



SUCHHELDEN

360° FULL-SERVICE DIGITALAGENTUR

KEYWORD- RECHERCHE

KAPITEL 3

Suchhelden GmbH

Heinrichstraße 14c

49080 Osnabrück

Telefon: 0541 507 960 0

Mail: info@suchhelden.de

KEYWORD-RECHERCHE

KAPITEL 3

KAPITEL 1

1. Die ausführliche Anleitung
2. Nischen-Märkte: Wo Keyword-Recherche beginnt
3. Nischen-Wolken: Der einfachste Weg um Nischen-Märkte zu finden
4. Erstellung deiner ersten Nischen-Wolke-Karte
5. Käuferprofile
6. Foren
7. Wikipedia
8. The Head, Body and Tail

KAPITEL 2

1. Wie man den Google Keyword-Planer einsetzt
2. STEP 1: Greife auf den Google Keyword-Planer zu
3. STEP 2: Wähle das richtige Tool
4. STEP 3: Die Ergebnisseite des Keyword-Planers nutzen
5. STEP 4: Tolle Keywords finden

KAPITEL 3

- | | |
|---|----|
| 1. Wie man Long-Tail-Keywords findet | 04 |
| 2. Verwandte Suchanfragen zu | 05 |
| 3. Benutze Soovle.com um Long-Tail-Keywords zu finden | 06 |
| 4. UberSuggest: Google Suggest Scraper | 06 |
| 5. Nutze ScrapeBox für Keyword-Vorschläge | 07 |
| 6. Google Webmasters Tools | 10 |
| 7. Google Trends | 11 |
| 8. Google Correlate | 12 |
| 9. Quora | 13 |

KEYWORD-RECHERCHE

KAPITEL 3

KAPITEL 4

1. Wie du die Kaufabsicht bestimmst
2. Kaufabsicht: Die vier Keyword-Kategorien
3. Objektive Informationen über die Kaufabsicht bekommen

KAPITEL 5

1. Keyword-Wettbewerbsanalyse
2. Der erste Schritt: Installiere SEOquake und MozBar
3. PageRank und Page-Autorität
4. Verweisende Domains
5. Domain-Autorität und Markenpräsenz
6. Markenpräsenz
7. Link-Profile
8. On-Page-SEO
9. Content-Quality

KAPITEL 6

1. Von Keywords zu SEO-Content
2. Hole bei deinen Title-Tags mehr raus
3. Keyword-Prominenz
4. Mache dir Benutzerfreundlichkeit zu Nutze
5. Optimierte Seiten für Google Hummingbird

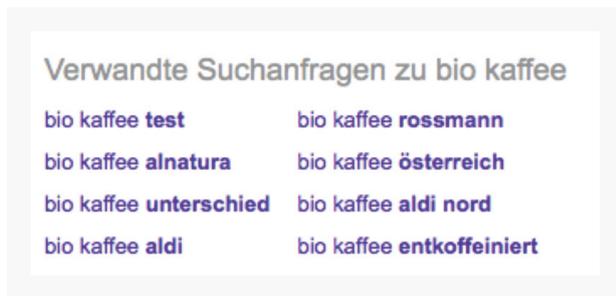
KAPITEL 3

WIE MAN LONG-TAIL-KEYWORDS FINDET

So sehr ich den Google Keyword-Planer auch liebe, er hat einen fatalen Nachteil: Er gibt dir exakt dieselben Keywords wie jedem anderen auch, einschließlich deiner Konkurrenz. Kein Wunder, dass die meisten Keywords so hart umkämpft sind! Wie können wir dieses Problem umgehen? Lege das Tool zur Seite und greife auf weniger bekannte Keyword-Recherche-Strategien zurück, die dir unerschlossene Long-Tail-Keywords zeigen werden. Genau das werde ich dir in diesem Kapitel zeigen.

„Verwandte Suchanfragen zu...“

Ist dir je aufgefallen, dass am unteren Ende der Resultatseite einer Google-Suchanfrage „Verwandte Suchanfragen zu...“ steht? So sieht es aus:



Dieser kleine Bereich ist eine Goldmine für Long-Tail-Keywords!

- 1 Suche einfach nach irgendeinem Keyword, auf das du mit einem Artikel oder einer Produktseite abzielen willst:



- 2 Scrolle runter zum Ende der Seite und schau dir die verwandten Suchanfragen zu dem Keyword an:



In der Regel erhältst du einen Mix von naheliegenden Variationen deines Keywords.

Hier findest du manchmal tolle Long-Tail-Keywords, die weniger Wettbewerb haben als Head- oder Body-Keywords. Google wird dir manchmal richtige Schätze ausspucken: Ein Keyword, das verwandt ist ... aber nicht einfach nur eine weitere Variation des eingegebenen Keywords.

In diesem Fall hat uns Google drei Keywords geliefert, die thematisch zu dem Keyword passen, das ich eingegeben habe, in diesem Beispiel: „premium Kopfhörer“.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

0541 507 960 0
info@suchhelden.de

Verwandte Suchanfragen zu premium kopfhörer

premium kopfhörer hersteller	premium kopfhörer test
premium headset	akg k545
jbl j55i premium kopfhörer	akg k550
akg k550 premium kopfhörer	b&w p7

Und diese Keywords tauchen nicht auf, wenn du „premium Kopfhörer“ als dein Seed-Keyword im Google Keyword-Planner benutzt.

