



SEO CAMPIXX 2013

UMZUGSHELPER SEO

{Kontakt | Fragen}



Chris Schulz

- SEO seit 2006
- selbständig als Berater seit 2009
- inhabergeführte Agentur in Leipzig seit 4/2012
- Kundenprojekte (Shops)
- Eigene Portale (Kinder & Familie)



[Twitter](#)



[Google+](#)



[Facebook](#)

{ FÜR WEN INTERESSANT? }

MIGRATION = RELAUNCH – SHOP/CMS – DOMAIN



- 1 Traffic-Verluste minimieren
- 2 Argumentationshilfe Budget & Ressourcen
- 3 Aus Fehlern lernen
- 4 Fallstricke erkennen
- 5 Umfang: Checkliste statt Tiefe



RELAUNCH

1

SHOP-SYSTEM

„Gemeinsam mit unserer IT sowie den E-Commerce-Spezialisten von *** haben wir den Relaunch erfolgreich umgesetzt. Mit dieser Lösung haben wir das Einkaufserlebnis für unsere Kundinnen und Kunden nochmals deutlich verbessert“.

Zeitspanne:

10.03.2011

- 10.03.2013

GO

Zoom:

1M

2M



Domain-+ Relaunch

1

SHOP



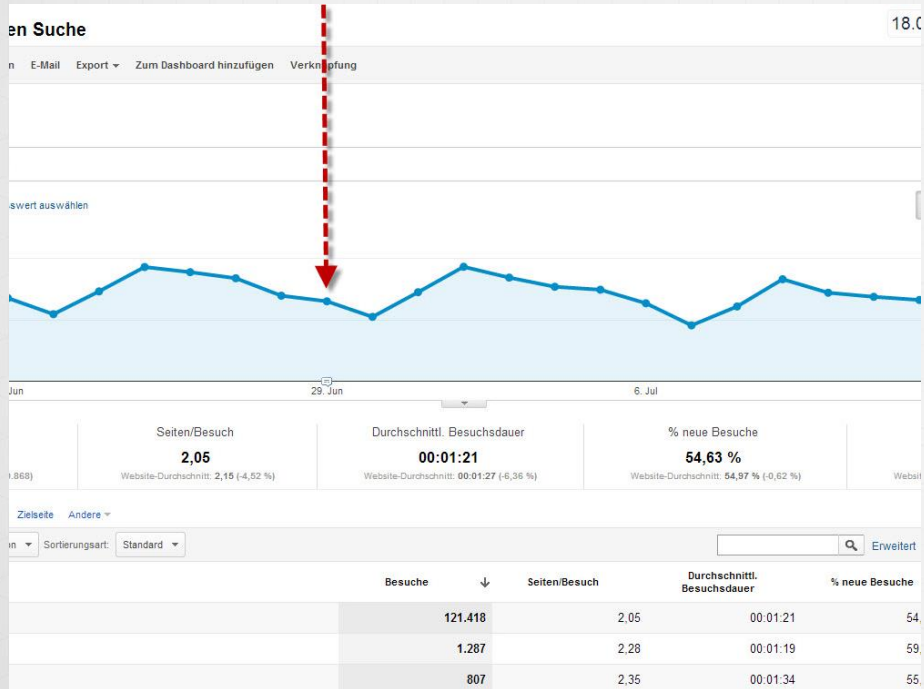
RELAUNCH

3

Zeitschrift

{ PRAXISBEISPIEL }

liliput-lounge.de



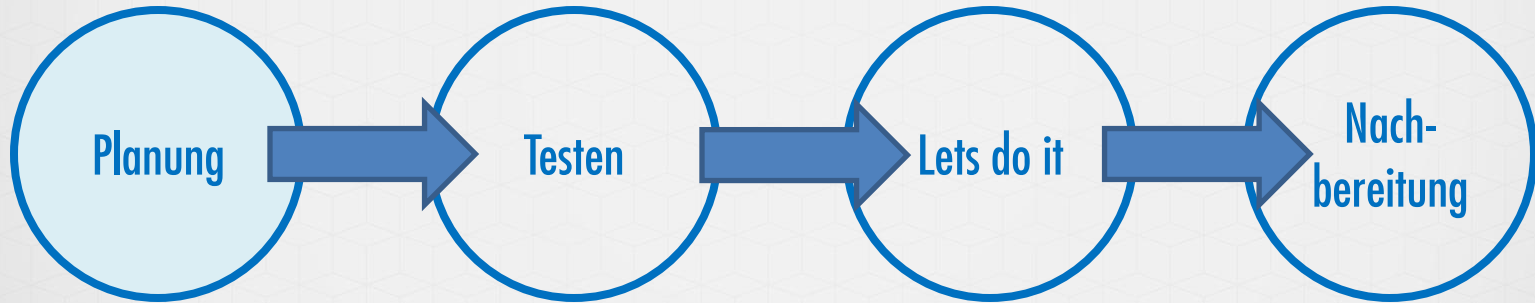
HINTERGRUND

Eltern-Portal mit Themen von Schwangerschaft, Baby bis Kindergarten, ca. 1000 Artikel, ca. 140.000 Besucher mtl.

WEBSITE

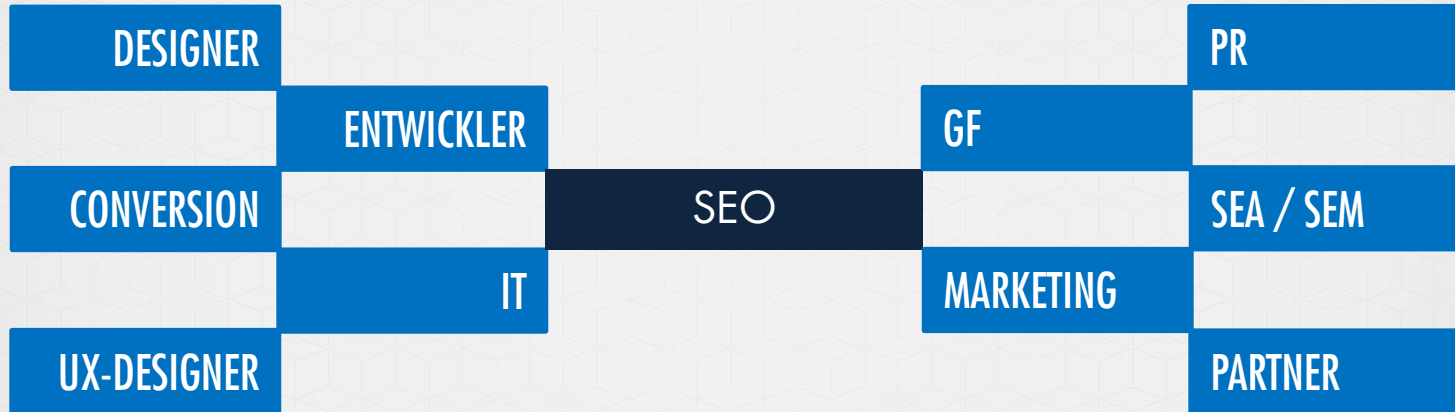
<http://www.liliput-lounge.de/>

{ Phasen der Migration }



{ Projektmanagement }

Verantwortlichkeiten



Planung



- 1 Informationsarchitektur
- 2 Content Audit
- 3 Domain-Änderungen
- 4 Onpage Audit (CMS/Shop)
- 5 Links retten
- 6 Weiterleitungsplan erstellen
- 7 Projektmanagement

{ Planung }

Architektur

- 1 Was existiert? Wo soll es hin?
- 2 Informationsstruktur durchdringen
- 3 Navigation, Footer, interne Verlinkung, Kategorien, URLs, Dokumente
- 4 Strukturen erhalten – ja oder nein?

