



SEO- Strategiepapier

für das Thema
„Patientenverfügung“

Arbeitsbeispiel von Devrim Gerber

Aufgabenbeschreibung



- Als SEO-Spezialistin lag meine Aufgabe darin, für das Thema “Patientenverfügung” eine effektive SEO-Strategie zu entwickeln. Ziel war es eine umfassende SEO-Strategie zu entwickeln, basierend auf eine definierte Personengruppe.
- Das Strategiepapier diente als Leitfaden für Content-Creator, die auf Basis meiner Arbeit den Inhalt gestalten würden.

Maßnahmen

Wettbewerbsanalyse und Zielgruppenidentifikation:

- Wettbewerbsanalyse: Länge des Inhalts, Art und Aufbau der Landingpage, Metadescription, Analyse der Wortdichte (WDF) und der Inverse-Dokumentenfrequenz (IDF).

Zielgruppenidentifikation:

- Definition der Zielgruppen und ihrer Bedürfnisse sowie Festlegung der Tonalität der Ansprache.

Architektur und Inhalt der Überschriften:

- Erstellung passender Überschriften.

Inhaltsstrategie und On-Page-Optimierung:

- Empfehlungen zu Textinhalt, Art und Position der CTA-Buttons, Designelemente und empfohlene Länge des Contents.
- Verfassen aussagekräftiger Metadescriptionen mit wichtigen Keywords zur Steigerung der Klickrate.

Linkstrategie und Weiterleitungen:

- Empfehlung einer gut durchdachten Verlinkungsstrategie zur Stärkung der Sichtbarkeit der Landingpage.
- Strategisch platzierte Weiterleitungen für verbesserte Nutzererfahrung und Sichtbarkeit.

SEO-Checkliste für Webdesign und Content-Creation:

- Praktische Anleitungen und Empfehlungen für Webdesigner und Content-Creator zur erfolgreichen Umsetzung.

Zielgruppendefinition



Menschen mit schweren Erkrankungen: Menschen, die bereits an schweren oder chronischen Krankheiten leiden, haben ein besonders starkes Interesse an Patientenverfügungen.

Senioren: Vor allem ältere Erwachsene und Senioren ab etwa 60 Jahren ziehen Patientenverfügungen in Erwägung, da das Risiko schwerer gesundheitlicher Probleme mit dem Alter zunimmt. Mit einer Patientenverfügung möchten viele sichergehen, dass ihre Wünsche in Bezug auf lebenserhaltende Maßnahmen und medizinische Versorgung respektiert werden.

Familienangehörige und rechtliche Betreuer: Auch Familienangehörige und rechtliche Betreuer sind entscheidende Multiplikatoren. Sie recherchieren für kranke Angehörige oder Personengruppen, die sie betreuen.

Personen, die beruflich Risiken ausgesetzt sind: Berufsgruppen wie Soldaten, Feuerwehrleute, Polizisten und Extremsportler, die einem erhöhten Risiko für Unfälle und Verletzungen ausgesetzt sind.

Menschen mit bestimmten Wertvorstellungen: Menschen, die aufgrund ihrer ethischen, moralischen oder religiösen Überzeugungen heraus, medizinische Behandlungen ablehnen.

Ziele und Erfolgsfaktoren der Landingpage

Die gesamte Ausrichtung der Landingpage sollte darauf abzielen, Kunden bestmöglich zu informieren und ihnen die Möglichkeit zu bieten, sich aktiv mit dem Verband auseinanderzusetzen.

Ziele	Leads	Conversion	Optimale Länge
<ul style="list-style-type: none">• Kunden informieren sich über die Patientenverfügung und erhalten umfassende Informationen.• Kunden lassen sich beraten und fühlen sich gut informiert, um Entscheidungen treffen zu können.	<ul style="list-style-type: none">• Downloads mit weiteren Leistungsangeboten des Verbandes im PDF-Anhang.• Kostenfreie Beratung als Angebot.	<ul style="list-style-type: none">• Downloads mit weiteren Leistungsangeboten des Verbandes im PDF-Anhang.• Kostenfreie Beratung als Angebot.• Neukunden gewinnen.	<ul style="list-style-type: none">• Ca. 2800 Zeichen (Ergebnis aus der Wettbewerbsanalyse).

Brand Voice

- Tonalität: ruhig, besonnen.
- Der Text sollte Vertrauen und Zuverlässigkeit vermitteln. Nicht drängend.
- Sprachstil: konservativ, vertrauensbildend, um der Zielgruppe das Gefühl zu geben, in kompetenten Händen zu sein.



Content: Inhalt und Architektur

- Überschriftenarchitektur.
- Strategische Empfehlungen und Anleitungen.
- Einschließlich der Position der CTA-Buttons.

Content: Inhalt und Architektur

H2: Was ist eine Patientenverfügung?

- Inhalt: Definition des Begriffes und Abgrenzung zu anderen ähnlichen Begriffen (mit Verlinkungen zu internen Artikeln). Beispiel: „Eine Patientenverfügung ist ein rechtliches Dokument, in dem eine Person ihre medizinischen Behandlungswünsche.... Im Gegensatz dazu regelt eine Vorsorgevollmacht...“
- Inhalt: Es gibt 2 Arten der Patientenverfügung: die verbindliche und die beachtliche

CTA: Kostenfreie Beratung

H2: An wen richtet sich eine Patientenverfügung?

- Inhalt: Ärzte, Pflegepersonal, Angehörige, Betroffene, etc.

