<h1>Das Geheimnis der <strong>Long Tail Keywords</strong> und wie Du diese effektiv einsetzt</h1>

<p>Hinter dem englischen Begriff <strong>Longtail</strong> verbirgt sich ganz verbal gesagt die Bezeichnung <strong>langer Schwanz</strong>. Doch was bedeuten Wörter mit sinnbildlichem <strong>Ratenschwanz</strong> ins Deutsche übersetzt genau, wirst Du Dich jetzt fragen? Es handelt es sich dabei um eine Begrifflichkeit aus – Du ahnst es sicher bereits – dem <strong>Online Marketing</strong>. Sie sind relativ <strong>speziell</strong>, stellenweise <strong>kompliziert</strong> und werden auch gar nicht allzu häufig <strong>genutzt</strong>, beziehungsweise <strong>gesucht</strong>. Allerdings sind die <strong>umfangreichen Wortgruppen</strong>, die ein <strong>Long Tail Keyword</strong> bilden deswegen auch nicht zu hart umkämpft. In der Regel handelt es sich bei den besagten <strong>Long Tail Keywords</strong> sogar um eine <strong>Kombination</strong> aus mehreren Keywords. Oftmals besteht ein Long Tail Keyword jedoch auch aus einer Aneinanderreihung nicht zwangsläufig sinnverwandter Wörter. Geprägt wurde der Begriff des Long Tail Keywords vom US-amerikanischen Journalisten <strong>Chris Anderson</strong>, der in seinem Buch <strong>The Long Tail</strong> im Jahre 2006 erstmals auf die zielgerichtete Ansprache von Nutzergruppen im Netz mit Nischenprodukten aufmerksam machte. Anstatt einfach reguläre <strong>Keywords</strong> zu verwenden, gehen <strong>Long Tail Keywords</strong> folglich mehr ins Detail und grenzen die entsprechende <strong>Suchanfrage</strong> für <strong>Produkte</strong> und <strong>Dienstleistungen</strong> auf eine engere Zielgruppe ein. Fand der Begriff des <strong>Long Tail Keywords</strong> zunächst nur Anklang in der <strong>Finanz- und Versicherungsbranche</strong>, hat sich dieser jedoch schnell auch in der Welt der <strong>Nischenstrategien</strong> etabliert. Damit sind <strong>Long Tail Keywords</strong> vor allem auch für Dich als potenziellen Betreiber von <strong>Blogs</strong>, <strong>Webshops</strong> oder <strong>Webseiten</strong> interessant. Denn durch die Nutzung von Long Tail Keywords grenzt Du die Trefferquote Deiner möglichen Besucher extrem ein. Damit lockst Du schlussendlich nur jenen <strong>Traffic</strong> auf Deine Seiten, der auch tatsächlich Deiner Zielgruppe entspricht. Da <strong>Long Tail Keywords</strong> heute noch immer das A und das O einer effektiven <strong>Online Marketing-Strategie</strong> darstellen, sollen diese im Folgenden daher einmal Gegenstand unserer Betrachtungen sein. Wo werden <strong>Long Tail Keywords</strong> überhaupt eingesetzt? Wie können diese gefunden werden und worauf musst Du hier achten? Gibt es passende <strong>Tools</strong>? Und wie sorgen diese schlussendlich für <strong>mehr Traffic</strong> und pushen Deine individuelle Online Marketing-Strategie? Erfahre in den folgenden Abschnitten gern mehr darüber und tauche mit uns ein in die wundersame Welt der <strong>Long Tail Keywords</strong>.</p>

<h2>Wofür werden <strong>Long Tail Keywords</strong> nun überhaupt eingesetzt?</h2>

<p>Was <strong>Long Tail Keywords</strong> sind, dürften wir nun zumindest grob geklärt haben, doch wo kommen diese nun genau zum Einsatz? Die folgende Liste soll Dir zunächst ein paar Anregungen geben, wie und wo Du <strong>Long Tail Keywords</strong> effektiv einsetzen kannst:</p>

<ul>

<li>erzeuge mit Long Tail Keywords <strong>kürzere Trefferlisten</strong> (und damit für Dich qualitativ hochwertigeren Traffic)</li>

