

Worksheet Vorlage für den perfekten Blogartikel

Wenn Sie die nächsten Schritte befolgen, werden Sie einen Artikel erstellen, der Ihnen bei der Akquise im Internet hilft. Ihre Leser werden den Artikel mögen und gern weitere Artikel von Ihnen lesen. Sie werden mit wichtigen, qualitativ hochwertigen Backlinks belohnt und der Artikel wird unter den Top 10 der Suchergebnisanzeigen gelistet. Ihre Konkurrenz wird staunen und versuchen genau so gut zu werden...

Schritt 1: Vorbereitung

Schritt 2: Mögliche Überschriften für die Headline

Schritt 3: Verbesserung des einleitenden Textes

Schritt 4: Eigene Meta-Description optimieren

Schritt 5: Artikel für die OnPage Suchmaschinenoptimierung vorbereiten > Tipps und Tricks mit 16 Old-School SEO Kriterien für das Texten.

Schritt 6: Interessante und unterhaltsame Texte schreiben > Tipps und Tricks

andreasgerritzen.de

Schritt 1) Vorbereitung

Keywords	Hauptkeyword	Keyword zweiter Klasse
Proof Terms (Synonyme, die Sie in Ihrem Artikel platzieren wollen.)	Überlegen Sie sich Suchbegriffe die von Ihren Kunden oder Partnern gesucht werden könnten. Brainstorming > Google Suggest > Verwandte Suchanfragen > ...	
Mögliche Überschriften für die Headline	Ihnen werden viele Überschriften einfallen. Verwenden Sie das Hauptkeyword in der Headline. Die Headline ist das wichtigste um Leser aufmerksam zu machen! Verwenden Sie einen Kundennutzen in der Headline! <ul style="list-style-type: none"> • Beispiel für "nicht Gut": Forschung am Max-Planck-Institut für molekulare Genetik • Beispiel für Gut: Durch molekulare Genetik bisher unheilbare Krankheiten heilen Molekulare Genetik am Max Planck Institut ermöglicht die Heilung von tödlichen Krankheiten > Start with a Bang 	
Url's für die Bilder	Title Tag beinhaltet das Keyword! Alt-Tag beinhaltet das Keyword!	
Einleitung (Eine Einleitung ist keine Zusammenfassung!)	Die Einleitung ist nach der Headline das wichtigste Element eines Artikels. Keep it short and simple <ul style="list-style-type: none"> • Was ist das Problem? • Warum sollte der Leser Ihren Artikel lesen? Vorteile die sich ergeben, wenn das Problem gelöst wird. • Welche Vorteile ergeben sich für den Leser? Der persönlich Vorteil für den Leser...!? • Welche Fragen haben Sie beantwortet? 	
Meta Description für Google	Ihnen werden viele Meta Descriptions einfallen. Nicht mehr als 156 Zeichen (inkl. Leerzeichen), inkl. Hauptkeyword, und 1-2 Proof-Terms pro Meta Description...	
Gliederung der Inhalte des Blog Post (Worüber möchten Sie schreiben?)	Hauptpunkte = H2 Überschriften ; Unterpunkte = H3 Überschriften	
Themen für Unterartikel	Oft werden zusätzliche Artikel für das Gesamtverständnis benötigt. Entweder Sie verlinken auf externe Informationen oder Sie erstellen einen Sub-Post. Notieren Sie die Themen, die Sie separat - als Sub-Post - aufführen wollen.	
Zusammenfassung/ Fazit	Man merkt sich nicht viel! Zählen Sie die 3 wichtigsten Dinge nochmal auf. Das was man sich merkt ist, dass man hier - zu gegebener Zeit - die Informationen findet, die einem bereits geholfen haben. Und bleiben Sie authentisch.	

Schritt 2) Mögliche Überschriften für die Headline

Die Headline ist das erste und wichtigste Element, um **die Aufmerksamkeit** Ihrer Leser zu wecken. Die Überschrift ist nur dann relevant, wenn ein direkter Nutzen für den Leser angedeutet wird.

Vergleichen und analysieren der Mitstreiter:

Ähnliche Headlines zum Thema von der Konkurrenz.	Headlines	url

Ihre Versionen:

Mögliche Headlines Headline = Title = H1= url	

Schreiben Sie jede Headline - die Ihnen, vor, während und nach dem Text einfällt - auf! Entscheiden Sie sich nicht sofort.

Kontrollieren Sie:

- Ist ein Kundennutzen ersichtlich?
- Wurde das Keyword platziert?
- Es ist von Vorteil, wenn das Keyword zu Beginn der Headline platziert wird.
- Regt die Headline zum Lesen an? Ist sie interessant für die Zielgruppe?
- Was schreiben die Mitstreiter für Headlines? Unterscheidet sich die Headline?
- Umschreibt die Headline auch wirklich den Inhalt?

Können Sie diese Fragen mit "Yes" beantworten, dann machen Sie weiter!

Schritt 3) Verbesserung des einleitenden Textes

Sie erinnern sich... Sie bekommen niemals eine zweite Chance um **das Interesse** Ihrer Leser zu wecken! Der eröffnende und einleitende Text ist Ihre Chance den Leser davon zu überzeugen, dass er einen Vorteil hat, wenn er den Artikel weiter ließt.

