

## Online Business mit WordPress – Schritt 11 = Keyword-Planer

Kategorien : [Allgemein](#)

Schlagwörter : [WordPress](#)

Datum : 23. November 2016



Im Online Business ist es sehr wichtig zu wissen, nach welchen Begriffen wie oft in Google gesucht wird. Hierdurch erfährt man, was die Leute interessiert und welche Themen man behandeln sollte auf der eigenen Website.

In diesem Artikel stelle ich euch Möglichkeiten zur Recherche und Priorisierung von Suchphrasen vor. Zu besserer Übersicht liste ich in diesem r23-Artikel die meiner Ansicht nach besten

verfügbaren Keyword-Tools.

## Dieser Artikel ist Teil einer Artikelserie:

[Artikelserie zum Thema Online Business mit WordPress](#)

[Schritt 1 = Planung und Vorbereitung](#)

[Schritt 2 = Domainname](#)

[Schritt 3 = Content Planung](#)

[Schritt 4 = WordPress Installation](#)

[Schritt 5 = Piwik Installation](#)

[Schritt 6 = Verschiedene Nutzerkonten einrichten](#)

[Schritt 7 = WordPress Einstellungen](#)

[Schritt 8 = Suchmaschinenoptimierung für mehr Kunden & Umsatz](#)

[Schritt 9 = Beiträge optimieren mit dem SEO Plugin von Yoast](#)

[Schritt 10 = WordPress Plugins für Einsteiger](#)

**Schritt 11 = Keyword-Planer**

[Schritt 12 = Soziale Netzwerke in Yoast SEO konfigurieren](#)

[Schritt 13 = Personal Branding - Die ICH-Marke](#)

[Schritt 14 = WordPress Themes - Responsive Webdesign](#)

[Schritt 15 = WordPress absichern](#)

Schritt 16 = Blog-Vermarktung

## Keyword Recherche

Bevor ich zu den Keyword-Planer komme, noch kurz ein paar Worte, warum es überhaupt wichtig ist zu wissen, nach welchen Begriffen wie oft gesucht wird.

Um online erfolgreich zu sein, muss man von potenziellen Kunden erst mal im Internet gefunden werden. Viele Wege führen auf eine Website, doch meist ist es der über Suchmaschinen wie Google. Mittels [Suchmaschinenoptimierung](#) sorgt man dafür, dass die eigene Seite in den Suchergebnissen möglichst weit oben steht.

Da man zukünftig nicht nur unter einem Schlüsselwort gefunden werden möchte, ist es enorm wichtig, von Anfang an mehrere Seiten festzulegen, bei denen auch die Google-Suche Keywords bestimmt werden. Der Titel der Unterseite kann durch gezielte Auswahl der Schlüsselwörter mithilfe den Keyword-Tools in diesem r23-Artikel erfolgreich festgelegt werden. Auch von dir angebotene Leistungen sind durch das Anlegen einer neuen Unterseite besser bei Google auffindbar.

**Geräte kaufen keine Produkte, sondern Menschen.** Nicht für abstrakte Geschäftsfelder oder Spezialgebiete, sondern für Menschen sind unsere Leistungen bestimmt. Optimierte deine Texte

nicht für Suchmaschinen sondern für Menschen. Biete mit deinen Inhalten Antworten auf die individuelle Suchabsicht, die sich hinter den eingegebenen Keywords verbergen.

Potenzielle Kunden mit den richtigen Inhalten, zur richtigen Zeit erreichen – das ist der Kern einer [Content-Marketing-Strategie](#). Doch wie stellt man fest, welches die richtigen Inhalte sind?

## Inhaltsverzeichnis

1. [Google-Keyword-Planer](#)
2. [Google Trend](#)
3. [Google Autocomplete](#)
4. [WikiMindMap](#)
5. [Semager](#)
6. [Answer the Public](#)
7. [Übersuggest](#)
8. [Höre deiner Zielgruppen zu!](#)
9. [Fange klein an!](#)

## Google-Keyword-Planer

Nutzern des [Google-Keyword-Planers](#) stehen zu Beginn drei verschiedene Möglichkeiten zur Auswahl. Der erste Menüpunkt gilt der Anzeigenplanung, der zweite Menüpunkt der Leistungsermittlung von Keywords und der dritte Menüpunkt der Zusammenführung mehrerer Keyword-Listen.

Wer ein [Online Business mit WordPress](#) inklusive der Keyword-Recherche über Google planen möchte, startet in der Regel über den ersten Menüpunkt. Du kannst damit nach Ideen für Keywords suchen, die mögliche Leistung einer Keyword-Liste aufrufen und sogar mehrere Keyword-Listen zu einer neuen Keyword-Liste verknüpfen. Das AdWords-Tool bietet dir so die Möglichkeit, sinnvolle Begriffe für Deine Blog-Beiträge festzulegen.

## Google Trend

Sehe dir [aktuelle Trends](#), Daten und Visualisierungen von Google an. Finde heraus, was gerade in deiner Nähe im Trend ist. Die Frage, ob die Zahl der zukünftigen Suchanfragen für einen bestimmten Begriff steigt oder sinkt, ist relevant für den Bereich der [Suchmaschinenoptimierung](#). Mit Google Trends lassen sich Keywords identifizieren, die unter Umständen nicht mehr den nötigen Traffic bringen.

