver.

On-Page-Optimierung

■ **Keywords im Dateinamen von Bildern**

Durch Bilder erreicht man die Aufmerksamkeit vieler Menschen oft schneller. Mit entsprechenden Dateinamen erscheinen diese auch bei der Bildersuche von Google.

■ **ALT-Attribut verwenden**

Vergeben Sie jedem Bild ein ALT-Attribut. Kurze Beschreibung, inklusive Keyword, welche das Bild beschreibt.

Google kann Bilder nur anhand des Textes/Codes analysieren und den Inhalt des Bildes nur anhand der Beschreibung erkennen.

On-Page-Optimierung

■ Dateigröße von Bildern

- **Ladezeit der Website** ist heute mehr denn je ein wichtiger Ranking-Faktor.
- Planen Sie Ihre Website. In **welcher Größe** werden die Bilder auf Ihrer Website dargestellt → z.B. 1024 x 768 px.
- Optimierung der Bilder mit einem Bildbearbeitungsprogramm.




● Lesbarkeit ● Werbeagentur ● Graz x + Schlagwort hinzufügen

👁 Snippet Vorschau ?

Werbeagentur Morre » Graz, Raaba, Steiermark // Full-Service-Agentur

<https://agenturmorre.at/> ▼

Werbeagentur für klassische Werbung in Graz, Logoentwicklung, Kreativität in Design, Grafik und Text, responsive Webdesign, Kommunikationslösungen



🔍 Fokus-Keyword ?

Dieser Beitrag ist [Cornerstone Content](#)

☰ Analyse ?

- Es gibt keine internen Links auf dieser Seite. Überlege dir, geeignete hinzuzufügen.
- Diese Seite hat keine ausgehenden Links; füge ggf. welche hinzu.
- Das Fokus-Keyword taucht im ersten Absatz auf.
- Die Keyword-Dichte beträgt 1.6%, was toll ist. Das Fokus-Keyword wurde 8 mal gefunden.
- Die Meta-Beschreibung enthält das Fokus-Keyword.
- Die Länge der Meta-Description ist ausreichend.
- Das Fokus-Keyword kommt lediglich in 3 (von 13) Zwischenüberschriften in dieser Kopie vor. Versuche welche in mindestens einer Zwischenüberschrift hinzuzufügen.
- Die Bilder auf dieser Seite enthalten ALT-Attribute mit dem Fokus-Keyword.
- Der Text enthält 492 Wörter. Dies ist mehr als oder exakt gleich dem empfohlenen Minimum von 300 Wörtern.

On-Page-Optimierung

■ Auffindbarkeit überprüfen

Stellen Sie sicher das Ihre Website von den „**Crawlern**“ gefunden wird und in den Suchindex aufgenommen wird.

Mit Hilfe von „**Add-Url**“ und der „**Search Console**“ können Sie den Crawlern neue Inhalte mitteilen und kommen somit schneller zur Indexierung.

- <https://www.google.com/webmasters/tools/submit-url>
- <https://www.google.com/webmasters/tools/home>

Off-Page-Optimierung

Off-Page-Optimierung

■ Bauen Sie Backlinks auf

Off-Page Optimierung besteht zum größten Teil aus dem Aufbau von Backlinks. Backlinks sind **Links** die **von anderen Websites** auf die eigene führen und wichtig für das Ranking einer Website.

→ Ein Backlink ist eine **Empfehlung Dritter** für Ihre Website

→ je mehr Empfehlungen desto höher die **Reputation** bei Google

Off-Page-Optimierung

■ Authority-Sites verlinken

Verlinken Sie Ihre Website mit **großen, themenrelevanten Websites**, die bei Google ein hohes Ansehen genießen, z.B. Wikipedia.

Auch ausgehende Links können ein positives Signal an Google senden.

■ Sitemap anlegen

Um es Google leichter zu machen Ihre gesamte Website zu indexieren und zu ranken, empfiehlt es sich eine Sitemap anzulegen.

Die Sitemap speichert eine Seitenstruktur, die bei der Aufnahme in den Google-Index einen Geschwindigkeitsvorteil bedeuten kann.

Off-Page-Optimierung

■ Nachfrage recherchieren

Recherchieren Sie die Nachfrage von Keywords und werten Sie diese aus. Ein hilfreiches Tool dabei ist der Google Keyword-Planner.

