

SEO Ranking Factors

A Hackers Guide to Google's secret chambers or How to boost your pages from zero to one! {de}

Link-Autoritätsmerkmale auf Domainebene
Anzahl der unterschiedlicher verlinkenden Domains zur Domain
Thematische Relevanz von verlinkenden Domains
Reine Popularität der Domain gemäß Messung von MozRank, PageRank, usw.
Vertrauen in die Domain gemäß Messung von TrustRank, MozTrust, usw.
Verteilung der Autorität / relativen Bedeutung / Popularität der verlinkenden Domains
Backlinks von Websites des eigenen geografischen Zielbereichs oder der eigenen Sprache
Prozentualer Anteil von Links mit Markenbegriffen im Ankertext
Geschwindigkeit des Linkaufbaus (zur Domain)
Stimmung der auf die Website verweisenden externen Links

Link-Metriken auf Seitenebene
Reine Anzahl Links von Websites mit hoher Autorität
Thematische Relevanz von verlinkender Seiten
Thematische Relevanz von verlinkender Domains
Diversität des Link-Ankertextes zur Seite
Reine Anzahl der Links von bekannten Marken/Entitäten zur Seite
Reine Anzahl unterschiedlicher verlinkender Domains (zur Seite)
Vertrauen gemessen als Abstand von einem vertrauenswürdigen Schlüsselsatz von Seiten/Homepages
Position/Kontext des eingehenden Links
Popularität der Seite gemessen von Algorithmen wie PageRank, usw.
Link-Geschwindigkeit der Seite
Reine Anzahl an Links, die das Keyword als Ankertext für teilweise Übereinstimmungen verwenden
Reine Anzahl an Links, die das Keyword als Ankertext für exakte Übereinstimmungen verwenden
Stimmung der auf die Seite verweisenden externen Links

Keyword- und inhaltsbasierte Metriken auf Seitenebene
Im Titlelement/Title-Tag vorhandenes Keyword
Keyword erscheint im Hauptinhaltsbereich der Seite
Optimierungsgrad für einen Themen-Modellierungs-Algorithmus (z.B. LSA/LSI/pLSI/LDA/etc) bezogen auf den Gesamtinhalt einer Seite im Verhältnis zur Benutzeranfrage
Keyword ist das erste Wort/die erste Wortverbindung des Titlelements (title)
Keyword in den ersten 100 Wörtern des Dokuments enthalten
Keyword im URL-String der Seite enthalten
Keyword in den Überschriften-Tags der Seite (H1, H2, H3) enthalten
Keyword im Ankertext eines Links auf der Seite enthalten
Keyword im ALT-Attribut eines Bildes auf der Seite enthalten
Keyword-Dichte (prozentualer Anteil der Wörter auf der Seite, die dem Ziel-Keyword entsprechen)
Keyword hervorgehoben (, , <i>, Tag)

Suchbegriffsunabhängige Merkmale auf Seitenebene
Einzigartigkeit der Inhalte auf der Seite
Seite ist mobilgerätaefreundlich (für Mobil-Rankings)
Relative Click Through Rate (CTR) von Google-SERPs zur Seite für das Keyword
Ladegeschwindigkeit der Seite
Anzahl der Suchen für dieses Keyword + spezifischen Markennamen, URL oder Domainnamen
Reine Bounce Rate der Seite
Allgemeines Design und/oder User Experience
Verweilzeit oder Long-Click Metriken
Aktualität der Inhalte auf der Seite
Wiederkehrende Besuche auf der Seite nach der ersten Anfrage/dem ersten Klick
Länge der Inhalte auf der Seite
Alter der Seite
Durchschnittliche Browse-Rate nach einem Klick auf diese Seite in den SERPs
Qualität der Zusatzinhalte auf der Seite
Seite enthält Schema.org oder andere strukturierte Daten
Leseniveau der Inhalte auf der Seite
Verwendung von Bildern auf der Seite
Verwendung von Rich Media (Video, Folien, usw.)
Seite unterstützt HTTPS / SSL
Autorenautorität der Seite
Seite ist mobilgerätaefreundlich (für Desktop-Rankings)
Seite enthält Open Graph-Daten und/oder Twitter Cards