## Google Autocomplete

Google Suggest (auch Google Autocomplete) ist eine Erweiterung der Internet-Suchmaschine Google zur Vorschlagssuche, bei der während des Tippens eines Suchworts bereits beliebte Stichwörter, die ein entsprechendes Präfix besitzen, mit einer geschätzten Trefferzahl aufgelistet werden. Der Name leitet sich vom englischen "to suggest" = vorschlagen ab.

## WikiMindMap

[WikiMindMap](#): Generiert MindMaps mit ähnlichen Begriffen anhand von Wikipedia.

## Semager

Ich mag die visuelle Darstellung des semantischen Umfelds zu Begriffen von [semager.de](#). Auf „Semager.de“ kann man sehr gut verwandte Keywords finden: <http://www.semager.de/keywords/> – Das Tool ermittelt Synonyme, erweiterte Suchbegriffe sowie Assoziationen zu einem Keyword.

## Answer the Public

[answerthepublic.com](#): Visuelle Keyword-Recherche: Fragen zum Keyword. Was kann Answer the Public? Ein etwas mürrisch aussehende "Seeker" begrüßt dich mit gelangweiltem Gesichtsausdruck auf der Startseite.

In einem recht gut gemachten Video erklärt der "Seeker" wie wichtig eine smarte Herangehensweise ist, wenn es darum geht, möglichst viele Suchende auf die eigene Seite zu bringen:

## Video: The Seeker

[The Seeker](#) from [Propellernet](#) on [Vimeo](#).

## Übersuggest

Mit Übersuggest kannst du die Funktionen von [Google Suggest](#) voll ausnutzen. Der Webdienst

ermittelt zum eingegebenen Suchbegriff alle durch Google ausgelieferten Keyword-Vorschläge.

## Höre deiner Zielgruppen zu!

Deine Kunden wissen, was sie wollen. Sie sind bestens informiert und geben jenem Unternehmen den Vorzug, das ihnen einen „Mehrwert“ bietet. Finde daher heraus, was deine Kunden bewegt, bevor du in die Content-Produktion einsteigst.

Die Konzentration auf eine Zielgruppe, das Vorstoßen in die Marktnische... all das propagierte Wolfgang Mewes bereits Ende der 60-er Jahre und erwies sich damit als revolutionärer Vordenker. Im folgenden Video erzählt Prof. h. c. Wolfgang Mewes etwas über die Gründung der von ihm begründeten [Engpass Konzentrierten Strategie EKS®](#):

## Video: Wolfgang Mewes im Interview

## Fange klein an!

Konzentriere dich am Anfang auf kleinere Content-Stücke und [entwickele deine Inhalte nach dem Lean-Prinzip](#). Erstelle einige kurze Posts für deinen Blog und beobachte, wie sie bei deiner Zielgruppe ankommen. So findest du mit geringem Risiko heraus, ob deine Themen wirklich relevant sind. Im nächsten Schritt kannst du dann auch größere Content-Stücke entwickeln. So setzt du Geld und Zeit intelligent ein, um Content zu schaffen, der ins Schwarze trifft.

## Kostenpflichtige Keyword-Planer

Neben den oben genannten kostenlosen Keyword-Tools gibt es unzählige kostenpflichtige Angebote.

## Jetzt bist du gefragt!

Hast du Anregungen, Ergänzungen, einen Fehler gefunden oder ist dieser Beitrag nicht mehr aktuell? Dann freue ich mich auf deinen Kommentar.

Du kannst diesen Beitrag natürlich auch weiterempfehlen. Ich bin dir für jede Unterstützung dankbar!

(Bild: [Macrovector](#) / [Shutterstock.com](#))

## **Verwandeln Sie Ihren Commerce mit AR und 3D-Produktvisualisierung!**

Bei uns geht es um Techniken, die es schaffen, das Produkt zum Erlebnis zu machen. Virtual & Augmented Reality, 360 Grad-Videos, Darstellungen in 3D, virtuelle Showrooms. Die Besucher:innen sollen eintauchen in die Welt des Unternehmens mit immersiven Technologien.



Sie können uns mit der Erstellung von individuellen 3D-Visualisierungen beauftragen. Jeder kann 3D-Visualisierungen bei unserem Kreativservice bestellen - unabhängig davon, ob Sie nur ein einzelnes 3D-Modell benötigen oder viele.

Wir unterstützen Sie bei der Umsetzung Ihres Augmented Reality (AR) oder Virtual Reality (VR) Projektes! Egal ob [Produktfotografie](#), [3D Scan Service](#), [3D-Visualisierung](#) oder fertige [3D Modelle für AR/VR](#) – wir beraten Sie persönlich und unverbindlich.

### **Wo kann ich Anregungen, Lob oder Kritik äußern?**

Ihre Meinung ist uns wichtig! Schreiben Sie uns, was Ihnen in Bezug auf unser Angebot bewegt. [info@r23.de](mailto:info@r23.de)

## R23 — Ihr Atelier für Virtual Reality und interaktive Markenerlebnisse

Wünschen Sie ein individuelles Angebot auf Basis Ihrer aktuellen Vorlagen, nutzen Sie einfach unser [Anfrageformular](#).

## Online Business mit WordPress – Schritt 11 = Keyword-Planer



<https://blog.r23.de/online-business-mit-wordpress-schritt-10-keyword-planer/>

Besuchen Sie uns auch auf [Facebook](#) und [Twitter](#).

r23  
Thüringenstr. 20  
58135 Hagen  
Deutschland  
Telefon: 02331 / 9 23 21 29

E-Mail: [info@r23.de](mailto:info@r23.de)

Ust-IdNr.:DE250502477