<li>verringere damit Deinen SEO-Optimierungsaufwand</li>

<li>verbessere damit Deine individuelle <strong>Abschlussrate</strong> (bessere Qualität der Besucher = mehr potenzielle Käufer)</li>

<li>verringere Deine <strong>Kosten pro Klick</strong> (oder auch: <strong>CPC</strong>)</li>

<li>günstigere Werbungskosten und preiswertere Kampagnen mit mehr Erfolg</li>

<li>sichere Dir mit Long Tail Keywords Deine <strong>eigene Nische</strong></li>

</ul>

<p>Wie Du siehst, werden <strong>Long Tail Keywords</strong> speziell dort eingesetzt, wo <strong>Qualität</strong> vor <strong>Quantität</strong> geht. Soll heißen: Anstatt Dich der Nutzung von <strong>generischen Keywords</strong> und damit der Ausrichtung auf <strong>Wald-und-Wiesen-Traffic</strong> zu verschreiben, setzt Du mit <strong>Long Tail Keywords</strong> auf eine speziell auf Dein Angebot ausgerichtete Zielgruppe. Locke damit nur jene Besucher auf Deine Seite, die für Deine <strong>Produkte</strong> oder <strong>Dienstleistungen</strong> sowie Deinen <strong>Content</strong> auch tatsächlich infrage kommen. <strong>Und noch ein weiteres Einsatzgebiet</strong>: Long Tail Keywords kommen überall dort zum Einsatz, wo bereits eine <strong>sehr hohe Konkurrenz vorherrschend</strong> ist und Du Dich mit Deinem Angebot von dieser abheben willst. Als Beispiel hierzu könnte das Keyword <strong>Smartphone kaufen</strong> dienen, welches vermutlich bereits stark frequentiert ist und deshalb sehr teuer sein könnte. Die Konkurrenz ist bei diesem Keyword ebenfalls sehr hoch, weshalb es Dir mit diesem Keyword schwerfallen wird, Dich gegen Deine Konkurrenz durchzusetzen. Eine geeignetere Keyword-Alternative wäre hierzu das Long Tail Keyword <strong>Apple Smartphone gebraucht kaufen in Berlin</strong>. Der Markt für gebrauchte Smartphones von Apple in Berlin ist sicherlich wesentlich kleiner, als der für Smartphones weltweit. Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass <strong>Long Tail Keywords</strong> überall dort zum Einsatz kommen, wo:</p>

<ol>

<li>Du eine sehr <strong><u>spezielle Zielgruppe</u></strong> ansprechen willst</li>

<li>wo ein hohes Maß an <strong><u>Konkurrenz</u></strong> vorherrscht</li>

<li>Du <strong><u>Kosten</u></strong> bei Deiner individuellen Online Marketing-Kampagne einsparen möchtest/musst</li>

<li>Du <strong><u>qualitativ hochwertigeren Traffic</u></strong> erzeugen möchtest</li>

</ol>

<p>Doch wie kommst Du nun zu den vorteilhaften <strong>Long Tail Keywords</strong> und welche <strong>Tools</strong> kannst Du für die Suche verwenden? Ließ darüber gern mehr in den nun folgenden Abschnitten.</p>

<h2>So gehen <strong>Long Tail Keywords</strong> – von der Suche bis hin zur richtigen Zusammenstellung und dem Einsatz</h2>

<h3><strong><u>Schritt 1</u></strong>: <i>Die Suche nach den perfekten <strong>Long Tail Keywords</strong></i></h3>

<p>Die Bedürfnisse und Wünsche Deiner Kunden zu kennen, ist in der heutigen Online-Welt leider nicht mehr genug. Nebst eines unschlagbaren USP solltest Du daher vor allem auch auf unschlagbare Keywords, beziehungsweise <strong>Long Tail Keywords</strong> setzen. Hier stellt die <strong><u>Keyword-Recherche</u></strong> der Startpunkt Deiner Bemühungen dar. Werfen wir daher zunächst einen genaueren Blick auf die Vorgehensweise bei der Suche nach den passenden Long Tail Keywords:</p>