{ Planung }

Content

- 1 bestehende Inhalte prüfen
- 2 z.B.: Freshness, Bounce Rate, Traffic
- 3 Top-Inhalte identifizieren
- 4 Wie genau werden Inhalte übertragen?
- 5 Minimalvoraussetzungen ->

{ Planung }

Minimalvoraussetzungen Onpage

- 1 Title + Meta Descriptions
- 2 Volltexte
- 3 Linktexte, interne Links
- 4 Image ALT-Tags
- 5 Rich Snippets, Authorship-Markup

- 6 H1-H6 Dokumentenstruktur
- 7 Beschränkungen CMS / Shop beachten

{ Planung }

Domain-Änderungen

- 1 WHOIS-Einträge prüfen
- 2 Adressen aktualisieren
- 3 Zeit- und Ablaufplanung
- 4 DNS-Propagation berücksichtigen, 24-48h planen

{ Planung }

Links retten

- 1 Linkprofil ermitteln, alle Links sammeln, zb. Link Research Tools Daypass, Google WMT, Analytics, Ahrefs, etc.
- 2 Links auf nicht vorhandene Seiten = ☹️
- 3 Top-Inhalte identifizieren
- 4 Top 100 / 500 / 1000 Links ermitteln
- 5 Weiterleitungen genau planen!

{ Planung }

Weiterleitungsplan erstellen

- 1 Alte Seiten crawlen: 404 und 301 finden (Strucr.com, Screaming Frog)
- 2 301-Ketten vermeiden
- 3 Entscheiden: 404, 410 oder 301?
- 4 Redirects Top-Inhalte manuell erstellen (.htaccess, ggf. schon vorher serverseitig)
- 5 Redirects 1:1 oder Regeln (zb. für ganze Verzeichnisse) erstellen

{ Planung }

htaccess

```
RedirectMatch 301 /Altersgerechter-Newsletter-AN/  
http://www.liliput-lounge.de/elternsein/monat-fuer-monat/
```

```
redirect 301 /Gewinner-Verlosung/  
http://www.liliput-lounge.de/verlosung/gewinnen/
```

{ Planung }

Projektmanagement

- 1 Daten sammeln für Reporting und Risk-Management
- 2 Backups und Mirror alter Seiten
- 3 Wer ist noch betroffen: Produktdaten, Feeds, SEM
- 4 Zeitplanung intern und extern: + 20%
- 5 Erwartungsmanagement: Schwankungen in Rankings normal, besonders bei großen Seiten Zeit für neues Crawling durch Google Bot einplanen

{Phase: Planung}

Was hat funktioniert und was nicht?

liliput-lounge.de
gemeinsam groß werden

1 STRUKTUREN

Kategorien – über Jahre gewachsenes Chaos, interne Links teilweise verloren gegangen, Entwicklungskosten für Migration & Scripte hoch

2 URLS

Schreibweisen, Gross-Kleinschreibung, Leerzeichen, Sonderzeichen in Ursprungs-URLS führten zu Problemen

