

Gute Internettex te: suchmaschinenoptimierter Unique Content

Warum müssen Internettex te einzigartig sein?

Text ist nicht gleich Text. Text e für das Internet unterliegen anderen Regeln als Text e für Printmedien. Der Text im Internet steht nicht alleine, sondern in Konkurrenz mit vielen anderen Texten, die den gleichen Zweck verfolgen: Es sollen Produkte und Dienstleistungen verkauft werden. Die erste Hürde, die Unternehmen die im Internet agieren wollen, nehmen müssen ist die Erarbeitung einer relevanten Sichtbarkeit in den Suchmaschinen-Ergebnis-Seiten.

Die Suchmaschinen entscheiden über die Textgüte

Die Suche nach bestimmten Webinhalten erfolgt in den meisten Fällen über Suchmaschinen wie Google, Bing oder Yahoo. Wer in den Ergebnislisten auf den vordersten Plätzen erscheint, ist daher klar im Vorteil gegenüber Mitbewerbern. Um diese Platzierungen zu erreichen, sollten die Text e suchmaschnenoptimiert sein. Die Suchmaschinen entscheiden darüber, was guter und weniger guter Content ist. Die Kriterien, die der Beurteilung zugrunde gelegt werden, befinden sich in ständigem Wandel. N nur eines bleibt stets gleich: Sinnvoll strukturierte Internetseiten mit einmaligen Texten, die an keiner anderen Stelle im Internet auftauchen und mit Schlüsselwörtern (Keywords), nach denen von den Internetusern gesucht wird, werden von den Suchmaschinen als relevant befunden und mit einer gut sichtbaren Platzierung in der Suchergebnis-Seite bedacht.

Wird auf einer Homepage auf mehreren Unterseiten identische Text e verwendet oder ist der Inhalt gar von anderen Homepages kopiert, wird dieser als Doublette, als „Duplicate Content“ gewertet und dadurch die Seite als weniger attraktiv eingestuft. Was zählt ist der einzigartige, der „Unique Content“. Wobei man unter Unique Content Inhalte von Webseiten versteht, die weder ganz noch teilweise an anderer Stelle im Web erscheinen. Ist eine Artikelbeschreibung beispielweise auf der Herstellerseite und in gleicher Form auf zahlreichen Shopseiten zu finden, langweilt der kopierte Inhalt nicht nur die Leser sondern wird von den Suchmaschinen ebenso als wenig interessant eingestuft. Durch diese Art von doppeltem Content nimmt sich das Unternehmen die Chance, wertvolle Top-Platzierungen in den Suchmaschinen zu belegen.

content.de – Content vom Profi!

content.de, der Marktplatz für suchmaschinenoptimierte Internettex te bietet Unternehmen, Domainern und Agenturen eine intelligente, technische Plattform, um bequem Text e mit den gewünschten Kriterien im Rahmen einer optimalen SEO-Strategie in Auftrag zu geben. Die Kombination aus durchdachter Technik und erfahrener Autoren, die mit Keywordvorgaben einen lesenswerten Text schreiben, macht content.de zu dem Innovationsführer unter den Content-Anbietern.

Der Innovationsführer für große Textvolumina

Wenn es um Internettexpte geht, hat ein Unternehmen oft eine große Anzahl an Texten zu bewältigen – seien es Produktbeschreibungen oder das Bestücken unterschiedlichster Themenseiten. Für die Abwicklung derart großer Text-Volumina, noch dazu mit suchmaschinenoptimierten Inhalten, stehen in vielen Unternehmen oftmals nicht ausreichend Kapazitäten zur Verfügung. Damit sich das Unternehmen seinen Kernkompetenzen widmen kann, stellt content.de auf seiner Plattform standardisierte Prozesse zur Verfügung, mit denen einfach und schnell auch große Textaufkommen zu bewältigt sind.

Zahlreiche technische Features erleichtern den Auftraggebern ihr Textmanagement ungemein. Ein Assistent führt durch den gesamten Auftragsprozess.

Auch Kunden, die auf der Suche nach einem Fullservice sind, sind bei der content.de AG an der richtigen Adresse. Vom Autorenbriefing bis hin zur Textkorrektur und Textfreigabe kann alles an die Textspezialisten ausgelagert werden.

Mit intelligenten Features zu optimalen Texten

Guter Service ist Ehrensache. Die Mitarbeiter von content.de sind immer ganz nah am Kunden und können mit ihrem geschulten inhouse Entwicklungsteam schnell auf Wünsche und Anregungen von Auftraggebern und Autoren reagieren. Daher besticht der Marktplatz durch seine zahlreichen Innovationen, mit denen er Standards in diesem Markt setzt. So war content.de der erste Content-Anbieter, bei dem Aufträge mit Keywords und Stoppwörter in Keywordphrasen berücksichtigt wurden versehen werden konnten. Die Einhaltung der geforderten Keyworddichte wird systemseitig, individuell je Kunde überprüft und deutlich sichtbar für die Auftraggeber dokumentiert. Die Möglichkeit, für jedes einzelne Keyword eine individuelle Dichte festzulegen, bietet derzeit nur content.de.

Ebenfalls ist es hier erstmals möglich, die Auftragsart „Group Order“ zu vergeben. Hierbei definiert der Auftraggeber eine Autorengruppe, die für seine Texterstellungen zuständig ist, um so eine gleichbleibende Qualität und Tonalität zu erzielen. Ein äußerst hilfreicher Pluspunkt ist die Korrekturen-Verfolgung, die es derzeit nur bei content.de gibt. Hier können alle Korrekturvorgänge eines Textes genau verfolgt werden, sodass Textbeurteilungen schnellstens möglich sind. Selbst für passendes Bildmaterial zum Text muss man nicht mehr die Plattform wechseln. Durch eine Kooperation mit dem Fotoanbieter Fotolia können auch Fotos gleich mitbestellt werden. Die fertiggestellte Text-/ Bildkombination kann bei Bedarf in das Content Management System des Kunden exportiert werden.

Dem Anspruch an Unique Content wird neben den Erfahrungen der Autoren auch systemseitig nachgegangen. Durch die Copyscape-Prüfung ist sichergestellt, dass der gleiche Text im Internet nicht noch einmal zu finden ist. Sowohl Texte als auch Autoren unterliegen einer ständigen Qualitätskontrolle und das nicht nur durch content.de, sondern durch alle Auftraggeber, die bei der Textabnahme ihr Urteil zu den Texten abgeben können.

Über content.de:

content.de ist ein Projekt der content.de AG in Herford, das mit mehr als 4.000 Autoren Unique Content u.a. für Domainbesitzer, SEOs und Shopbetreiber erstellt. Marius Ahlers betreut die Bereiche Produktentwicklung, Finanzen und Personal. Ralf Maciejewski ist für den Vertrieb und die Kundenbetreuung verantwortlich. Dr. Arne-Christian Sigge leitet den technischen Betrieb.

Kontakt:

content.de AG

Marius Ahlers

Vorstand Produktentwicklung content.de AG

Nordstr. 14 32051 Herford

Telefon: 0 52 21 / 8 54 99 – 0

Fax: 0 52 21 / 8 54 99 – 99

Web: www.content.de - E-Mail: presse2012@content.de