

Checkliste Semantik

Mit diesem Formular stecken wir das Wortfeld ab, in dem sich ihr Unternehmen bewegt. Daraus leiten wir die notwendigen Metainformationen für ihre Website ab.

Zusammenfassung

Titel:

.....

Beschreibung:

.....

.....

Outline:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Schlüsselbegriffe:

.....

.....

.....

Firmenspezifische Information:

Name der Firma:

Muttergesellschaft und deren Abkömmlinge; Abkürzungen und falsche Schreibweisen

Firmenbeschreibung

Ein kurzer Abstract (ca. 150 Zeichen) über das Unternehmen

 Das Meta-Element ‚Description‘ erscheint oft in den Suchmaschinen-Ergebnissen

Schlüsselpersonen/-teams:

Aufzählen aller wichtigen Namen und Positionen im Unternehmen, inkl. Verschreiber und Geburtsname.

Titel der Startseite:

Eine treffende Phrase für ihre Website

 Das Titel-Element erscheint als klickbarer Link in Suchmaschinen Ergebnissen

Ort:

Sitz der Firma; Stammsitz und Ableger

Branchenspezifische Information

Begriffe und Schlagwörter:

branchenspezifische Termini, die ihre Produkte und Dienstleistung umschreiben.

Produkte und Dienstleistungen:

Benennung von Schlüsselprodukten, spezielle Produktbezeichnungen.

Benutzerzentrierte Informationen

Beispiel-Suchabfragen:


Mit welchen Begriffen sucht Ihr Zielpublikum nach Ihrer Website? Erfassen sie dieses Potential durch etliche Beispiel Suchabfragen. Beachten Sie dabei auch unterschiedliche Anlässe (Jobsucher, Investor Relations)

Contentspezifisch:

Wovon handelt ihre Website? Welche Art von Inhalten bieten sie an, die für Ihre Besucher interessant sein kann.

Unterseiten

Sie haben nicht nur die Startseite. Auf den Unterseiten handeln sie detailliert die Themen ab, die für Ihre Besucher von Bedeutung sind.

 Jede Ihrer Unterseiten erscheint mit dem dokumentspezifischen Meta-Element

Schlüsselphrasen:
Einzelne Begriffe sind oft zu pauschal und häufig kontextabhängig. Machen Sie Gebrauch von Phrasen; So ist z.B. "Ihr Berater bei Finanzierungsfragen in München" deutlich aussagekräftiger als die entsprechenden Einzelbegriffe. Versetzen Sie sich in die Lage ihres Besuchers, formulieren Sie die Fragen, auf die sie mit Ihren Produkten und Dienstleistungen eine Antwort haben.