<ol>

<li><strong>Themen-Recherche</strong> – finde zunächst <u><i>Themen</i></u> und <u><i>Unterthemen</i></u> heraus, die Du abdecken willst und stelle Dir dafür interessante <u><i>Keyword-Kombinationen</i></u> zusammen</li>

<li><strong>Keyword-Recherche</strong> – durch den Einsatz von <u><i>W-Fragen</i></u> recherchierst Du mögliche Long Tail Keywords für Deine Hauptkeywords</li>

<li><strong>Google Search Console</strong> – Du hast bereits Deine eigene Webseite? – Fein! Bleibe aber auch dann „am Ball“, da Google <u><i>pro Jahr rund 15 Prozent weitere Suchanfragen hinzufügt</i></u>, die es vorher noch nicht gab</li>

<li><strong>Konkurrenzanalyse</strong> – hole Dir gern auch ein paar Keywords oder Long Tail Keywords bei Deiner Konkurrenz ab und schaue nach, wo es sich für Dich noch lohnen kann</li>

</ol>

<p>Bei der <strong>Suche</strong> nach den passenden <strong>Long Tail Keywords</strong> solltest Du Dich zudem nicht nur auf Dein individuelles Bauchgefühl verlassen, sondern am besten effektive <strong>Tools</strong> dafür einsetzen. Diese unterstützen Dich in erster Linie dabei, attraktive Long Tail Keywords zu entwickeln, diese auf deren Konkurrenz sowie Suchrelevanz abzuchecken und diese schlussendlich auch adäquat zu nutzen. Zunächst solltest Du Dich also mit der <strong>Recherche</strong> Deiner Long Tail Keywords befassen. Speziell für diesen Bereich gibt es Reihe von Tools, die wir Dir natürlich nicht vorenthalten wollen:</p>

<ul>

<li><strong>keywordtool.io</strong> (präsentiert Dir zu jedem, beliebigen Keyword ein passendes Long Tail Keyword)</li>

<li><strong>W-Fragen-Tool</strong> (dieses Tool generiert dir W-Fragen, welche Deine User auf der Suche nach Deinen Keywords bei Google eingegeben haben)</li>

<li><strong>HyperSuggest</strong> (Long Tail Keywords, W-Fragen, ergänzende Wörter können vor oder hinter dem entsprechenden Keyword eingefügt werden)</li>

<li><strong>Answerthepublic</strong> (endlose Fülle nützlicher Anregungen für Long Tail Keywords sowie spezifische Suchanfragen)</li>

</ul>

<p>Doch wie nun genau starten und die genannten Tools mit Informationen für die Suche nach Deinen individuellen Long Tail Keywords bestücken? Hierfür ist es für Dich zunächst das Beste, einfach <strong><u>bei Google aktiv</u></strong> zu werden und ein paar mögliche <strong>Keywords</strong> in die Suchzeile einzugeben. Die <strong>Auto-Vervollständigung</strong> wird Dir dann zu jedem Keyword noch weitere Keywords vorschlagen – stellenweise auch thematisch passende <strong>Long Tail Keywords</strong>. Jeder weiter Du in den Suchvorschlägen nach unten rutschst, desto <strong>spezifischer</strong> werden die Suchanfragen und damit auch immer interessanter für Dich! Nutze unbedingt auch das Kontrollkästchen <strong>People also ask</strong> sowie den Bereich <strong>Searches related to</strong>, um Deine Suche noch mehr zu erweitern. Sämtliche Keywords und Long Tail Keywords, die für Dich interessant klingen, notierst Du Dir zunächst und begibst Dich dann in Dein individuelles <strong>Long Tail Keyword Tool</strong>. Der große Vorteil an einem solchen Tool ist nicht nur, dass es Dir weitere Vorschläge macht, sondern vor allem auch, dass es Dir jede Menge Zeit einspart. Finde damit in Sekundenschnelle weitere Vorschläge und werte diese entsprechend nach der Suchrelevanz aus. Nutze dafür zum Beispiel <strong>Volumenfilter</strong> sowie KPIs wie den <strong>Cost-per-Click</strong> (kurz: <strong>CPC</strong>). Finde mit den besagten Tools Long Tail Keywords in beliebiger Länge – von drei bis vier Wörtern bis hin zu zehn Wörtern Länge. Wie bereits angeschnitten, solltest Du aber auch Deine <strong>Konkurrenz</strong> im Auge behalten! Das praktische Tool <strong>Keyword-Gap</strong> ermöglicht Dir darüber hinaus die <strong>Spionage</strong> sämtlicher Long Tails, die Deine Konkurrenz bereits nutzt. Mit dem Tool kannst Du <strong>bis zu vier Mitbewerber</strong> eingeben und analysieren lassen. Evaluiere damit, ob es für Dich Sinn macht, gegen diesen Konkurrenten anzutreten oder ob Du Dein Long Tail Keyword lieber grundsätzlich anders ausrichten solltest. Finde damit also heraus, wo noch Platz für Dich da ist und wo Du schnell und unkompliziert ranken kannst.</p>