Pro Tipp: Nimm eines der Keywords aus dem „Verwandte Suchanfragen zu...“ Bereich, führe damit eine weitere Google-Suche durch und prüfe wieder den „Verwandte Suchanfragen zu...“ für das Keyword. Diesen Schritt kannst du beliebig oft wiederholen, bis du eine schöne Liste an Keywords hast, die man im GKP nicht findet.

„VERWANDTE SUCHANFRAGEN ZU...“

Einer meiner Lieblingswege zum Brainstorming neuer Keyword-Ideen ist es, populäre Foren einer Branche zu durchsuchen. Wo sonst findet man hunderte, wenn nicht sogar tausende Menschen, die Fragen über dein Thema stellen und beantworten.

Und du weißt, wenn jemand eine Frage in einem Forum stellt, gibt es viele mehr, die diese Frage bei Google eingeben. Besuche Foren, in denen sich deine Zielgruppe aufhält. Dir fallen vielleicht direkt ein paar ein, wenn nicht, benutze diese Suchstränge, um sie zu finden:

„keyword“ + „forum“ „keyword“ + „board“ „keyword“ + „powered by vbulletin“

Google "kochen" + "powered by vbulletin" X 🔍

Sobald du ein Forum findest, das aktiv scheint, schau dir die verschiedenen Kategorien des Forums an:

Diskussionsforen

Kochforen

Sie haben Fragen rund um Kochrezepte, Zutaten oder Zubereitung sowie Ernährung? Vom kompletten Menü bis zum Dessert finden Sie hier passende Rezepte z.B. für Party, Kinder oder Diäten von Weight Watchers bis SIS.

Aufläufe	2.326	Menüs	8.520
Desserts & Süßspeisen	11.279	Prüfungsmenüs - Ausbildung	848
Einkochen & Haltbarmachen	12.474	Nahrungsmittelallergien und Unverträglichkeiten	2.050
Ernährungsprogramme	18.756	Allergiker Backrezepte	468
Feiertage und Feste	5.147	Allergiker Kochrezepte	319
Feste: Geschenke	1.604	Partyrezepte	7.621
Feste: Spiele	322	Fingerfood	1.145
Feste: Tischdekoration und Einladungen	756	Pastaherstellung & Pastasaucen	2.855
Fisch & Meeresfrüchte	6.146	Resteverwertung	4.163
Fleisch	16.854	Rezepte von und für Kids	5.715
Fortgeschrittene & Profis	2.609	Sonstige Kochrezepte	37.131
Gemüse und Salat	7.672	Sonstige Küchenthemen	10.361
Salatsaucen	727	Soßen, Aufstriche & Dips	5.163

Quelle: www.chefkoch.de

Die einzelnen Kategorien selbst sind häufig super Seed-Keywords, die du im Google Keyword-Planner einsetzen kannst.

Klicke eine der Kategorien an und schau dir die einzelnen Themen an:

FIX-Produkte, was ist empfehlenswert? am 19.03.2016 09:22 von Die-ohne-Nur	53	2.309	28.03.2016 02:21 DirgDios
Zuckerkulör selbst herstellen? am 15.12.2004 20:45 von Rosensammlerin	11	35.635	24.03.2016 18:27 Erca
Vollkorn Grieß am 22.03.2016 10:01 von -ysp-	8	304	24.03.2016 17:44 abbee
Was - außer Hugo - macht Ihr aus Holunderblütensirup? am 22.03.2016 14:55 von Dielesebittern	12	400	23.03.2016 15:32 mawog
was ist Maizena ... am 22.01.2007 11:10 von Silka-25	24	88.419	22.03.2016 23:24 ernst
Zufallsfund - gerostetes Suppengrün am 20.03.2016 20:02 von peter-k	9	501	21.03.2016 13:01 Erca
Thema verschoben: Veganer Käse - Hefeflocken, Sojajoghurt, Sojajoghurt, Sojajoghurt, Tapiokastärke ersetzen oder selbst machen? am 20.03.2016 19:55 von Moppie_the_whale	2	78	21.03.2016 08:25 Moppie_the_whale

Innerhalb von wenigen Sekunden habe ich mehrere Keywords gefunden, nach denen Leute, die sich fürs Kochen interessieren, in Google suchen könnten:

- „FIX-Produkte“
- „Zuckerkulör selbst herstellen“
- „Vollkorn Grieß“
- „Holunderblütensirup“

Und so weiter. Einfach, oder?

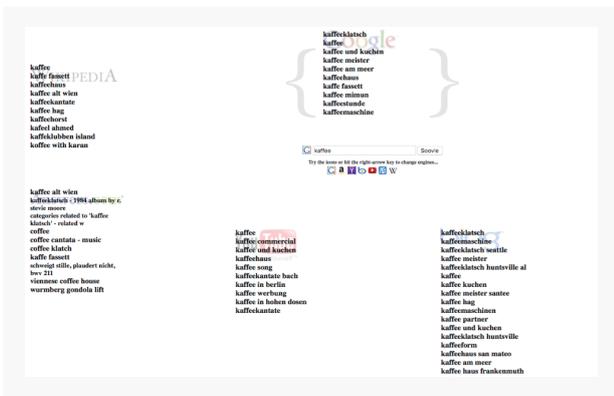
BENUTZE SOOVLE.COM UM LONG-TAIL-KEYWORDS ZU FINDEN

Soovle.com ist ein kostenloses, leicht zu bedienendes Tool, das dir Keyword-Empfehlungen von Wikipedia, Amazon, Google, Yahoo, Bing, YouTube und Answers.com zeigt.

