

Acht Prüfpunkte für deine Keywordrecherche

Leg diese Liste neben das Ergebnis deiner Agentur oder deines Mitarbeiters. Hak ab, was erfüllt ist. Jeder offene Punkt ist eine Rückfrage wert.

- ☐ **1. Steht zu jedem Begriff eine Suchzahl mit Gebiet und Datum?**
Ohne Datum und Gebiet weißt du nicht, ob die Zahl für Deutschland, Südbaden oder deine Stadt gilt und ob sie noch stimmt.

- ☐ **2. Ist zu jedem Begriff eingeschätzt, was der Suchende will?**
Sucht er einen Betrieb, vergleicht er Preise oder will er nur etwas wissen? Nur die ersten beiden bringen dir Aufträge.

- ☐ **3. Hat jede wichtige Leistung genau eine Seite?**
Jeder Begriff gehört zu einer Seite. Fehlt die Seite noch, steht im Plan, dass sie kommt.

- ☐ **4. Sind die Fragen und Wörter deines Teams eingeflossen?**
Was deine Kunden am Telefon sagen, kennt kein Werkzeug. Frag nach, wo die Liste deines Teams im Ergebnis auftaucht.

- ☐ **5. Sind deine Orte dabei, auch ohne Suchzahl?**
Für viele Orte zeigt der Keyword-Planer keine Zahl. Gesucht wird trotzdem. Deine wichtigsten Orte gehören in den Plan, aber nicht als Seite für jedes Dorf mit fast gleichem Text.

- ☐ **6. Sind Begriffe aussortiert, hinter denen kein Auftrag steckt?**
Große Zahlen wie bei „tapete kaufen“ bringen Leser, aber selten Kunden. Sie gehören nicht an den Anfang des Plans.

- ☐ **7. Ist die Saison eingeplant?**
Wird eine Leistung vor allem im Frühjahr oder Sommer gesucht, muss ihre Seite vorher fertig sein.

- ☐ **8. Sagt der Plan, welche Seiten zuerst kommen und warum?**
Eine Reihenfolge mit Begründung zeigt, dass jemand nachgedacht hat. Eine Tabelle mit Tausenden Begriffen zeigt das nicht.