

Praxisleitfaden

Keywordanalyse



So finden Sie profitable Keywords
mit ausreichend Besucher

von

Hans-Peter Wolff

Copyright © Hans-Peter Wolff

2. Auflage 2015

Alle Rechte vorbehalten.

Sie haben KEINE Wiederverkaufsrechte für dieses E-Book!

Die in diesem E-Book dargestellten und ggf. durch Dritte geschützten Marken- und Warenzeichen unterliegen uneingeschränkt den Bestimmungen des jeweiligen gültigen Kennzeichenrechts und den Besitzrechten der jeweiligen eingetragenen Eigentümer.

Allgemeines

Thema dieses Leitfadens ist nicht die Nischensuche. Die haben Sie ja schon gefunden. ;-). Sonst empfehle ich Ihnen meinen Ratgeber Nischensuche. Es geht hier darum, profitable Keywords zu dieser Nische zu finden. D.h. es besteht ausreichend Nachfrage und die Mitbewerberdichte ist nicht zu hoch. Können Sie zu diesem Thema eine Beziehung aufbauen, ist es für Sie auch für längere Zeit ein interessantes Thema? Können Sie anderen mit Ihrer Problemlösung helfen?

Ich verwende als Beispiel für diesen Leitfaden das Thema Migräne. Beschränken Sie sich nicht auf ein Wort. .

Halten Sie Microsoft Excel oder ein anderes Tabellenkalkulationsprogramm für die Auswertungen bereit. Es geht los.

Vorbereitung

1. Keywords

Zuerst brauchen Sie Keywords. Welche sind Ihre wichtigsten Keywords? D.h., mit welchen Suchwörtern würden Interessenten nach Ihrem Angebot suchen? Nur wenn dieser Suchbegriff in die Suchmaschine eingegeben wird, erscheint Ihre Anzeige. Verwenden Sie nicht nur die Standardbegriffe, sondern gerne auch zwei und drei Wörter gleichzeitig, sogenannte Longtailkeywords.

Das Keywordtool von Google ist Ihnen dabei behilflich. <https://adwords.google.com/o/KeywordTool>

Auf ihm sehen Sie die Zugriffszahlen und die Mitbewerberdichte.

The screenshot shows the Google AdWords Keyword Tool interface. At the top, there's a navigation bar with 'Google AdWords', 'Deutsch', 'Euro (EUR €)', and links for 'Problem melden', 'Hilfe', and 'Anmelden'. Below this is a green header with 'Startseite' and 'Tools'. The main content area is titled 'Keywords suchen' and includes a search input field with the placeholder 'Eines pro Zeile'. Below the search field are fields for 'Website' (www.google.com/page.html) and 'Kategorie' (Bekleidung). There are also checkboxes for 'Nur Ideen anzeigen, die meinen Suchbegriffen sehr ähnlich sind' and 'Erweiterte Optionen und Filter'. A yellow warning box states: 'Geben Sie die Zeichen ein, die im Bild unten angezeigt werden. Falls Sie weitere speziell auf Ihr Konto zugeschnittene Keyword-Ideen erhalten möchten, können Sie sich auch in Ihrem Konto anmelden.' Below this, the word 'cousin' is displayed in a large font, with a stylized 'miz-ter' logo next to it. A search button labeled 'Suchen' is at the bottom. The left sidebar contains 'Tools', 'Keyword-Tool', and 'Gespeicherte Ideen (0)'. The bottom of the interface has a footer with 'Herunterladen', 'Als Text anzeigen', 'Sortiert nach Relevanz', and 'Spalten'.

