



search**metrics**

Make it visible.

Search & Content
in Perfektion

Mojo



- SEO Rank (#12.484)
- Paid Rank (#0)
- Link Rank (#4.252)
- Social Rank (#18.389)

- SEO Rank** Zeigt wie gut unsere Seite bei Google in den SERPs rankt. Zur Bewertung wird ein Set aus Keywords geprüft. Dieses Set wird für alle verglichenen Seiten herangezogen. Relevant sind dabei alle Suchergebnisse auf den ersten 50 Platzierungen der SERPs. Bei allen von Searchmetrics geprüften Seiten in Deutschland landen wir auf Platz 12.484.
- Paid Rank** Gibt es nur bei der Verwendung von Google AdWords
- Link Rank** Setzt die Backlinks, die auf unsere Seite verweisen in Relation mit denen der verglichenen Webseiten.
- Social Rank** Zeigt die Interaktion der User mit unseren Posts auf den sozialen Netzwerken und stellt diese in Relation mit den anderen verglichenen Seiten.

Desktop vs. Mobil

■ SEO Visibility



1.953

-4,78%



■ Mobile SEO Visibility

BETA



1.704

+0,24%

- SEO Visibility** Errechnet sich anhand der Keywords, die in den ersten 50 Suchergebnissen bei Suchmaschinen gefunden werden. Dabei wird ein Set von Keywords zusammengestellt, auf welches unsere Seite rankt. Gleiches gilt für die mobile SEO Visibility.

Visibility

Weekly



Unsere Visibility fällt stetig ab.

SEO Rank

#12.484



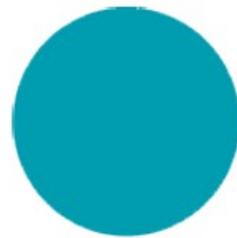
Der SEO Rank, zeigt, auf welcher Position wir mit dem Keywordset von Searchmetrics ranken.

Der beste, **vergleichbarer Mitbewerber** rankt mit dem gleichen Keywordset auf Position 6.863!

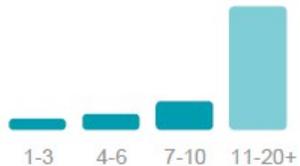
Organic Keywords

11.096

100,00%



Positionsverteilung



1.710

Seite 1 Keywords

SEO Value

4.552,00 €

SEO Value Potential

79.765,00 €

Unsere Seite rankt mit 11.096 Keywords unter den ersten 50 Suchtreffern.

Davon sind 1.710 Suchbegriffe / Keywords auf Seite 1, also den ersten 10 Suchtreffern.

Dieser Wert gibt an, wieviel Geld wir über AdWords ausgeben müßten um die 1.710 Keywords aus den ersten 10 Suchergebnissen auf diese Position zu bekommen, wenn wir diese Keywords nicht haben würden!

Dieser Wert gibt an, wieviel Geld wir mit AdWords ausgeben müßten um die restlichen, rankenden Keywords (11.096 - 1.710) auf die erste Suchergebnisseite zu bekommen.

Organic Keywords

Analyse der Organic Keywords, also Keywords die direkt in den Suchmaschinen ranken.

An Position 1 klar unserer Eigenname. Heißt, wenn der Begriff "schwäbische post" in der Suchmaschine eingegeben wird, hat dieser

einen Treffer von Platz 1 in den SERPs und einen Traffic Index von 6.788. Dieser Wert entspricht den Klicks auf dieses Suchergebnis.