Notieren Sie sich 2-3 Varianten und wählen Sie eine:

Einleitung V1	
Einleitung V2	
Einleitung V3	

Wenn Sie die 3 Versionen fertig haben, fragen Sie sich selbst:

- Habe ich das Problem klar und deutlich beschrieben?
- Wird eine Lösung vorgeschlagen oder angerissen bzw. Welches Problem wird gelöst?
- Welchen Vorteil habe ich, wenn ich den Artikel lese?
- Habe ich eine Konversation provoziert? (Habe ich eine Frage gestellt, die der Leser sich in diesem Zusammenhang auch stellen würde oder ein Typisches Beispiel dass das Problem ausführlich beschreibt?)
- Haben Sie das Hauptkeyword im ersten Satz und mehrere Synonyme im ersten Absatz?

Können Sie diese 4 Fragen nicht konkret mit "Yes" beantworten, dann schreiben Sie die Einleitung nochmal!

Schritt 4) Eigene Meta-Description optimieren

Die Meta description ist die Inhaltsvorschau im Google Snippet. Ist sie im <header> nicht direkt definiert, wird automatisch der erste Satz unter der H1 Überschrift genommen. Das ist allerdings eine "kann" Regel von Google und wird nicht immer zu treffen! Definieren Sie eine eigene!

Hier ist wichtig, dass Ergebnisse aufgezählt werden. Was hat der Leser tolles zu erwarten, wenn er auf dieses Suchergebnis klickt..?

Beachten Sie:

Eine Frage stellt der Suchende zuvor in der Suchleiste. In der Meta Description geben Sie Antworten auf die Frage!

Vergleichen und analysieren der Mitstreiter:

Ähnliche Headlines zum Thema von der Konkurrenz.	Description	url

Ihre Versionen:

Description V1	
Description V2	
Description V3	

Schritt 5) Artikel für die OnPage Suchmaschinenoptimierung vorbereiten

Die Aufmerksamkeit des Besuchers erhalten Sie durch eine Top Platzierung in den Suchergebnissen. Was Sie dazu benötigen ist eine:

- Interessante Überschrift (Headline für Google und Artikel)
- Interessante Meta-Description (Beschreibung im Google Snippet)

Wenn Sie **Onpage Suchmaschinenoptimierung** über das Knie brechen wollen, dann tun Sie folgendes:

16 Old School SEO Kriterien für das Texten:

1. Das Keyword muss - so früh wie möglich - in der url vorkommen.
2. Titel muss das Keyword enthalten oder das Keyword selbst sein.
3. Erste Überschrift muss H1 sein.
4. Erster Satz sollte mit dem Keyword anfangen.
5. 3-5 Sätze Text müssen ein oder 2 Synonyme für das Keyword enthalten
6. Keyword in H2 und H3 Überschrift
7. Video bzw. Bilder mit Titel und ALT-Text (Keyword)
8. 1-2 relevante Links mit Ankertext und Zitat, viele externe und interne Links setzen
9. Keyword im Fließtext mind. einmal je **FETT**, *KURSIV* und UNTERSTRICHEN.
10. Geotags mit Google Maps, HTML, oder Plugins für strukturierte Daten.
11. Bilder müssen ALT-Text und Titel (Keyword) haben, denn damit steigen Bilder auch im Ranking.
12. Listen - geordnet oder ungeordnet - sind gut für Suchmaschinen und Besucher.
13. Vermeiden Sie duplicate Content und achten sie die Urheberrechte!
14. Autorbox mit Datum auf jedem Artikel, da die Möglichkeit besteht, als Presseartikel zu ranken.
15. Interne Links am Ende, damit Google und Besucher weiter auf der Website bleiben.
16. Download zusätzlicher und zusammenfassender Informationen.

Zur Info:

Wenn Ihre Sie viele Backlinks bekommen sind einige SEO OnPage Faktoren für Texte nicht mehr sooo relevant!

- Anzahl der Keywords (Keyword density)
- Keyword muss am Anfang des einleitenden Textes stehen
- und einige mehr!

in den Fokus rutschen dann die Faktoren, die zur Steigerung der Customer Experience (CX) entscheidend sind!

- Media Dateien und die internen sowie ausgehenden Links

Schritt 6) Tipps für den guten Artikel

- Aufzählungen verwenden
- Veranschaulichungen verwenden
 - Verwenden Sie anschauliche Beispiele aus der Praxis ihrer Zielgruppe um Themen verständlicher zu vermitteln!
 - Vermitteln Sie über Grundlagen, Diagramme, Analysen, Abbildungen usw.
- Strukturieren Sie komplizierte Themen einfach. Brechen Sie die Struktur herunter auf das wesentliche.
 - Grenzen Sie Ihr Thema ein! Keine Ausschweifungen. Nur Themen die direkt zum Ziel führen. Alles andere wird verlinkt.
- Schreiben Sie mit Leidenschaft - man merkt es, wenn jemand sein Thema mag!
 - Beantworten Sie nicht nur die Fragen. Geben Sie Anleitungen um die Etappenziele zu erreichen!
 - Inspirieren Sie die Leser Anleitungen auszuprobieren und mitzuarbeiten.
- Interagieren Sie mit dem Leser. Geben Sie ihm das Gefühl, dass sie ihn verstehen.
- Stellen Sie, neben gut recherchierten und strukturierten zielgruppenrelevanten Informationen, etwas zur Verfügung.
 - Worksheets, Checklisten, Infografiken, vorgefertigte Tabellen, usw.
- Gehen Sie immer erst dann auf Grundlagen ein, wenn Sie in einem Kapitel benötigt werden. (Anders wie bei einer Diplom oder Masterarbeit...)
- Versuchen Sie nicht etwas zu verkaufen bevor das Thema abgearbeitet wurde.

Weitere Tipps zum schreiben von Blogartikel finden Sie auf der Infografik oder im Blogartikel selbst.