Besuche zunächst Soovle und gib ein relativ umfassendes Keyword ein:



Wenn du zum Beispiel nach Keywords suchst, die mit Kaffee zu tun haben, gib einfach „Kaffee“ ein. Soovle wird dir automatisch die Vorschläge aus den Suchzeilen der verschiedenen Seiten anzeigen:



Du kannst die Ergebnisse auch in Form einer CSV-Datei herunterladen, indem du oben links auf das Icon klickst:

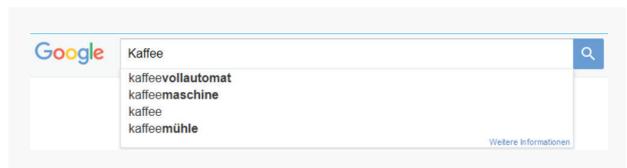


Dieses Tool ist fantastisch, da es dir Keywords liefert, die deine Konkurrenz vermutlich übersieht.

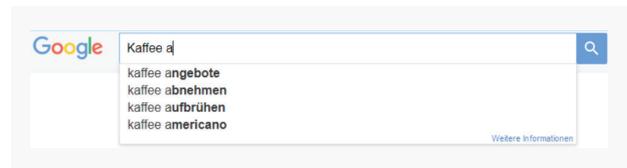
UBERSUGGEST: GOOGLE SUGGEST SCRAPER

Wie Soovle, bedient sich auch UberSuggest an den automatischen Google-Vorschlägen für Suchanfragen. Wie? Es nimmt dein Seed-Keyword und fügt dahinter jeden Buchstaben des Alphabets ein, um hunderte Suchvorschläge zu generieren.

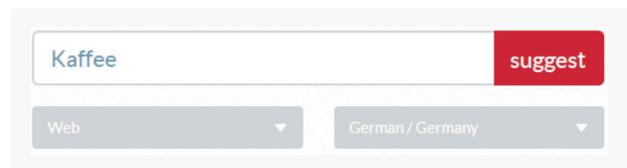
Wenn du zum Beispiel bei Google „Kaffee“ eingibst, kriegst du eine Liste von Vorschlägen, wie diese hier:



Wenn du aber ein Keyword plus einen weiteren Buchstaben eingibst, erhältst du eine neue Liste:



UberSuggest nimmt dir die Arbeit ab, nach jeder einzelnen Kombination von „Kaffee a“ bis „Kaffee z“ zu suchen. Gehe zu [UberSuggest.io](https://ubersuggest.io) und gib dein Keyword und die Sprache/ das Land ein:



Nachdem du zu der Ergebnissseite weitergeleitet wirst, scrolle etwas runter und du wirst folgende Übersicht finden:



Hier kannst du die einzelnen Buchstaben oder Zahlen auswählen, um zu der richtigen Stelle in den Ergebnissen zu springen. Klickst du also auf „a“, siehst du Kombinationen deines Keywords mit einem anhängenden a:

<input type="checkbox"/>	▼ kaffee angebote
<input type="checkbox"/>	▼ kaffee abnehmen
<input type="checkbox"/>	▼ kaffee americano
<input type="checkbox"/>	▼ kaffee aufbrühen
<input type="checkbox"/>	▼ kaffee arabica
<input type="checkbox"/>	▼ kaffee am morgen
<input type="checkbox"/>	▼ kaffee aldi
<input type="checkbox"/>	▼ kaffee abführend
<input type="checkbox"/>	▼ kaffee allergie
<input type="checkbox"/>	▼ kaffee abo

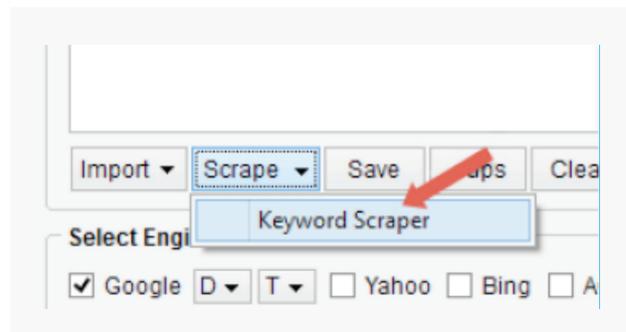
Viele der vorgeschlagenen Keywords machen wahrscheinlich keinen Sinn für deine Seite, doch einige werden es.

NUTZE SCRAPEBOX FÜR KEYWORD-VORSCHLÄGE

Ein weiterer Grund, um ScrapeBox zu lieben. Eine weniger bekannte Funktion von ScrapeBox ist sein „Keyword Scraper“. Dieses Tool macht dasselbe wie UberSuggest, nur dass du deutlich mehr Ergebnisse kriegst. Darüber hinaus kannst du Duplikate löschen und die Ergebnisse als CSV-Datei runterladen, zwei Dinge, die UberSuggest nicht kann.

