Meldung | Nachrichten | News & Facts | Pressemitteilung

© powered by premiumpresse.de

http://www.premiumpresse.de/marketing-marktforschung/seo-domainkonzept-welche-strategie-fuer-den-erfolg-PR1491598.html

SEO-Domainkonzept: Welche Strategie für den Erfolg?

Viele deutsche Unternehmen expandieren auf den internationalen Markt. Ein strukturiertes und technisch integriertes SEO-Domainkonzept birgt enormes Traffic-Potenzial fÃ¼r die verschiedenen Webseiten. Wie ein strategischer Linkaufbau und gezielte Suchmaschinenoptimierung den Erfolg internationaler Webseiten sichern kÃ¶nnen, hat Christian Weckopp, GeschÃ¤ftsfÃ¼hrer und Account Director der TWT Online Marketing GmbH, in seinem Vortrag auf der dmexco vorgestellt.

Ein detailliertes SEO-Domainkonzept legt fest, welche Internetadressen durch die Unternehmensseiten genutzt werden, wie diese aufgebaut sind und fÃ¼r eine optimale Sichtbarkeit in Suchmaschinen miteinander vernetzt werden. HÃ¤ufig ergeben sich Fragestellungen in Bezug zu Umsetzung und Inhalte landesspezifischer Webseiten, Sprachversionen oder dem Serverstandort. Die Strukturierung von Haupt-, Neben- und Subdomains ist dabei entscheidend fÃ¼r die Auffindbarkeit in der Suchmaschine und die Relevanz fÃ¼r eine Hierarchie innerhalb der Unternehmensseiten. Laut TWT bieten sich drei verschiedene Strategien an:

1) Einsatz von landesspezifischen Top-Level-Domains (z.B. .de oder .fr) Durch eine Top-Level-Domain erlangt der Webauftritt eines Unternehmens oder einer Marke hohe Relevanz in den lokalen ZielmÃ¤rkten. Das fÃ¼hrt zu einer hohen Klickrate und erleichtert den natÃ¼rlichen Linkaufbau mit einer starken lokalen Markenbekanntheit. Pro Zielland sollte zur Umsetzung der Top-Level-Domain eine eigene Ressource fÃ¼r Linkaufbau und Betreuung zur VerfÃ¼gung stehen. Allerdings mÃ¼ssen die HÃ¼rden fÃ¼r Aufbau der LinkpopularitÃ¤t und Vertrauen der Suchmaschine fÃ¼r ein gutes Ranking genommen werden.

2) Die Wahl von Unterverzeichnissen (z.B. .com/de)

Bei der Integration von Unterverzeichnissen wird das Vertrauen der Suchmaschine in die alte globale Domain automatisch auf das Verzeichnis vererbt. Dank Geotargeting in den Google Webmastertools kann die Landesausrichtung festgelegt werden, sodass ein dezidierter Linkaufbau nicht unbedingt fÃ¼r eine Sichtbarkeit in der Suchmaschine notwendig ist. Jedoch ist die Relevanz in den lokalen ZielmÃ¤rkten geringer und wirkt sich mindernd auf Klickrate und den natÃ¼rlichen Linkaufbau aus.

3) Die Subdomain als LÃ¤nderseiten (de.domain.com)

Die Suchmaschine behandelt Subdomains Ã¤hnlich wie Top-Level-Domains. Daher verwendet Google diese selbst nur bei eigenstÃ¤ndigen Webseiten. Zwar besteht Bezug zur Hauptdomain, aber nur eine minimale Vererbung des Vertrauens der Suchmaschine. Subdomains ermÃ¶glichen Geotargeting Ã¼ber Google Webmastertools sowie ein einfaches lokales Hosting. Aber die LÃ¤nderkennung „de.domain.com“ am Anfang der Webseiten-Adresse widerspricht der gelernten Nutzung als „www“-Eingabe.

“Auch hier greift das Prinzip: Es hÃ¤ngt davon ab! Wenn die MÃ¶glichkeit besteht lokale Ressourcen zu nutzen und eine hohe Markenbekanntheit vorliegt, ist die Umsetzung der LÃ¤nderversionen auf Top-Level-Domains vorzuziehen. Andernfalls raten wir zu einem dedizierten Verzeichnis, da hier die Startvoraussetzungen zum Ranking hÃ¶her sind”, so Christian Weckopp.

Weitere Informationen zum SEO-Domainkonzept und Download der Pressemitteilung unter: http://www.twt.de/news/blog/seo-domainkonzept-welche-strategie-fur-den-erfolg.html

Weitere Informationen zu TWT Interactive:

www.twt.de

Ãœber TWT

TWT Interactive ist eine Full Service Internet-Agentur fÃ¼r eBusiness, Online-Marketing und digitale MarkenfÃ¼hrung. Dabei deckt TWT die gesamte digitale WertschÃ¶pfungskette ab: Konzeption, Kreation, Technologie und Service fÃ¼r Internet, Mobile, Social Media sowie crossmediale Kampagnen. Seit 1995 unterstÃ¼tzt TWT namhafte Unternehmen bei der Optimierung ihrer Marketing-, Vertriebs- und Kommunikationsprozesse. Kunden sind u.a: 3M, CBR, Deutsche Bank, Runners Point, Praktiker, TÃœV, Bayer, Henkel, ToysRUs, Deutsche Telekom, Kaufhof, Knauf, LANXESS und TK Maxx.

TWT zÃ¤hlt zu den fÃ¼hrenden QualitÃ¤ts-Agenturen des Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW), ist zertifizierter Ausbildungsbetrieb sowie Green Agency und unterhÃ¤lt zahlreiche strategische Partnerschaften zu fÃ¼hrenden Online-Unternehmen wie z.B. Google.

Anmerkung von premiumpresse.de: Das Copyright von auf premiumpresse.de aufgeführten Bildern und Texten liegt ausschließlich beim Herausgeber/Verfasser der zum Bild/Text zugehörigen Meldung und darf ohne Erlaubnis der in der jeweiligen Meldung genannten Herausgeber/Verfasser/Urheber nicht weiterverarbeitet oder in jeglicher Form verwendet werden. Ausschließlich der Verfasser/Herausgeber der jeweiligen Meldung ist für Art, Beschaffenheit und deren Inhalt sowie beigefügte Texte, Bilder und Tonmaterial verantwortlich. premiumpresse.de kann keinerlei Haftung für Wahrheitsgehalt, Vollständigkeit und/oder Korrektheit veröffentlichter Meldungen übernehmen. Diese als PDF generierte Meldung ist ausschließlich dahingehend zu verwenden, dass sie dazu dient, online wie offline gelesen zu werden. Eine Speicherung und/oder Wiedergabe sowie weitere interne wie externe Verwendung jeglicher Art und Zugänglichmachung an Dritte ist aus Gründen des Urheberrechtes untersagt.