Top Organic Keywords

Weekly

Keyword	Pos.	Traffic Index	CPC
schwäbische post	1	6.788	0,32 €
schwäpo aalen	1	1.032	0,31 €
schwäbische post aalen	1	836	0,51 €
schwaepo	1	648	0,79 €
vfr aalen	5	324	1,30 €
schwäbische zeitung	12	200	0,25 €
schwäpo.de	1	192	n/a
aalener nachrichten	3	176	0,10 €
post	16	148	0,58 €
bopfingen	6	132	0,28 €

Gewinner/Verlierer Keywords

Weekly

Keyword	Pos.	Trend	Δ Traffic Index
schwäbische zeitung	12	1 ↑	
heidenheimer zeitung	10	16 ↑	
gmünder tagespost	12	89 ↑	
mietgesuche	11	6 ↑	
aalen	25	15 ↑	
post	16	-5 ↓	
gmünder tagespost	n/a	-88 ↓	
bopfingen	6	-1 ↓	
te connectivity	15	-2 ↓	
sexbilder	37	-8 ↓	

Top URLs von schwaebische-post.de

30 Long Tail



URL	Anzahl der Keywords	Traffic Index	Pos.	SEO Value
http://www.schwaebische-post.de/	380	13.529	10	3.298 €
http://www.schwaebische-post.de/regional/aalen/	101	2.588	11	1.073 €

Hier wird ein SEO Potential errechnet. Grundlage dafür bildet ein Keywordset, welches für unsere Webseite zurechtgeschnitten ist. Das Ziel dieser Grafik ist relativ einfach zu verstehen. Ziel: Möglichst viele Punkte nach rechts unten bekommen.

Nimmt man den Punkt ganz rechts als Beispiel: Dieser ist die Landingpage der Schwäbischen Post. Die Landingpage rankt mit 380 Keywords in den den ersten 50 Suchergebnissen und generiert damit einen sehr guten Traffic Index von 13.529.

Im Vergleich zu Mitbewerben auf dieses Keywordset (380 Keywords) Ranken wir allerdings sehr weit hinten in den SERPs, Pos. 10. Dieses Potential gilt es zu minimieren, um zusätzliche Reichweiten zu generieren. Also den Punkt nach unten auf dem Diagramm zu bekommen.