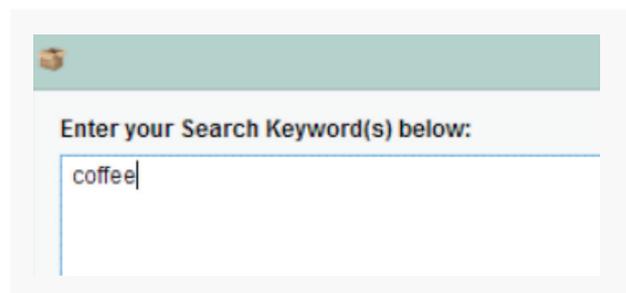
1

Öffne ScrapeBox und klicke auf „Scrape“. Wähle in dem Drop-Down-Menü den „Keyword Scraper“:



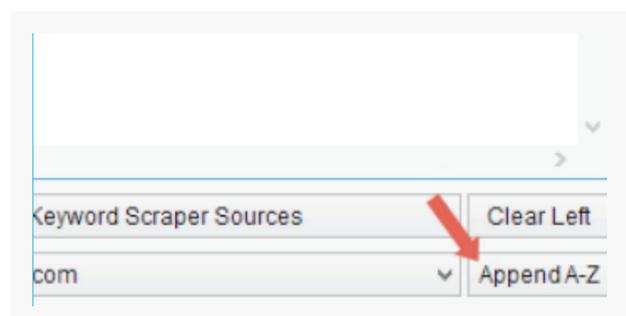
2

Gib dein Seed-Keyword in dem Fenster „Enter your Search Keyword(s) below“ ein:



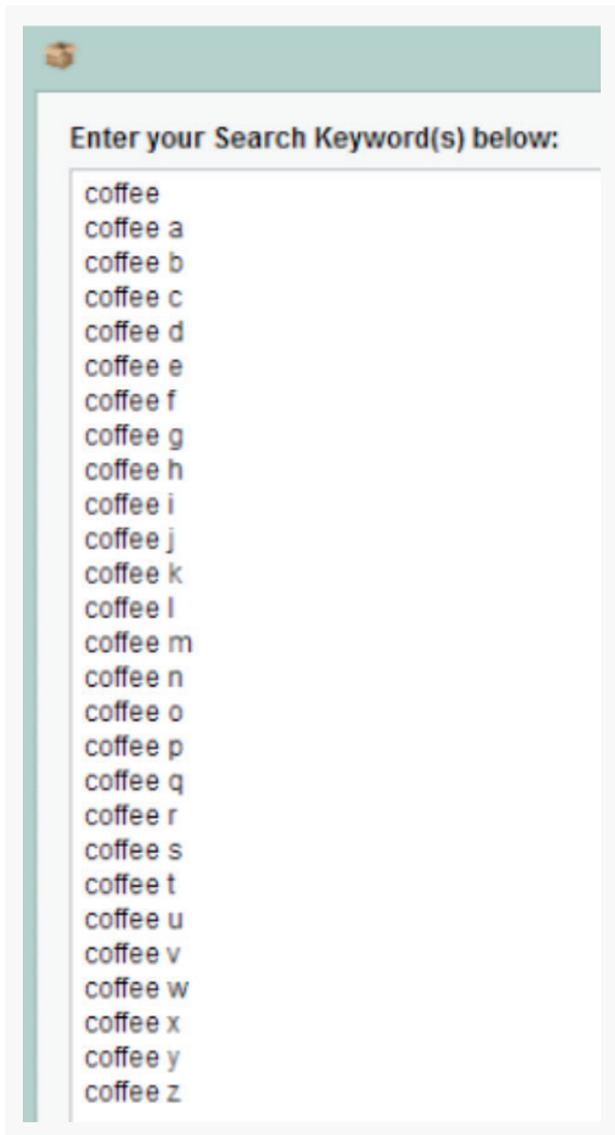
3

Klicke auf „Append A-Z“



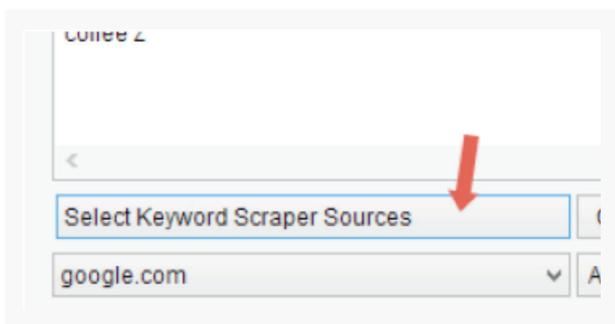
4

Dies wird Suchvorschläge aus dem Keyword + Buchstabenkombinationen bilden, genau wie bei UberSuggest.



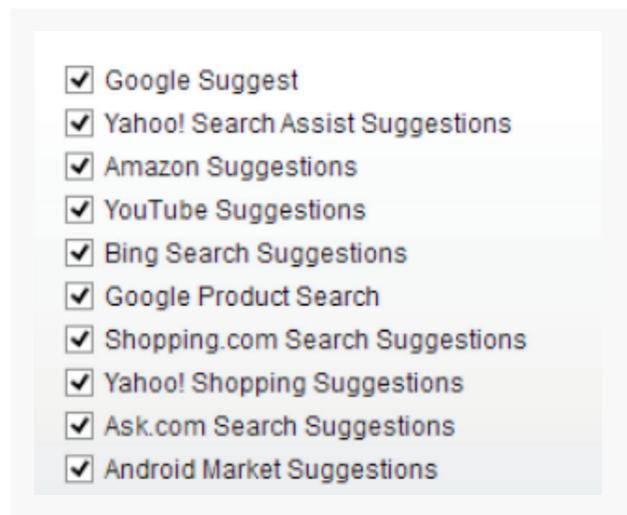
5

Wähle daraufhin die Quellen aus, von denen du Vorschläge in deine Resultate aufnehmen willst, indem du auf „Select Keyword Scraper Sources“ klickst.