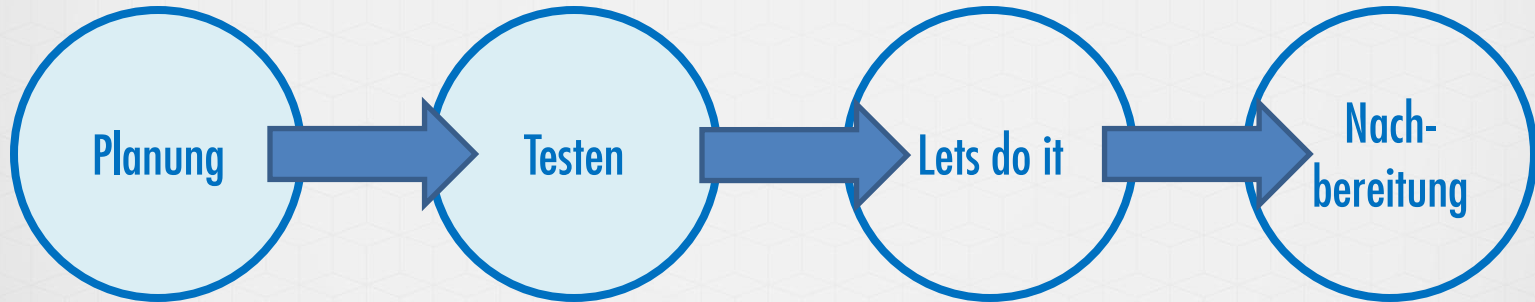
3 INHALTE

Verlust von Inhalten genau abwägen, nicht nur SV oder Traffic, auch User-Interessen (Forum) abwägen. Inhalte auf externem Quellen oder Subdomains nicht vergessen

4 DOMAIN

Timing und Ansprechpartner, lange Urlaubszeiten (Betriebsferien) nicht eingeplant, veraltete Whois-Infos. Authorisierung auf Postweg nötig

{ Phasen der Migration }



Testen



1

Testserver

2

Content-Migration

3

Onpage-Faktoren

4

Fallstricke

{ Testen }

Testen, Testen, Testen

1

Redirects lokal testen

2

Content-Migration Import/Export

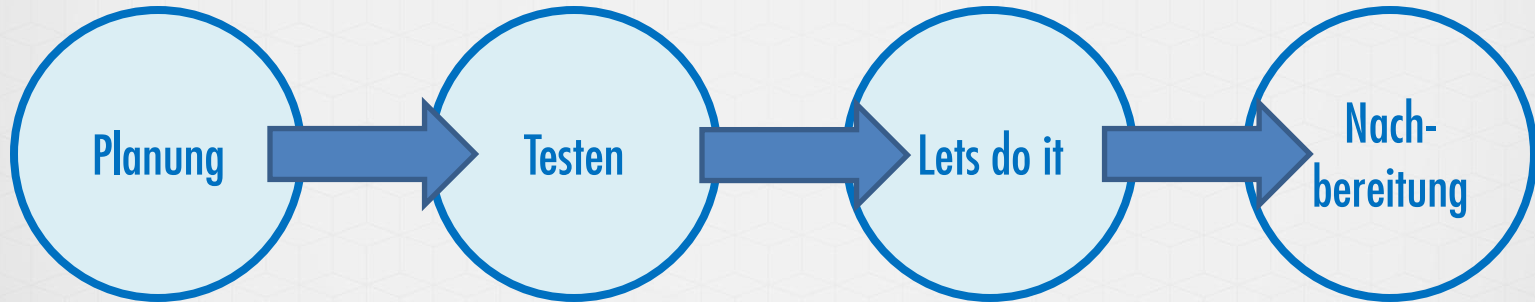
3

Onpage testen, besonders neuen Code im Detail prüfen

3

Neue Features und alles was Links hat, zB. neue Navigation o.ä. genau auf mögliche Auswirkungen auf interne Verlinkung prüfen

{ Phasen der Migration }



Ausführung



- 1 Easy: gut geplant & getestet
- 2 Rollout
- 3 Sitemaps aktualisieren
- 4 Weiterleitungen testen
- 5 Tipps & Tricks, Fallstricke
- 6 Feiern

Fallstricke



- 1 Trackingcodes nicht vergessen
- 2 Subdomains nicht vergessen
- 3 Irgendwo Noindex, Nofollow wo es nicht hingehört?
- 4 Kontrolle bei SEO-Addons/Plugins und Automatismen
- 5 302 Redirects statt 301?
- 6 Testserver online – darf nicht passieren, (DC-Gefahr)
- 7 Anstieg Seitenzahl durch Canonicals oder Navigation (Filter, Parameter, Faceted Search)