Ihre Keywordliste

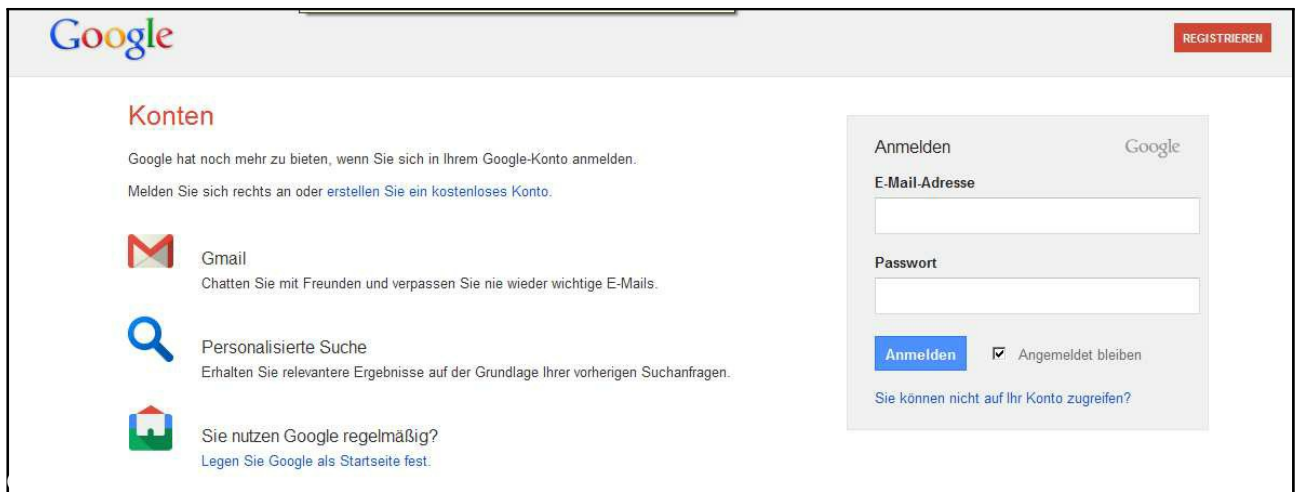
Kombiniere diese mit Wörtern mit „vergleich“, „test“, „bestellen“, „Rabatt“, „Copoun“ oder „kaufen“.
Diese deuten auf ein starkes Kaufinteresse hin.

Keywords mit „How to...“, „Tipps“, „lernen“ deuten noch nicht bzw. man steht erst am Anfang eines Kaufinteresses

3. Google-Account

Sollten Sie noch keinen Google-Account haben, registrieren Sie sich unter

<https://accounts.google.com/ServiceLogin?hl=de&continue=https://www.google.de/>



The screenshot shows the Google account management interface. At the top left is the Google logo. In the top right corner, there is a red button labeled "REGISTRIEREN". The main heading is "Konten". Below this, there are three promotional cards:

- Karten**: "Google hat noch mehr zu bieten, wenn Sie sich in Ihrem Google-Konto anmelden. Melden Sie sich rechts an oder erstellen Sie ein kostenloses Konto."
- Gmail**: "Chatten Sie mit Freunden und verpassen Sie nie wieder wichtige E-Mails."
- Personalisierte Suche**: "Erhalten Sie relevantere Ergebnisse auf der Grundlage Ihrer vorherigen Suchanfragen."

At the bottom of these cards, there is a link: "Sie nutzen Google regelmäßig? Legen Sie Google als Startseite fest."

On the right side, there is a login form titled "Anmelden" with the Google logo. It includes:

- Input field for "E-Mail-Adresse"
- Input field for "Passwort"
- A blue "Anmelden" button and a checkbox for "Angemeldet bleiben"
- A link below: "Sie können nicht auf Ihr Konto zugreifen?"

Nachdem Sie sich eingeloggt haben, sieht Ihre Startseite etwa so aus:

The screenshot displays the Google AdWords 'Keywords suchen' (Search keywords) interface. The main search area contains the following fields and options:

- Wort oder Wortgruppe:** Migräne
- Website:** www.google.com/page.html
- Kategorie:** Migräne
- Nur Ideen anzeigen, die meinen Suchbegriffen sehr ähnlich sind
- Erweiterte Optionen und Filter
- Standorte und Sprachen:**
 - Standort: Deutschland (dropdown menu)
 - Sprachen: Alle Sprachen (dropdown menu)
- Spezifischen Content einbeziehen
- Ideen für Erwachsene einbeziehen
- Ideen und Statistiken anzeigen für:** Desktop-Computer und Laptops
- Ideen filtern:** Monatliche lokale Suchanfragen (dropdown), >= 3000 (input field), Entfernen (button)
- + Weitere hinzufügen (link)

At the bottom of the search area is a blue 'Suchen' button.