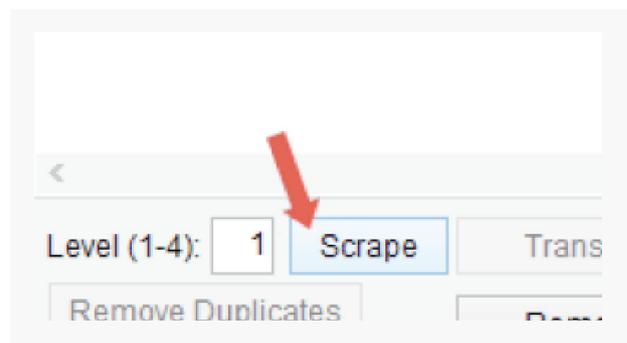
6

Wähle die einzuschließenden Seiten:



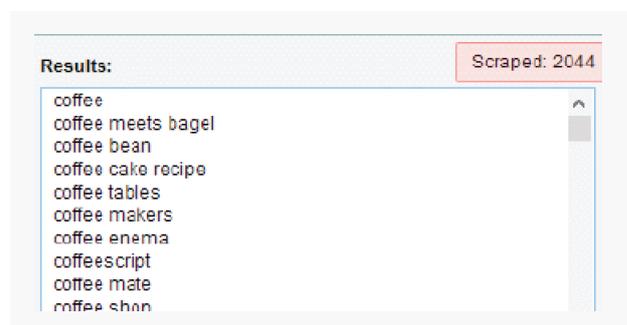
7

Klicke auf den „Scrape“-Button, um Keyword-Ideen zu generieren:



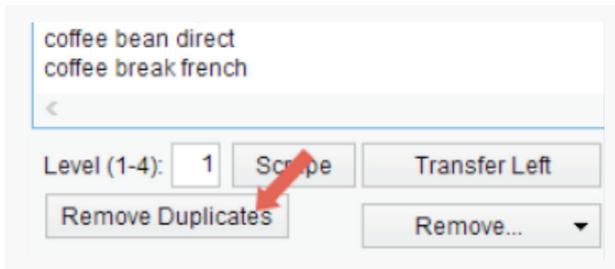
8

Klicke auf den „Scrape“-Button, um Keyword-Ideen zu generieren



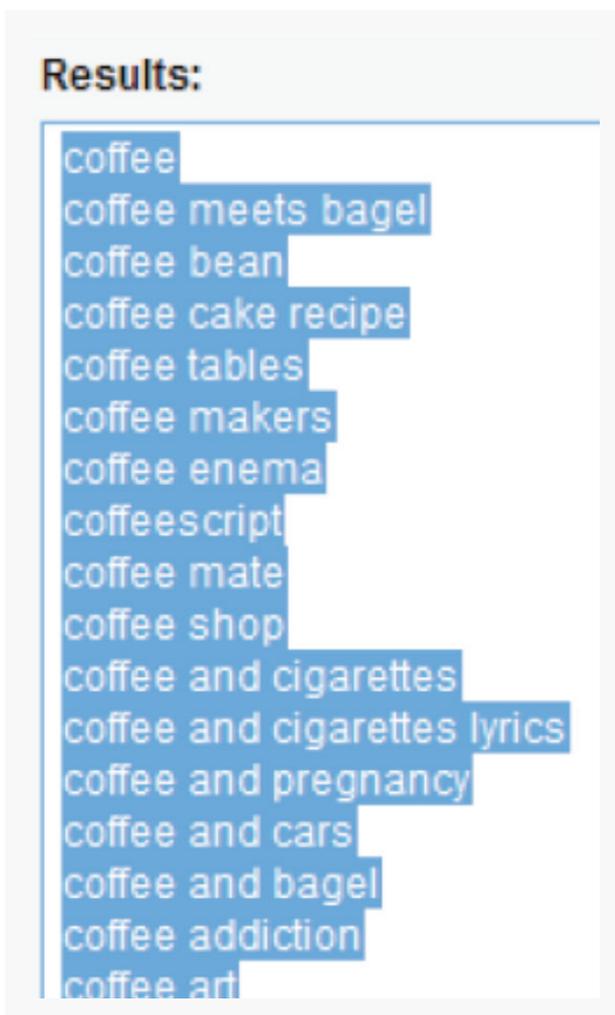
9

Klicke auf „Remove Duplicates“, um Duplikate innerhalb der Resultate zu entfernen.



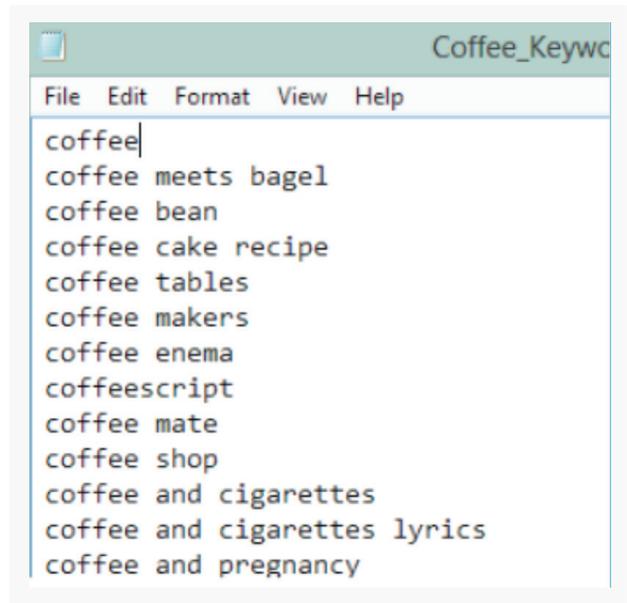
10

Um deine Ergebnisse zu speichern, kopiere das gesamte Feld.