Nutzer-Nutzung und Traffic-/Suchanfragen-Daten
SERP-Engagement Metriken
Clickstream-Daten (Abfolge von Seitenaufrufen)
Besucherverkehrs-/Nutzungssignale
Menge/Diversität/CTR der Suchanfragen

Soziale Metriken auf Seitenebene
Engagement mit Inhalt/URL in sozialen Netzwerken
Reine Anzahl von Google+ Shares und +1 in Verbindung mit dem URL
Reine Anzahl von Tweets in Verbindung mit dem URL
Reine Anzahl von Facebook Likes und Shares in Verbindung mit dem URL
Kommentare zur Seite in sozialen Netzwerken
Stimmung von Links aus sozialen Netzwerken und Zitaten in Bezug auf die Seite
Reine Anzahl von Pinterest-Pins in Verbindung mit dem URL
Upvotes für die Seite in sozialen Netzwerken

Suchbegriffsunabhängige Merkmale auf Domainebene
Einzigartigkeit der Inhalte auf der gesamten Website
Verwendung von Responsive Design und/oder Mobilgeräteoptimierung
Aggregierte CTR von Google-SERPs für die Domain
Aktualität der Inhalte auf der Website
Aggregierte Seitenladegeschwindigkeit für Seiten der Domain
Aggregierte Verweilzeit oder Long-Click Metriken für die Domain
Anzahl der erfassten Fehlerseiten auf der Website
Alter der Domain
Domain steht in Verbindung mit Autoren mit hoher Autorität
Domain enthält Vertrauenssignale
Domain führt Kontaktinformationen auf
Qualität anderer auf dem gleichen Block an IP-Adressen gehosteter Websites
Zeichenlänge des Domainnamens (Prägnanz)
Existenz von Bindestrichen im Domainnamen (Abwesenheit)
Zeitdauer bis zum Ablauf der Domain

Suchbegriffs-Nutzung auf Domainebene
Keyword stimmt genau mit dem Domainnamen (Second-Level) überein
Keyword ist im Domainnamen (Second-Level) enthalten
Keyword steht durch einer Entitäts-Assoziation (Unternehmen, Personen, Orte, Produkte, Dinge) in engen Zusammenhang mit dem Domainnamen (Second-Level)
Keyword entspricht dem Subdomainnamen (Third-Level)
Keyword entspricht der Domain-Erweiterung (Top-Level)

Marken-Metriken auf Domainebene
Suchvolumen für die Marke/Domain
Existenz/Qualität verifizierter realer Geschäftsinformationen
Menge der Nennungen für den Domainnamen im Netz
Häufigkeit des Zusammentreffens von Keyword und Marke im Netz
Anzahl der Erwähnungen der Marke/Domain in sozialen Netzwerken
Popularität der offiziellen Unternehmensprofile in sozialen Netzwerken

Negative Ranking-Faktoren
Gesamtzahl der unnatürlichen Links auf die Seite/Subdomain
Seite ist Duplicate Content
Inhalt der Seite ist dünn
Menge des überoptimierten Ankertextes für die Seite
Nicht mobilgerätaefreundlich (für mobile SERPs)
Keyword-Überfüllung im Dokument (Keyword stuffing)
Seite verweist auf SPAM
Seite hat relativ geringe Sucherzufriedenheit
Langsame Seitengeschwindigkeit (Page Speed)
Seite hat relativ schwache Engagement/Benutzer-Metriken
Gesamtmenge der Werbung auf der Seite
Seite verweist auf eine hohe Anzahl von 404-Seiten
Ressourcen der Seite (CSS/JS) werden durch robots.txt blockiert
Gesamtzahl der entwerteten Links von einer Seite und/oder Subdomain (disavowed)
Seite enthält einen doppelten Title-Tag
Nicht mobilgerätaefreundlich (für Desktop-SERPs)
Seite enthält eine doppelte Metabeschreibung

"SEO Ranking Factors" created by siteway.de based on Moz.com's "Search Engine Ranking Factors 2015" (Expert Survey and Correlation Data)