

TAG 6



WAS GOOGLE SEHEN SOLL:

INHALTE UND SEITEN VORBEREITEN



TAG 6

TAGESMOTTO



*“Mach es deinen Kund*innen (und Google) leicht, sich in deinem Shop zurechtzufinden.”*



TAG 6



Struktur für Sichtbarkeit

Inhalte planen

1. Seitenliste erstellen

Welche Seiten brauchst du für deinen Shop?

- Startseite
- Kategorienseiten
- Produktseiten
- Über mich / Über uns
- Kontaktseite
- FAQ
- AGB
- Versand
- Widerruf
- Datenschutz
- Impressum

TAG 6



Struktur für Sichtbarkeit

Inhalte planen

2. Erste Inhaltsideen sammeln

Welche Infos willst du wo platzieren? Notiere Stichworte zu:

Startseite: Begrüßung, Angebot, Call-to-Action? (*über diese Seite hast du dir an Tag 4 bereits erste Gedanken gemacht. Schau dir deine Notizen nochmal an und ergänze gegebenenfalls weitere*).

TAG 6



Struktur für Sichtbarkeit

Inhalte planen

Kategorienseite: Was macht diese Kategorie aus?

TAG 6



Struktur für Sichtbarkeit

Inhalte planen

Produktseite: Was ist das Besondere? Welche Details?

TAG 6



Struktur für Sichtbarkeit

Inhalte planen

Über mich/uns-Seite: Warum dieser Shop? Wer steckt dahinter?

TAG 6



Struktur für Sichtbarkeit

Inhalte verlinken

3. Struktur-Skizze erstellen

Mach dir Gedanken darüber, wie deine Seiten zusammen hängen? Überlege von welchen Seiten du wohin verlinken möchtest. Also z.B. Welche Inhalte hast du auf der Startseite und wohin verlinkst du von dort aus. Oder wie verlinkst du innerhalb einer Kategorie, also von der Haupt zur Unterkategorie oder zu den Produkten. Zeichne die Wege nach, die deine Kund*innen in deinem Shop gehen können, um bei einem bestimmten Produkt zu landen.

TAG 6



Struktur für Sichtbarkeit

Struktur erstellen - Inhalte verlinken

Hier ist Platz für deine Struktur-Skizze

TAG 6



Struktur für Sichtbarkeit

An alles Wichtige gedacht?

4. Checkliste: Ist deine Struktur sinnvoll?

- Findet man schnell, was man sucht? Hast du die Menüstruktur übersichtlich aufgebaut. Erklärst du auf der Startseite dein Angebot genau. Enthält die Startseite Verlinkungen zu den wichtigsten Kategorien etc.
- Hast du die Inhalte für die aktuell wichtigen Seiten (Kategorien und Produkte, die sich gut verkaufen oder Kategorien und Produkte, die in den nächsten 8 bis 12 Wochen relevant werden – Stichwort HALLOWEEN und WEIHACHTEN) auf dem Zettel, denn das sind die ersten, die du nach der 8-Tage-Challenge betexten solltest.

TAG 6



Struktur für Sichtbarkeit

An alles Wichtige gedacht?

- Hast du an interne Verlinkungen gedacht? Zwischen den Kategorien, von Kategorie zu Produkt, von Produkt zu Produkt. Das sind in der Regel Produkte oder Kategorien, die sich gut ergänzen, also wo die Chance groß ist, dass beides gekauft wird.