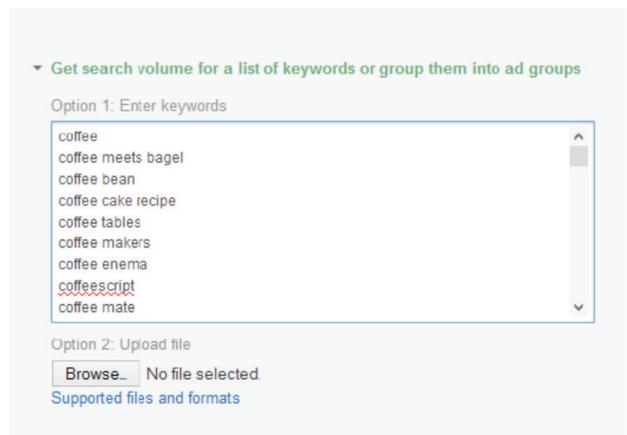
11

Danach kannst du sie in eine .txt oder CSV-Datei einfügen.



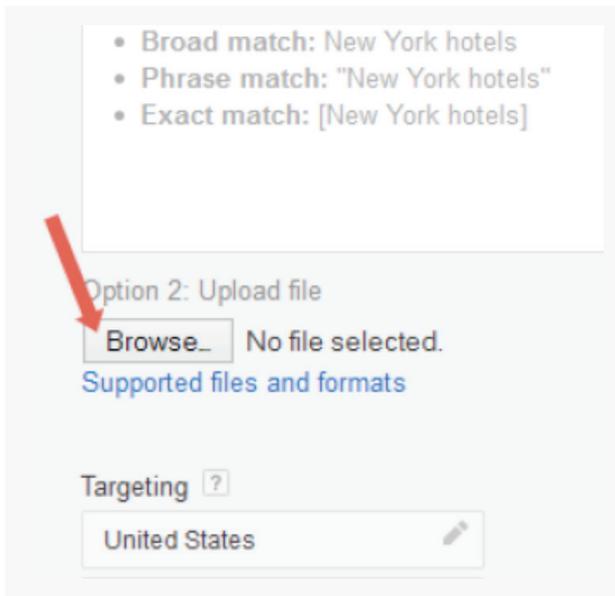
12

Du kannst dir leicht vom GKP die Suchvolumen der Keywords anzeigen lassen, indem du deine Ergebnisse in das Feld „Daten zum Suchvolumen und Trends abrufen“ einfügst.



13

Du kannst deine Liste auch direkt in Form einer .txt oder CSV-Datei hochladen.



GOOGLE WEBMASTERS TOOLS

Manchmal ist das beste Keyword eines, für das du bereits rankst. Was ich damit meine? Manchmal findest du dich sogar auf der zweiten oder dritten Seite, wenn du auf der Suche nach Long-Tail-Keywords bist. Auch bei Keywords, für die du deine Seite nicht mal optimierst.

Und wenn du diesen Seiten ein bisschen Aufmerksamkeit und Arbeit schenkst, landest du meisten innerhalb von Wochen auf der ersten Seite. Du kannst diese Keywords, mit denen du auf Seite zwei oder drei liegst, schnell und einfach mit dem Google Webmaster Tool (GWT) finden.

1

Logge dich zunächst in deinen GWT-Account ein und klicke in der linken Sidebar auf „Suchanfragen“ und bei den daraufhin erscheinenden Optionen auf „Suchanalyse“:

▼ Suchanfragen

Suchanalyse

Links zu Ihrer Website

Interne Links

Manuelle Maßnahmen

Internationale Ausrichtung

Nutzerfreundlichkeit auf

Mobilgeräten

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

0541 507 960 0
info@suchhelden.de

2

Der obere Teil der Liste zeigt die Keywords, mit denen du auf der ersten Seite bist:

Suchanfragen	Klicks
1 seo agentur	287
2 suchhelden	93
3 suchhelden gmbh	43
4 suchhelden osnabrück	25
5 meta elemente	15
6 seo	14
7 seo beratung	12

3

Um sie zu finden, sortiere die Liste nach „Position“:



4

Klicke am unteren Ende der Liste auf „Anzeigen“ und wähle „500 Zeilen“.



5

Scrolle runter, bis du ungefähr bei Position 11 bist.

6

Schau dir dann die Keywords an, die auf diesen Positionen ranken.

277	seo service duesseldorf
278	magento shops agenturen bielefeld
279	lokal werben

7

Füge vielversprechende Keywords in den Google Keyword-Planer ein und checke ihr Suchvolumen. Wenn du ein Keyword mit ordentlichem Suchvolumen findest, klicke es an und du siehst, auf welcher Seite du damit rankst.