{Phase: Ausführung}

Was hat funktioniert und was nicht?

liliput-lounge.de
gemeinsam groß werden



1 ZEITPLANUNG

Hoher Stresslevel, Fehleranfällig, Zeitdruck, länger gedauert, mehr gekostet

2 DC

DC durch Scriptfehler, einige doppelte Artikel entstanden, bis 10% manuelle Nacharbeit nötig

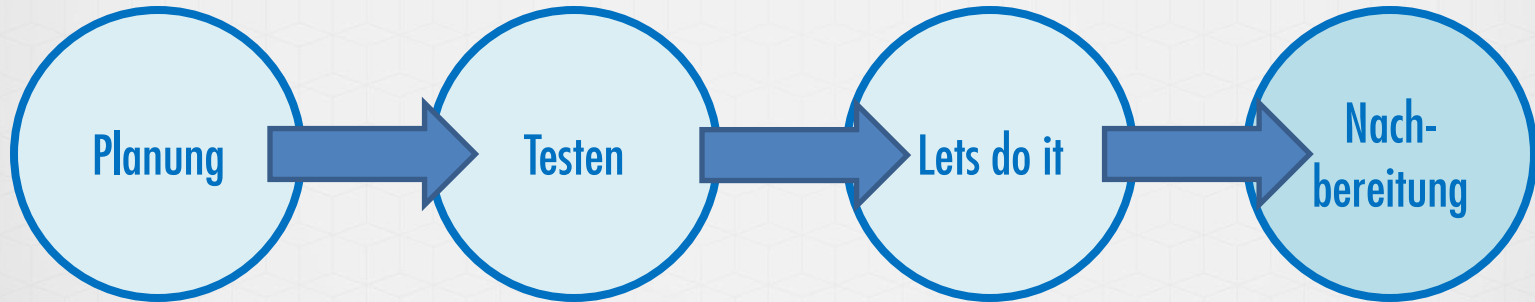
3 LINKS

Links auf nicht mehr existierende Community-Seiten, Links auf dynamische Seiten (Rechner-Ergebnisse) nicht gut abgefangen

4 DOKUMENTATION

Dokumentation für den nächsten Relaunch verbesserungsfähig, Änderungen sind später schwer nachvollziehbar.

{ Phasen der Migration }



Nachbereitung & Monitoring



1

404 Fehler

2

Seiten im Index

3

Search Traffic

4

Page Speed

5

Rankings

6

Onpage

7

Kommunikation intern & extern

{ Nachbereitung }

Monitoring und Kontrolle

- 1 404 Fehler monitoren und reparieren (WMT, Analytics)
- 2 Anzahl Seiten im Index beobachten
- 3 Traffic, Rankings, Ladezeiten
- 4 Onpage-Änderungen, neue Sitemaps
- 5 Allen Bescheid sagen, wichtige URLs in PR, Social Profiles etc. ändern
- 6 frische Links schaden nicht

Links

Linkresearchtools, Ahrefs, Seomoz Open Explorer, Majestic, Google WMT, Analytics, Tracking-Tools

ONPAGE

XENU, Screaming Frog, Onpage.org, Google Webmaster Tools, Strucr.com

Tool Tipps

PROJEKTMANAGEMENT

Trello, Basecamp, Teambox, Google Apps

Browser Extensions

Firefox: Live HTTP Headers
Chrome: Redirect Path

{Kontakt | Fragen}



Chris Schulz

- SEO seit 2006
- selbständig als Berater seit 2009
- inhabergeführte Agentur in Leipzig seit 4/2012
- Kundenprojekte (Shops)
- Eigene Portale (Kinder & Familie)



[Twitter](#)



[Google+](#)



[Facebook](#)

{Bildnachweise}

Thinkstock /
<http://www.olsen-bande.com/>
Nordisk Film A/S