Redaktionelle SEO-Checkliste

- [ ] Texte/Inhalte der Startseite sind vollständig, strukturiert und enthalten Keyword(s).
- [ ] Die Startseite enthält im Browsertab den Seitennamen sowie eine kurze Beschreibung.
- [ ] Texte/Inhalte der Kategorieseiten sind vollständig, strukturiert und enthalten Keyword(s).
- [ ] Texte/Inhalte aller Produktdetailseiten sind vollständig, strukturiert und enthalten Keywords.
- [ ] Produktbeschreibungen sind einzigartig, gut strukturiert und relevant.
- [ ] URLs aller Seiten sind suchmaschinenfreundlich (sprechende URL, strukturiert, relevante Keywords).
- [ ] Seitentitel sind vorhanden (Title-Tag), und enthalten max. 70 Zeichen, mindestens ein relevantes Keyword.
- [ ] Alle Unterseiten enthalten eine individuelle Seitenüberschrift (Seitennamen und kurze Beschreibung).
- [ ] Überschriften sind auf allen Seiten vorhanden und hierarchisch ausgezeichnet (von H1 bis H4).
- [ ] Die H1-Überschriften enthalten das wichtigste Keyword sowie Aussage über den Inhalt der Seite.
- [ ] Der Meta-Tag "description" ist für alle Seiten vorhanden und enthält wichtige Keywords.
- [ ] Die Überschriften-Struktur baut hierarchisch aufeinander auf.
- [ ] Alle Seiten wurden auf Broken Links und 404-Fehler geprüft.
- [ ] Dateinamen (z.B. Bilder) enthalten relevante Keywords.
- [ ] Alt-Tags für Medien (z.B. Bilder) sind gepflegt.
- [ ] Duplicate Content wird vermieden (jede Unterseite ist nur über genau eine URL erreichbar).
- [ ] Ggf. sind Canonical-Tags gesetzt.
- [ ] URLs sind klein und ohne Sonderzeichen geschrieben.
- [ ] Möglichst alle im Content enthaltenen Backlinks bleiben erhalten.
- [ ] Die Contentqualität und Contentmenge bleiben erhalten.
- [ ] Der Onlineshop ist durch interne Verlinkungen strukturiert (z.B. Themen-Blog).

©Sperling 2023 – ecommerce-berater.eu