Beziehe dieses Keyword schließlich in das On-Page SEO deiner Seite ein. Ich empfehle dir meinen verständlichen Guide zum Thema On-Page SEO. Dieser Guide wird dir helfen, deine Seite angemessen zu optimieren, ohne durch Überoptimierung Google auf den Plan zu rufen.



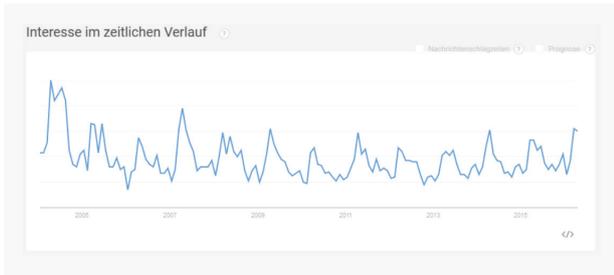
GOOGLE TRENDS

Google Trends ist eines meiner Lieblingstools, wenn es um Keyword-Recherche geht. Dieses Tool zeigt dir Keywords mit hohem Suchvolumen in deiner Branche, bevor sie in dem Google Keyword-Planer auftauchen. Doch die hilfreichste Google-Suggest-Funktion ist, dass du schnell die Popularität eines Keywords im Laufe der Zeit checken kannst.

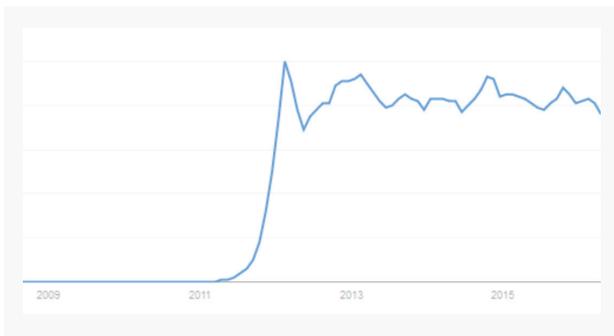
Bist du im Begriff 40.000€ in eine SEO-Kampagne zu investieren? Dann solltest du lieber wissen, ob deine Keywords steigen oder fallen. Rufe Google Trends auf und gebe ein Keyword, für das du ranken willst, in die Suchzeile ein:



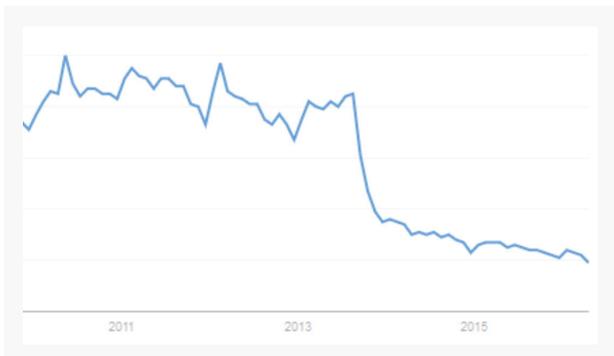
Das Tool wird dir das „Interesse im zeitlichen Verlauf“ anhand von Suchanfragen und Nachrichten-Überschriften anzeigen.



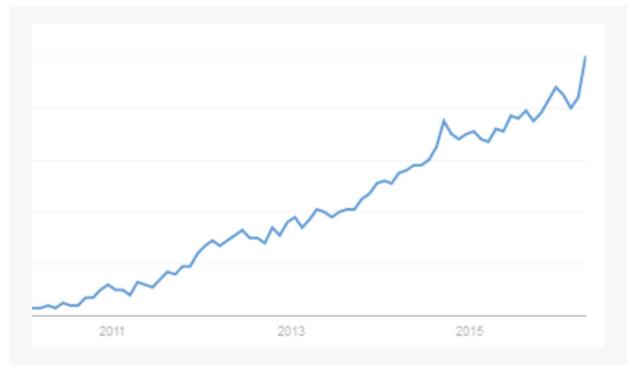
In diesem Fall schwankt das Suchvolumen saisonal sehr, ist aber einigermaßen stabil. Bei anderen Keywords, „Pinterest“ zum Beispiel, ist das Interesse sprunghaft angestiegen und inzwischen etwas abgeebbt.



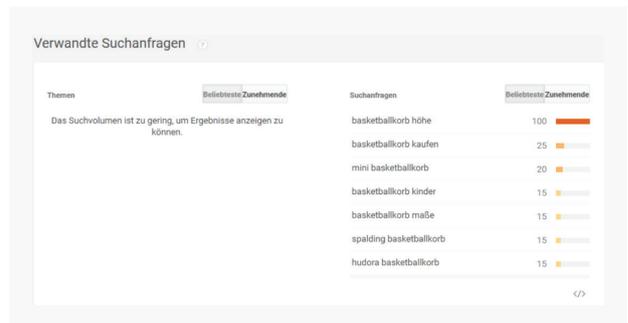
Andere, in diesem Fall „Google Keyword Tool“, haben eine stetige Abnahme:



Im besten Fall wächst die Popularität eines Keywords stetig mit der Zeit, in diesem Fall „reddit“:



Pro Tipp: Gebe eines deiner Ziel-Keywords bei Google Trends ein und scrolle runter zu „verwandte Suchanfragen“.



Unter „Suchanfragen“ könnten einige lukrative Keywords sein, die dir der Google Keyword-Planer nicht gezeigt hat.