■ PPC-Traffic (Pay per Click)

Gute Rankings in den organischen Suchergebnissen aufzubauen dauert seine Zeit. Um mit Ihren Angeboten prominent platziert zu werden, generieren Sie Besucher über bezahlten Traffic.

—> Google-ADwords

wko steiermark



Alle Bilder Maps News Videos Mehr Einstellungen Tools

Ungefähr 345 000 Ergebnisse (0,71 Sekunden)



Hinweise zum Datenschutz bei Google

SPÄTER ERINNERN

ANSEHEN

Regionalstellen Steiermark - WKO.at

<https://www.wko.at/service/stmk/regionalstellen/regionalstellen-steiermark.html>

Wann immer Sie den persönlichen Kontakt zu uns brauchen, die Regionalstellen sind für Sie da. Denn sie sind das Forum für die Gemeinschaft der ...

WKO.at das Portal der Wirtschaftskammern - Service - WKO.at

<https://www.wko.at/>

Serviceangebote und Brancheninformationen für österreichische Unternehmen.
WKO - Firmen AZ · Wirtschaftskammer Wien · Gewerbeanmeldung · Förderungen

Graz - WKO.at

<https://www.wko.at/service/stmk/regionalstellen/graz.html>

Unsere Öffnungszeiten: Wir stehen Ihnen von Montag bis Freitag von 8 - 16 Uhr gerne zur Verfügung. Für ein ausführliches Beratungsgespräch bitten wir Sie, ...

Wirtschaftskammer Steiermark - Kontakt - WKO.at

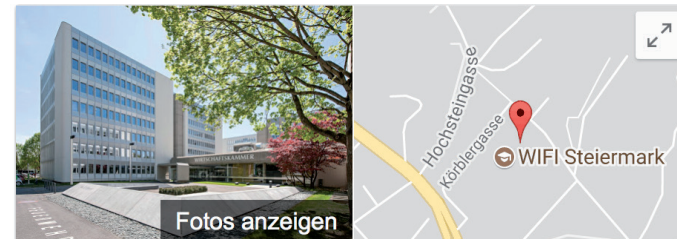
<https://www.wko.at/service/stmk/kontakt.html>

Körblergasse 111-113 8010 Graz Österreich. T 0316/601-0. F 0316/601-361. E office@wkstmk.at. W <http://wko.at/stmk>. Informationen zu einzelnen Dienststellen ...

Gewerbe und Handwerk - WKO.at

<https://www.wko.at/branchen/stmk/gewerbe-handwerk/start.html>

Wir vertreten die Interessen aller steirischen Gewerbe- und Handwerksbetriebe. Das Motto unserer Arbeit: Qualität und Qualifikation aus Leidenschaft.



WKO Steiermark

Website

Routenplaner

4,2 ★★★★★ 10 Google-Rezensionen

Industrie- und Handelskammer in Graz, Österreich

Adresse: Körblergasse 111-113, 8010 Graz

Öffnungszeiten: **Jetzt geschlossen**

Telefon: 0316 601

Änderung vorschlagen

Bewertungen

Rezension schreiben

Foto hinzufügen

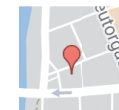
10 Google-Rezensionen

Andere suchen auch nach

Über 15 weitere ansehen



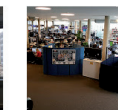
SVA
Landesst...
Steiermark
Versicherung...



Ärztekam...
für
Steiermark
Behörde



WIFI
Steiermark
Weiterbildung...



Kleine
Zeitung
Zeitungsverlag



JUFA Hotel
Graz City***
3-Sterne-Hotel

Feedback

Off-Page-Optimierung

■ Internetprofile

Verlinken Sie von allen Internetprofilen, die Sie haben, auf die eigene Website: z.B. Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, Ebay, etc.

■ Social Media Aktivitäten

Je mehr Social-Signale auf verschiedenen Plattformen zu finden sind, desto höher ist auch die Chance, dass eine bestimmte Website von Google und Co. als relevant für die Zielgruppe gewertet wird.

■ SEO mit Videos

**Herzlichen Dank für
Ihre Aufmerksamkeit!**



werbeagentur.morré
www.agenturmorre.at