<h3><strong><u>Schritt 2</u></strong>: <i>Wähle nun die perfekten <strong>Long Tail Keywords</strong> aus</i></h3>

<p>Da die <strong>Recherche</strong> nach passenden <strong>Long Tail Keywords</strong> nun abgeschlossen ist, geht es nun darum, die richtigen Long Tails <strong>auszuwählen</strong>. Du hast also einen umfassenden Keyword-Katalog an möglichen Aspiranten vor Dir liegen und weißt auf den ersten Blick nicht so richtig, für welche der <strong>Long Tail Keywords</strong> Du Dich schlussendlich entscheiden sollst? Ein sehr wichtiges <strong>Auswahlkriterium</strong> sollte für Dich an dieser Stelle aber immer noch das <strong>Suchvolumen</strong> sein. Dieses gibt an, wieviel <strong>User</strong> innerhalb eines bestimmten Zeitabschnitts nach dem betreffenden Keyword (oder in diesem Fall Long Tail Keyword) suchen. So kannst Du zunächst das sogenannte <strong>Traffic-Potenzial</strong> Deiner Long Tails abschätzen. Nutze dafür am besten das praktische Tool <strong>Google Trends</strong>, welches Dir den <strong>monatlichen Durchschnittswert</strong> Deiner Long Tail Keywords anzeigen wird. Je nach <strong>Saison</strong>, beziehungsweise <strong>Region</strong> werden sich die Trends völlig voneinander unterscheiden. Ist doch aber klar: Keywords mit dem Begriff <strong>Weihnachten</strong> dürften um die Weihnachtszeit sicher besser ranken, als im Hochsommer. Deine Keywords sind darüber hinaus auch <strong>regionsabhängig</strong>. Im <strong>Google Ads Keyword Tool</strong> kannst Du neben saisonalen Aspekten daher auch <strong>regionale</strong> Unterscheidungen vornehmen und filtern. Sortiere Dir die <strong>Long Tail Keywords</strong> Deiner Wahl dann nach dem entsprechenden Suchvolumen und mache so jene Keywords mit dem größten Potential ausfindig. Jene setzt Du dann ganz effektiv in <strong>Meta-Tags</strong>, <strong>Überschriften</strong> sowie in Deinem <strong>Content</strong> ein, um in Deiner <strong>Nische</strong> besser zu ranken. Doch dazu in nächsten Abschnitt ein wenig mehr Informationen.</p>

<h3><strong><u>Schritt 3</u></strong>: <i>Pflanze Deine <strong>Long Tail Keywords</strong> organisch ein</i></h3>

