Tab. . Qualitativer Check

|  |
| --- |
| SEO-Freundlichkeit |
| **Internetseite (konkrete Adresse)** | **Neue Ideen / Kommentare** |
| Ranking der Seiten bei Suche nach wichtigen Keywords |  |  |
| Richtige Keywords im Text? |  |  |
| Metadaten korrekt?(Title, Description, Keywords) |  |  |
| ALT-Tags für Bilder vorhanden (Sie beschreiben das, was man auf dem Bild sieht: „Hier sehen Sie ein Beispielbild“) |  |  |
| Links zu anderen Seiten vorhanden?(„sprechende Links“: Links bestehen aus sinnvollen Wörtern, keine Zahlen, Abkürzungen etc.) |  |  |
| H1-Tag vorhanden? (große Überschrift) |  |  |
| H2-Tags? (mittlere Überschriften) |  |  |
| Lesbarkeit/Verständlichkeit |
| **Internetseite (konkrete Adresse)** | **Neue Ideen / Kommentare** |
| Sind die Texte „grafisch gestaltet“ (Gliederung, Absätze), keine Bleiwüste |  |  |
| Sind die Aufzählungen sinnvoll? |  |  |
| Steht das Wichtigste zuerst im Text?Der Text sollte wie ein Zeitungsartikel journalistisch gestaltet werden und mit dem Wichtigsten anfangen |  |  |
| Werden unsere User mit dem richtigen Sprachlevel abgeholt? |  |  |
| Haben wir für unseren Content die richtigen Formate ausgewählt? (Text, Bild, Video...) |  |  |
| Rechtschreibung o.k.? |  |  |
| Werden unsere Kunden in der richtigen Sprache(Englisch, Chinesisch etc.) abgeholt? |  |  |
| Kontakt/Call-to-Action/Teilbarkeit |
| **Internetseite (konkrete Adresse)** | **Neue Ideen / Kommentare** |
| Kunde hat sofort Zugang zu  |
| Telefonnummer |  |  |
| E-Mail |  |  |
| Gibt es sinnvolle weiterführende Links? |  |  |
| Kann man Content einfach teilen? (Gibt es einen Grund dazu? |  |  |
| Call-to- Action (Gibt es eine Aufforderung etwas zu tun?) |  |  |
| Qualitativer Seiten-Check |