Geben Sie das Keyword „Migräne“ ein. In unserem Beispiel aus dem Bereich „Gesundheit“. Manche Begriffe haben mehrere Bedeutungen, deshalb geben Sie die Kategorie vor.

Verwenden Sie die Übereinstimmung [Exakt].

Damit sich die Nische auch lohnt, gebe ich auch noch den Mindest-Traffic für die monatliche lokale Suchanfrage bei Google vor.

Bei 3000 habe ich nur 1 Treffer erhalten, deswegen habe ich noch einmal mit 1000 gesucht und folgendes Ergebnis erhalten:

The screenshot shows the Google Ads Keyword Planner interface. It displays search terms and keyword ideas for the keyword 'migräne'. The search terms section shows one result: '[migräne]' with a competition level of 'Mittel', 33,100 global monthly searches, and 27,100 local monthly searches. The keyword ideas section shows five suggestions: '[migräne]' (Hoch, 33,100 global, 27,100 local), '[migräne ursachen]' (Hoch, 1,300 global, 1,300 local), '[migräne bei kindern]' (Hoch, 1,300 global, 1,000 local), '[migräne symptome]' (Mittel, 4,400 global, 3,600 local), and '[hausmittel migräne]' (Hoch, 1,600 global, 1,600 local).

Die Treffer lassen sich sortieren. Klicken Sie dazu auf die Überschrift.

Die Spalten lassen sich erweitern, in dem Sie mit der rechten Maustaste auf das Feld „Spalten“ klicken und den „ungefähren CPC-Wert“ ankreuzen. Günstig wäre ein Preis unter 0,50 €.

Diese Liste lässt sich im CSV-Format herunterladen. Dieses Format kann jede Tabellenkalkulation verarbeiten.

The screenshot shows the Google Ads Keyword Planner interface for the keyword 'pickel am rücken'. The search terms section shows one result: 'pickel am rücken' with a competition level of 'Niedrig', 14,800 global monthly searches, and 14,800 local monthly searches. The keyword ideas section shows four suggestions: 'pickel am rücken was tun' (Mittel, 1,900 global, 1,600 local), 'was tun gegen pickel am rücken' (Mittel, 1,000 global, 1,000 local), 'was hilft gegen pickel am rücken' (Mittel, 1,000 global, 880 local), and 'gegen pickel am rücken' (Mittel, 1,900 global, 1,900 local).

Keyword	Wettbewerb	Monatliche globale Suchanfragen	Lokale Suchanfragen pro Mon (Deutschland)
pickel am rücken	0,16	14800	
pickel am rücken was tun	0,34	1900	
was tun gegen pickel am rücken	0,42	1000	
was hilft gegen pickel am rücken	0,42	1000	880
gegen pickel am rücken	0,40	1900	
hausmittel gegen pickel am rücken	0,44	590	
was kann man gegen pickel am rücken tun	0,56	170	
was gegen pickel am rücken	0,40	1900	

Experimentieren Sie auch mit den Übereinstimmungstypen **[Weitgehend]** und **[Wortgruppe]**.