<p>Nachdem Du die passenden <strong>Long Tail Keywords</strong> gefunden und ausgewählt hast, geht es nun quasi ans Eingemachte. Hier geht es schlussendlich darum, die betreffenden Long Tails auch möglichst effektiv in Deine Inhalte einpflanzen zu lassen. Und damit sei nicht nur Dein eigentlicher <strong>Content</strong> gemeint, sondern vor allem auch Deine <strong>Überschriften</strong>, Deine <strong>Meta-Tags</strong>, Deine <strong>Meta-Description</strong> sowie Deine <strong>URL</strong>. Denn damit Deine Long Tail Keywords richtig funktionieren können, müssen diese zunächst im Zusammenspiel mit Deiner <strong>URL</strong> sowie Deinem <strong>Title-Tag</strong> genutzt werden. Achte hier jedoch vor allem darauf, dass die URL nicht zu unschlüssig oder nicht gut einprägsam dadurch klingt. Im nächsten Schritt geht es dann auch schon an die inhaltsseitigen Anpassungen. Hier baust Du Deine Long Tails ganz <strong>organisch</strong> in Deinen <strong>Content</strong> ein. Also vor allem auch in Deine <strong>Überschriften</strong>, als <strong>Untertitel Deiner Bilder</strong> sowie in Deine <strong>Tabellen und Listen</strong> ein. Das Stichwort <strong>organisch</strong> ist an dieser Stelle besonders ernst zu nehmen. Denn seit dem <strong>Google-Panda-</strong>, beziehungsweise dem <strong>Google-Pengiun-Update</strong> lautet die Devise nicht einfach mehr: So viele Keywords wie möglich auf möglichst geringem Raum! So kommt es bei der Verwendung von <strong>Long Tail Keywords</strong> allgemein mehr auf eine <strong>zielgerichtete Ausrichtung</strong> an – Qualität vor Quantität! Deine <strong>Überschriften</strong> solltest Du Dir hier als Erstes vornehmen:</p>

<ul>

<li>trage alle <strong>Long Tail Keywords</strong> für Deine <strong>Überschriften</strong> zunächst in einer Excel-Liste zusammen (der Übersichtlichkeit halber)</li>

<li>finde dann <strong>virale Themen</strong> aus Deiner Branche heraus (Social Media ist hierfür ein guter Anlaufpunkt oder nutze hierfür gern auch <strong>BuzzSumo</strong>)</li>

<li>erstelle dann eigene, virale Überschriften mit organisch eingesetzten Long Tail Keywords</li>

</ul>

<p>Bleibt noch die Frage, wie Du Deine <strong>Long Tail Keywords</strong> auch <strong>organisch</strong> in Deine Texte einfließen lassen kannst? Im Folgenden daher ein paar gute Ratschläge für Dich:</p>

<ul>

<li>baue Deine <strong>Long Tail Keywords</strong> vor allem auch in Deine <strong>Einleitungen</strong> (100 bis 200 Wörter) ein</li>

<li>pflanze Deine Long Tail Keywords auch in <strong>Unterüberschriften</strong> ein</li>

<li>eine <strong>Keyworddichte</strong> von <strong>1 bis 2 Prozent</strong> gilt für Google als <strong>akzeptabel</strong> und bietet Dir den höchsten Wirkungsgrad</li>

<li>setze zudem auf eine <strong>überzeugende Zusammenfassung</strong> am Ende des Textes (in dieser ähnlich vorgehen, wie bei der Einleitung)</li>

</ul>

<h3><strong><u>Schritt 4</u></strong>: <i>Beantworte mit Deinen <strong>Long Tail Keywords</strong> auch <strong>Suchanfragen</strong> zur <strong>Google Sprachsuche</strong></i></h3>

<p>Galt <strong>schriftlicher Content</strong> bislang als Maß aller Dinge, ändern sich nicht zuletzt aufgrund von <strong>Alexa</strong> und Co. jetzt die Dinge grundlegend. Aktuell gibt es derzeit etwa <strong>10 Millionen Smart Speaker</strong> auf dem Markt – pro Jahr kommen momentan etwa <strong>10 Millionen weitere</strong> dazu. Ein Potential, welches Du mit Deinen <strong>Long Tail Keywords</strong>, beziehungsweise Deiner individuellen Online Marketing-Strategie natürlich ebenso abgreifen solltest. Suchanfragen kommen daher mittlerweile nicht mehr nur <strong>in Schriftform</strong>, sondern auch <strong>in Sprachform</strong> bei <strong>Google</strong> an. Da Besucher, die über die Sprachsuche auf Deine Seiten gelangen, oftmals <strong>in ganzen Sätzen</strong> sprechen, eignen sich folglich <strong>Long Tail Keywords</strong> nahezu perfekt dafür. Daher solltest Du Deine Inhalte auch zum Zwecke der Sprachsuche mit hochwertigen Long Tail Keywords anreichern. Wichtig ist dabei, dass diese <strong>so nah wie möglich</strong> am tatsächlichen Sprachgebrauch sind. Hier noch einmal eine zusammenfassende Liste über <strong><i>Eigenschaften von Usern, die die Sprachsuche nutzen</i></strong>:</p>