GOOGLE CORRELATE

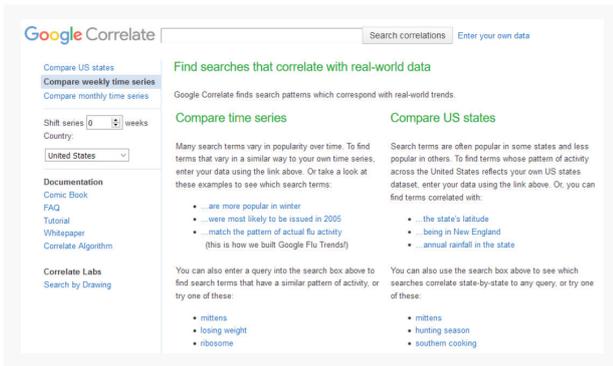
Google Correlate ist ein weniger bekanntes Tool, das dir Keywords anzeigt, die miteinander korrelieren. Ein Beispiel: Leute, die nach dem Begriff „SEO“ suchen, tendieren auch dazu, nach folgenden Begriffen zu suchen:

- Link building
- Keyword research
- Internet Marketing
- On-Page SEO
- SEO Company

Google Correlate zeigt dir diese korrelierenden Keywords.

1

Rufe zunächst Google Correlate auf und wähle in der linken Sidebar „Germany“ aus, wenn dies dein Markt ist.



2

Gib ein Keyword in das Suchfeld ein und klicke auf „Search correlations“



3

Schau dir die Keywords an, die unter „Correlated with -deinem Keyword-“ stehen. In diesem Fall „Kochen“. Die Zahl neben dem Keyword steht für das Maß an Korrelation. Je näher die Zahl an 1 ist, desto häufiger wird es direkt mit dem eingegebenen Keyword gesucht.



4

Klicke auf „Show more“, um weitere korrelierende Keywords zu sehen.

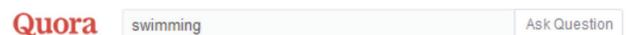


Hier findest du fantastische Seed-Keywords, die du in UberSuggest, ScrapeBox etc. nutzen kannst.

QUORA

Quora ist eine sehr populäre Q&A Seite (wie Gutefrage.net oder Yahoo! Answers), die allerdings in der Regel hilfreichere Antworten liefert. Beachte, dass diese Seite ausschließlich die englische Sprache unterstützt und du hier deshalb auch nur englische Keywords eingeben solltest.

Um Quora zu nutzen, benötigst du einen kostenlosen Account. Sobald du eingeloggt bist, gib ein breit gefächertes Keyword ein:



Wie ein Forum zeigt dir Quora die populärsten Fragen zu dem Thema:

1 What should everyone know about swimming?
 Ajay Gopinath, Going on 7 years of competitive swimming
 You don't need to be good at it to experience the benefits.
 Swimming is a great way for people of all ages, backgrounds, and lifestyles to improve the quality of their life. In addition to being a great weight-loss exercise, swimming leaves you relaxed and refreshed for the rest of the day, espe... (more)
 Answer 1 of 3 See All Answers

2 What does "survival strokes" in swimming mean?
 1 Answer
 Answer Follow 6

3 What swimming strokes should everyone know?
 Bart Loews, Swimming since 5, 2xMVP in highschool, Water Polo in College, Master's swimmer
 At the least, for survival purposes, you should know how to float on your back and side. If you have to swim, side stroke for me saves the most energy even if I didn't really learn it until way into my swimming career. In terms of does, speed and efficiency, freestyle can't be beat. Some would a... (more)
 Answer 1 of 2 See All Answers

Quelle: www.quora.com

Manche der Fragen werden Keywords mit hohem Suchvolumen sein. Andere könnten dir beim Brainstorming neuer Ideen für deine Branche helfen. In unserem „swimming“ Beispiel bietet sich „swimming strokes“ als Keyword an.

3 What swimming strokes should everyone know?
 Bart Loews, Swimming since 5, 2xMVP in highschool, Water Polo in College, Master's swimmer
 At the least, for survival purposes, you should know how to float on your back and side. If you have to swim, side stroke for me saves the most energy even if I didn't really learn it until way into my swimming career. In terms of does, speed and efficiency, freestyle can't be beat. Some would a... (more)

Quelle: www.quora.com

Gebe ich „swimming strokes“ im GKP ein, finde ich weitere Keywords, die sich gut als Themen für einen Artikel eignen würden und darüber hinaus auch ein ansehnliches Suchvolumen haben:

Keyword (nach Relevanz)	Durchschnittl. Suchanfragen pro Monat [?]	Wettbewerb
swim style	320	Mittel
crawl swimming	1.000	Niedrig

Hier ist Quora eine große Hilfe: Es zeigt dir verwandte Keywords, an die du sonst vielleicht nicht gedacht hättest. Nachdem du diese Strategien angewandt hast, sollte es dir nicht mehr an Long-Tail-Keywords fehlen.

DER NÄCHSTE SCHRITT: BESTIMME DIE KAUFABSICHT

Keine Keyword-Recherche ist komplett ohne die Bestimmung der Kaufabsicht (wie wahrscheinlich ist es, dass die Suchenden deine Produkte oder Dienstleistungen kaufen). Bist du bereit?

Dann gehe weiter zu Kapitel 4: Bestimme die Kaufabsicht

VIELEN DANK!

Suchhelden GmbH
 Heinrichstraße 14c
 49080 Osnabrück

Telefon: 0541 507 960 0
Mail: info@suchhelden.de