facebook.com

Wettbewerbs-Keywords



2.184

von 5.473.781

Traffic Index



14.995 16.450

» Vergleichen

schwaebische.de

Wettbewerbs-Keywords



1.758

von 105.734

Traffic Index



7.381 15.146

» Vergleichen

wikipedia.org

Wettbewerbs-Keywords



1.632

von 10.481.838

Traffic Index

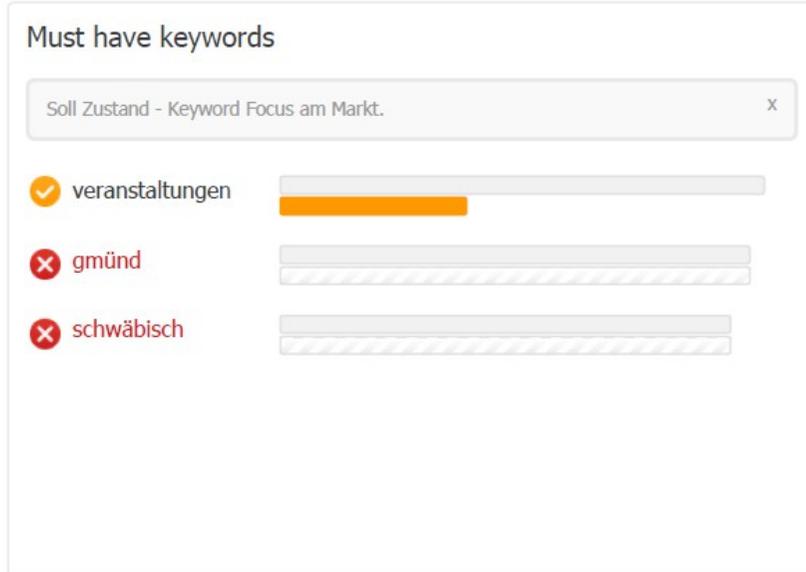


14.320 24.528

» Vergleichen

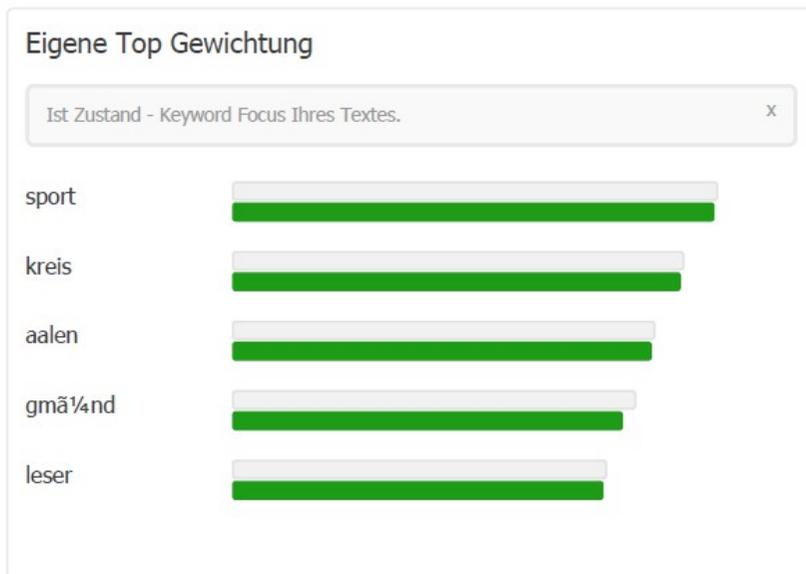
1. URL zu Keywordanalyse.
2. Seiten, die auf die Keywords der Seite aus 1. ranken.

Keyword	URL ^①	Suchmaschine	Neustart
veranstaltungen schwäbi	http://www.schwaebische-post.de/veranstaltungen/veranstaltungen/	 Deutschland	
Weitere Keywords	Analysierte URLs ^②		
gmünd veranstaltungen	http://www.schwaebische-post.de/veranstaltungen/veranstaltungen/		
schwäbisch gmünd verar	www.fernuni-hagen.de/stuttgart/veranstaltungen/index_region.shtml		
veranstaltungen gmünd	www.weinmusketier-gmuend.de/veranstaltungen		
veranstaltungskalender s	www.schwaebisch-gmuend.de/55-Veranstaltungen_Kalender.html		
	www.eventim.de/congresscentrum-stadtgarten-schwaebischgmuend.html?affilia		
	www.xaver.de/veranstaltungskalender		
	www.villa-hirzel.de/veranstaltungen/veranstaltungskalender/veranstaltungskaler		
	www.kirchenbezirk-gmuend.de/veranstaltungen/		
	www.villa-hirzel.de/veranstaltungen/runder-salon/runder-salon.html		
	www.gmuendersommer.de/		
	www.easyticket.de/veranstaltungsort/ccs-stadtgarten-schwaebisch-gmuend/		
	veranstaltungen.meinestadt.de/schwaebisch-gmuend/konzerte/alle		
	www.lcl-bw.de/pb/,Lde/Startseite/Akademie Laendlicher Raum/Veranstaltungen		
	www.remstal-route.de/Veranstaltungskalender.205.0.html		
	www.gmuendereule.de/programm/veranstaltungen.html		
	www.veranstaltung-baden-wuerttemberg.de/veranstaltungen-schwaebisch-gmu		
	www.auf-reisen.de/de/ARFesteliste_0.asp?IOS=101389&OUMK=30		
	veranstaltungen.meinestadt.de/schwaebisch-gmuend		
	www.auf-reisen.de/de/Veranstaltungen_Feste_0.asp?IOS=101389&OUMK=30		
	stadtgmueund.at/veranstaltungen/		
	www.virtualnights.com/schwaebisch-gmuend/events		
	veranstaltungen.schwaebische.de/		
	www.remstotal.de/veranstaltungen-schwaebisch-gmuend.html		
	www.gmuend.at/system/web/veranstaltung.aspx?menuonr=218858336		
	www.muensterbauverein.org/Veranstaltungen		
	www.gmuender-tagespost.de/veranstaltungen/veranstaltungen/		
	www.volksbank-gmuend.de/wir-fuer-sie/veranstaltungen.html		
	www.regionactive.de/location/schwaebisch-gmuend/a-l-s-o-kulturcafe-PsqTn76D5		



Welche Keywords ranken besonders gut auf den Mitbewerberseiten - must have um gegen diese konkurrieren zu können.