<ul>

<li>sie sprechen in ganzen Sätzen</li>

<li>haben es oftmals eilig</li>

<li>nutzen <strong>Umgangssprache</strong></li>

</ul>

<h2>Ein paar hieb- und stichfeste Gründe für <strong>Long Tail Keywords</strong></h2>

<p>Nachdem Dir nun etwas klarer sein dürfte, <strong>was Long Tail Keywords überhaupt sind</strong>, wie Du diese <strong>findest</strong>, <strong>auswählst</strong> und <strong>organisch</strong> in Deinen <strong>Content</strong> einpflegst, möchten wir an dieser Stelle noch etwas Werbung für Long Tail Keywords machen. Oder besser: Dir überzeugende Argumente dafür liefern, warum auch Du künftig unbedingt auf <strong>Long Tail Keywords</strong> setzen solltest und welche Nachteile es für Dich bringt, dies nicht zu tun.</p>

<h3><strong><i>Grund 1</i></strong>: Ranke mit Long Tail Keywords besser als Deine Konkurrenz</h3>

<p>Gemäß einer <strong>Studie des US-Unternehmens Conductor</strong> aus New York kannst Du durch den Einsatz von Long Tail Keywords mit OnPage-Optimierung im Schnitt <strong><u>6,31 Prozent</u></strong> besser ranken, als Deine Konkurrenz. Verwendest Du hingegen nur einfache Keywords, sind es nur <strong><u>4,63 Prozent</u></strong>. Und jetzt wird es besonders spannend: Nutzt du einfache Keywords oder Long Tail Keywords jedoch <strong>ohne OnPage-Optimierung</strong>, so wirst Du von Google in der Regel mit <strong><u>1,06</u></strong>, beziehungsweise <strong><u>1,36 Prozent</u></strong> weniger Ranking abgestraft. Fakt ist also: Du kannst Long Tail Keywords nicht nur einsetzen, Du <strong>musst</strong> es sogar, um langfristig Erfolg mit Deiner individuellen Online Marketing-Strategie zu haben.</p>

<h3><strong><i>Grund 2</i></strong>: Die meisten User durchsuchen das Netz mithilfe von Long Tail Keywords</h3>

<p>Seit <strong>2016</strong> kannst Du für die Suche in Google mehr Wörter verwenden, als vorher. <strong>Long Tail Keywords</strong> sind seit diesem Zeitpunkt wichtiger als je zuvor. Das gilt vor allem für die <strong>Optimierung mobiler Webseiten</strong>. In Verbindung mit der <strong>Generierung von Long Tail Keywords</strong> solltest Du daher immer im Hinterkopf behalten, dass Deine Besucher:</p>

<ul>

<li>..irgendetwas tun möchten</li>

<li>..irgendetwas lernen möchten</li>

<li>..oder irgendwohin gelangen möchten</li>

</ul>

<p>Wer also eine Suchmaschine nutzt, der möchte aktiv werden oder sich entsprechend Informationen beschaffen. Eine derartige Suche lässt sich oftmals nicht <strong>mit einem einfachen Keyword</strong> beschreiben. Statt <strong><i>Auto kaufen</i></strong> oder <strong><i>Auto reparieren</i></strong> suchen User bei <strong>Google</strong> viel häufiger nach zum Beispiel <strong><i>Auto gebraucht in Berlin kaufen</i></strong> oder <strong><i>Auto in Hamburg reparieren lassen</i></strong>. Der Sinn dahinter ist es, die bestmöglichen <strong>Produkte</strong> oder <strong>Dienstleistungen</strong> mit bestimmten Eigenschaften, an bestimmten Orten oder auf bestimmte Art und Weise zu bekommen. Der Großteil aller <strong>Suchanfragen</strong> (nämlich bisweilen über <strong><u>70 Prozent</u></strong>) geschieht heutzutage über <strong>mobile Endgeräte</strong> wie zum Beispiel Smartphones oder Tablets. Gehen wir noch weiter ins Detail: Speziell Suchanfragen, wofür <strong>Long Tail Keywords</strong> nahezu ideal sind, werden deutlich häufiger über mobile Endgeräte erstellt. Macht es klick? Wer mithilfe mobiler Endgeräte surft, der möchte häufig <strong>unterwegs</strong> an hilfreiche Informationen gelangen. Daher solltest Du bei Deiner individuellen <strong>Long Tail Keyword-Strategie</strong> unbedingt auch auf diese Zielgruppe eingehen und auch mobile-optimierte Long Tails einbauen.</p>