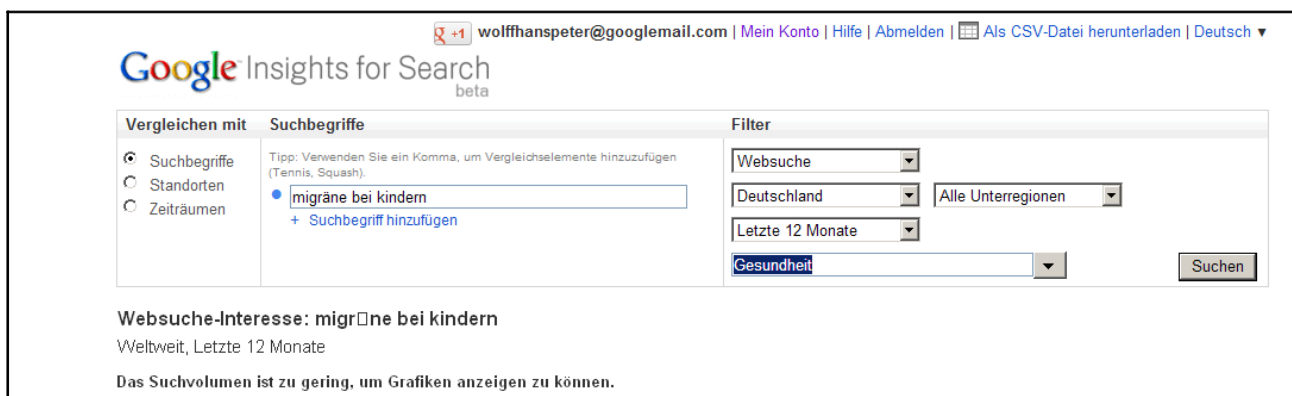
Jetzt recherchieren wir weiter mit einem Keyword aus der Trefferliste. Klicken Sie auf das Pfeilsymbol neben [migräne bei Kindern]. Wählen Sie dort **Google-Suche** aus. Ideal wäre es, wenn der Begriff nicht mehr als 300.000 Treffer hätte. In diesem Beispiel sind es 809.000 Treffer.



Gibt es Anzeigen auf der rechten Seite und oben? Wenn nicht, scheint es kein lukrativer Markt zu sein. Zu viele sollten es aber auch nicht sein.

Schauen Sie sich die Suchergebnisse an. Auf welche Keywords sind diese optimiert? Können Sie diese Seiten von der ersten Googleseite vertreiben?

Eine weitere Suchmöglichkeit ist **Google Insights for Search**, damit kann man sich den Verlauf der Suchanfragen sehen. Wie entwickeln sich die Suchanfragen im Laufe der Monate?



Websuche-Interesse: migräne bei Kindern

Deutschland, Letzte 12 Monate

Alle Kategorien > Gesundheit

Unterkategorien: Körperliches Wohlbefinden (10-25 %)

Gesamt

migräne bei Kindern 55

⚠ Das Klassifizierungssystem von Google Insights for Search wurde im Dezember 2011 aktualisiert. [Weitere Informationen](#)

⚠ Eine Verbesserung unserer geografischen Zuordnung wurde rückwirkend ab dem 1. Januar 2011 angewendet. [Weitere Informationen](#)

Interesse im zeitlichen Verlauf

Prognose

Nachrichtenschlagzeilen

Grad des Interesses

Zunahme relativ zur Kategorie Gesundheit

[Erläuterungen zu diesen Zahlen](#)



Weitere Keywordtools

- <http://www.seokai.com/tools/long-tail-keyword-tool/>
- <http://www.ranking-check.de/tipps-tools/seo-tools/keyword-datenbank/>
- <http://www.marketsamurai.com/>

Schlussbemerkungen

Konnte ich Ihnen einen praktikablen Leitfaden an die Hand geben?

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg beim Ausprobieren!

Wenn ich Ihnen helfen soll, rufen Sie mich an. Folgende Unterstützung kann ich Ihnen anbieten:

- Keyword-Analyse
- Einrichtung und Betreuung Google Adwords-Kampagnen / Facebook Ads
- Einrichtung und Optimierung Landingpage
- Suchmaschinenmarketing

Herzliche Grüße

Hans-Peter Wolff

Carpstrasse 28
47119 Duisburg
Tel. 0203 8609764

E-Mail: hp.wolff@webagentur-wolff.net

Internet: www.hans-peterwolff.de