- Keyword: Veranstaltungen: wird auf unseren Seiten zwar verwendet, auf Mitbewerberseiten aber häufiger!
- Gmünd: wird auf Mitbewerberseiten verwendet, fehlt bei uns.
- ...



Für diese Begriffe ranken wir bereits sehr gut. Wobei der Begriff **gmã¼nd** keine Relevanz haben dürfte, anhand seiner Häufigkeit auf unseren Seiten aber als Keyword definiert wurde.

Kein normaler User wird jemals die html Schreibweise für Umlaute bei Google eingeben!

Einzel-Keywords (1 bis 25 von 250)

Die analysierten Keywords im Überblick. Für Experten zur Sortierung und Filterung. x

Keyword	Relevanz	Dokumente in %	max. Gewichtung	Eigene Gewichtung	Eigene Häufigkeit	<input type="checkbox"/>
 veranstaltungen ▼	<div style="width: 38.63%;"><div style="width: 38.63%;"></div></div> 38,63	97,4%	0,55	0,22	4	<input type="checkbox"/>
 gmünd ▼	<div style="width: 40.50%;"><div style="width: 40.50%;"></div></div> 40,50	86,8%	0,53			<input type="checkbox"/>
 schwäbisch ▼	<div style="width: 39.99%;"><div style="width: 39.99%;"></div></div> 39,99	84,2%	0,51			<input type="checkbox"/>
september ▼	<div style="width: 66.23%;"><div style="width: 66.23%;"></div></div> 66,23	47,4%	0,58	0,26	6	<input type="checkbox"/>
stuttgart ▼	<div style="width: 56.32%;"><div style="width: 56.32%;"></div></div> 56,32	52,6%	0,53	0,29	8	<input type="checkbox"/>
sport ▼	<div style="width: 70.25%;"><div style="width: 70.25%;"></div></div> 70,25	36,8%	0,54	0,54	54	<input type="checkbox"/>
konzerte ▼	<div style="width: 63.85%;"><div style="width: 63.85%;"></div></div> 63,85	36,8%	0,49			<input type="checkbox"/>
 tickets ▼	<div style="width: 97.66%;"><div style="width: 97.66%;"></div></div> 97,66	23,7%	0,59			<input type="checkbox"/>
informationen ▼	<div style="width: 46.18%;"><div style="width: 46.18%;"></div></div> 46,18	47,4%	0,41			<input type="checkbox"/>
baden ▼	<div style="width: 63.52%;"><div style="width: 63.52%;"></div></div> 63,52	34,2%	0,46	0,15	2	<input type="checkbox"/>
aalen ▼	<div style="width: 69.78%;"><div style="width: 69.78%;"></div></div> 69,78	28,9%	0,47	0,47	32	<input type="checkbox"/>
freitag ▼	<div style="width: 58.93%;"><div style="width: 58.93%;"></div></div> 58,93	34,2%	0,43	0,09	1	<input type="checkbox"/>

Das Keyword "veranstaltungen" hat eine Relevanz von 38,63 und wird zu 97,4% der überprüften Webseiten verwendet. Die Gewichtung dieses Keywords liegt bei den Mitbewerbern bei 0,55 und bei uns bei 0,22, bei einer Verwendungshäufigkeit von 4 x.

Nach dem letzten großen Google Update "Hummingbird" wird nicht nur das einzelnen, exacte Keyword gewertet, sondern auch dessen Synonyme. Diese werden ebenfalls in dem kleine DropDown-Pfeil rechts neben dem Keyword angezeigt.

ESSENTIALS

0 bis 149.- €

SUITE

ab 800.- €