<h3><strong><i>Grund 3</i></strong>: Mithilfe von <strong>Long Tail Keywords</strong> bist Du inhaltlich immer auf der richtigen Seite</h3>

<p>Lautete die Devise bei <strong>Google</strong> früher eher <strong>Keywords, Keywords und nochmal Keywords</strong>, so wird mittlerweile viel mehr Wert auf <strong>kontextbasierte Suchergebnisse</strong> gelegt. Und auch in Zukunft ist mit weiteren <strong>Google-Updates</strong> zu rechnen, bei denen es inhaltlich wertlosen SEO-Konstrukten noch mehr an den Kragen gehen wird. Wichtig sind bisweilen <strong>kontextbasierte</strong> und vor allem <strong>exakte Formulierungen</strong>.</p>

<h3><strong><i>Grund 4</i></strong>: <strong>Long Tail Keywords</strong> verbessern Deine Conversion-Rates</h3>

<p>Eine gutstrukturierte <strong>Landing-Pages</strong> realisiert Dir im Schnitt eine <strong>Conversion-Rate</strong> von um die <strong>11 bis 12 Prozent</strong> – zumindest schafft dies statistisch gesehen jede zehnte Landing-Page. Setzt Du jedoch auf den Einsatz von <strong>Long Tail Keywords</strong>, so kannst Du Deine Conversion Rate auf bis zu <strong>35 Prozent</strong> steigern. Warum ist das so? Kurz und knapp: Der durch Long Tail Keywords erzeugte <strong>Traffic</strong> ist <strong>qualitativ deutlich hochwertiger</strong>. Denn jemand, der nach einem speziellen Produkt sucht und sich dafür vielerlei Schlagworte und Formulierungen bedient, der will in der Regel auch tatsächlich kaufen. Noch besser ist es da für Dich, wenn Du mit Deinen <strong>Long Tail Keywords</strong> eine <strong>lukrative Nische</strong> bedienst. Zudem ist es für Dich wesentlich günstiger, auf Long Tail Keywords zu setzen. Du schlägst diesbezüglich also gleich zwei Fliegen mit einer Klappe:</p>

<ol>  
<li>der Einsatz von <strong>Long Tail Keywords</strong> ist für Dich kostengünstiger (da deutlich weniger SEO-Aufwand)</li>

<li>du erzielst eine <strong>höhere Conversion-Rate</strong> (und damit auch deutlich mehr Umsatz)</li>

</ol>

<h2>Ein paar abschließende Worte für Deine individuelle <strong>Long Tail Keyword</strong>-Optimierung</h2>

<p>Wie Du nun erfahren hast, steckt hinter der <strong>Long Tail Keyword</strong>-Optimierung zwar viel Arbeit und vor allem auch Zeit, die sich Endeffekt aber für Dich lohnen kann. Um noch einmal alle wichtigen Punkte der vergangenen Abschnitte zusammenzufassen, haben wir daher praktische <strong>Checkliste</strong> für Dich erstellt. Für die Umsetzung Deiner individuellen <strong>Long Tail Keyword</strong>-Strategie gehst Du daher am besten folgendermaßen vor:<br>

<p><strong><u>Keyword-Recherche</u></strong><br>

<p>Nutze neben dem <strong>Keyword-Planner</strong> von <strong>Google</strong> aber auch <strong>Google Suggest</strong> sowie die <strong>Google-Suchvorschläge</strong> („User suchten auch nach..“), <strong>Übersuggest</strong> und das <strong>W-Fragen-Tool</strong> dafür. Mache Dir damit einen Überblick über mögliche <strong>Long Tail Keywords</strong>, die Du Dir in Schritt 1 auch erst einmal notierst – fertig!<br>

<p><strong><u>Long Tail Keywords auswählen</u></strong><br>

<p>Wähle die für Dich infrage kommenden <strong>Long Tail Keywords</strong> aus, indem Du diese anhand von <strong>Suchtrends</strong> sowie dem entsprechenden <strong>Suchvolumen</strong>. Nutze dafür <strong>Tools</strong> wie zum Beispiel <strong>Google Trends</strong> sowie den <strong>Google Keyword Planner</strong>. Markiere Dir in Deiner Liste dann sämtliche <strong>Long Tail Keywords</strong>, die für Deine Inhalte brauchbar sind.<br>

<p><strong><u>Long Tail Keywords einsetzen</u></strong><br>

<p>Nun setzt Du Deine <strong>Long Tail Keywords</strong> in Deine Inhalte ein. Pflanze diese organisch in Deine <strong>Überschriften</strong>, <strong>Einleitungen</strong> sowie <strong>Texte</strong> und bediene dadurch auch die <strong>Google-Sprachsuche</strong>. Durch eine ganzheitliche <strong>OnPage-Optimierung</strong> Deines Contents und das Einpflegen von <strong>Long Tail Keywords</strong> wird sich Dein Ranking schon nach kurzer Zeit verbessern. Mit <strong>Tools</strong> wie zum Beispiel <strong>Sistrix Smart</strong>, <strong>SERPmojo</strong> oder <strong>Rankalyst</strong> kannst Du die Effektivität Deiner <strong>Long Tail Keyword</strong>-Strategie zudem jederzeit nachtracken.<br>

<p>Zu guter Letzt noch ein paar Tipps: Da <strong>Google</strong> immer mehr Wert auf <strong>qualitativ hochwertigen Content</strong> legt, der relevant und aktuell ist, solltest Du natürlich auch hier „am Ball bleiben“. Versorge Deine Community daher regelmäßig mit hochwertigem Content, der <strong>Mehrwert</strong> stiftet. Aktualisiere Deine <strong>Long Tail Keywords</strong> zudem regelmäßig, denn auch hier gilt es Trends zu beachten. Um jedoch insgesamt noch besser zu ranken, solltest Du Dich schlussendlich auch nicht ausschließlich auf Deine <strong>Long Tail Keywords</strong> verlassen. Für ein gutes Ranking bei <strong>Google</strong> sind unterm Strich nämlich auch die folgenden Dinge wichtig:</p>

<ul>

<li>benutzerfreundlicher Seitenaufbau</li>

<li>gute und schnelle Ladefähigkeit Deiner Webseite</li>

<li>Plug-ins</li>

<li>mobile Optimierung Deiner Inhalte</li>

<li>vor allem Mehrwert</li>

<li>OffPage-Maßnahmen</li>

</ul>

<p>Schlussendlich stellt die <strong>Optimierung</strong> auf <strong>längere Suchanfragen</strong> (sprich: <strong>Long Tail Keywords</strong>) an sich schon längst die gängige Praxis dar. Die Implementierung Deiner individuellen <strong>Long Tail Keyword</strong>-Strategie stellt jedoch kein Hexenwerk dar und lässt sich auch fortlaufend umsetzen. Du kannst Dich also entweder an die Erstellung einer komplett neuen Webseite mit dieser Strategie machen oder Du optimierst Deine bereits bestehenden Webinhalte damit. Da auch in Zukunft mit weiteren <strong>Google Algorithmus-Updates</strong> zu rechnen ist, die immer mehr wertlose Suchinhalte abstrafen, solltest Du aber vor allem auch auf Content in Verbindung mit den <strong>Long Tail Keywords</strong> setzen. Wir wünschen Dir nun viel Erfolg bei Deiner individuellen <strong>Long Tail Keyword</strong>-Strategie und natürlich <strong>Content</strong>, reich an Mehrwert!</p>