H2: Diese Vorteile bietet eine Patientenverfügung

Inhalt: Warum und wann macht eine Patientenverfügung Sinn? Hier könnt ihr die Zielgruppen und ihre Beweggründe definieren, wie beispielsweise die Gewissheit über die eigenen medizinischen Wünsche.

Auch Relevant: Umgang mit der Patientenverfügung, die Wahl der Vertrauensperson und die Aktualität des Dokuments.

Beispiel: <https://www.meinepatientenverfuegung.de/patientenverfuegung-definition/> zu finden.

CTA: Kostenfreie Beratung

H3: Welche Risiken hat eine Verfügung ohne Notar?

Geht auf mögliche Risiken ein und betrachtet auch das Stichwort "wann ist eine Patientenverfügung ungültig?" Hinweis, dass auch Verbände wie die Caritas eine Rechtsberatung anbieten. (Verlinkung auf Caritas)

Beispiel: <https://www.pflege.de/pflegegesetz-pflegerecht/vollmachten-verfuegungen/patientenverfuegung/>

H3: Wann muss eine Patientenverfügung aktualisiert werden?

Hinweis, dass es keine Mindesthaltbarkeit gibt. Warum es Sinn macht, die Verfügung zu aktualisieren. Hinweis, dass Änderungen jederzeit möglich sind.

H2: Richtige Aufbewahrung der Patientenverfügung

1. Gibt Hinweise und Tipps zur sicheren Aufbewahrung der Patientenverfügung, damit sie im Notfall schnell gefunden werden kann.

H2: Inhalte einer Patientenverfügung

- Erläutert die wesentlichen Elemente, die in einer Patientenverfügung enthalten sein sollten, wie medizinische Behandlungswünsche, Lebensqualität, etc.

CTA: Kostenfreie Beratung

Es ist wichtig, dass die Artikel informativ, leicht verständlich und für verschiedene Zielgruppen zugänglich sind. Achtet auf klare und präzise Formulierungen.

Verlinkungsstrategie

- Interne Verlinkungen sind Hyperlinks, die auf andere Seiten innerhalb derselben Website verweisen. Ziel: Navigation auf der Website zu verbessern und den Benutzern dabei zu helfen, relevante Informationen leicht zu finden.
- Im Rahmen einer SEO-Analyse werden interne Verlinkungen strategisch platziert, um die Benutzererfahrung zu optimieren, die Seitenstruktur zu stärken und die Relevanz der Seiten für bestimmte Suchbegriffe zu signalisieren.
- Interne Backlinks sind Hyperlinks innerhalb einer Website, die von einer Seite auf eine andere Seite innerhalb derselben Domain verweisen.
- Diese Links dienen dazu, die interne Verlinkungsstruktur zu stärken, die Navigation auf der Website zu verbessern und den Benutzern dabei zu helfen, relevante Inhalte zu finden.
- Externe Backlinks sind Hyperlinks von anderen Websites, die auf die optimierte Landingpage verweisen.
- Externe Links sind entscheidend für das SEO-Ranking, da sie die Autorität und Relevanz der Seite erhöhen.

Interne Verlinkungen

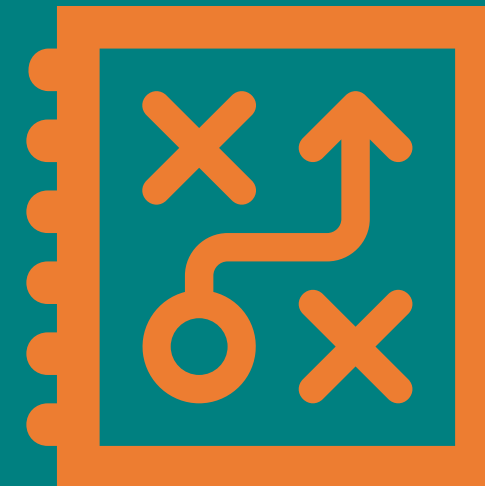
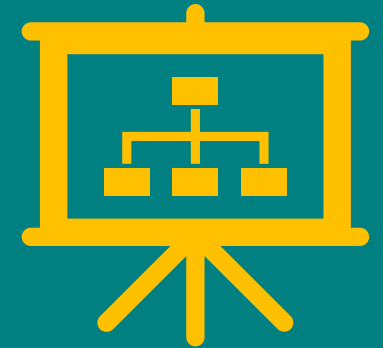
1. [Vorsorgevollmacht](#) - Verlinke auf diese Seite in Abschnitt "Patientenverfügung?" in Verbindung mit der Abgrenzung "Patientenverfügung?" ein, um die Unterschiede zur Patientenverfügung zu verdeutlichen.

Externe Verlinkungen

1. [Stiftung Warentest](#) - Verlinke auf Stiftung Warentest in Abschnitt "Vorlagen zum Downloaden", um auf vertrauenswürdige Informationen hinzuweisen.
2. [Bundesjustizministerium](#) - Setze einen Link zum Bundesjustizministerium in Abschnitt "H2: Rechtliche Rahmenbedingungen" ein, um auf Informationen hinzuweisen.

Interne Links von anderen Landingpages

1. [Vorsorge](#) - Setze einen Link von dieser Landingpage zu dieser Landingpage ein, um die Sichtbarkeit der neuen Seite zu erhöhen.
2. [Vorsorgevollmacht](#) - Setze einen Link von dieser Landingpage zu dieser Landingpage ein.
3. [Generalvollmacht](#) - Füge von dieser Landingpage ebenfalls einen Link zu dieser Landingpage ein.



Metadescription

- Die Metabeschreibung ist eine knappe Zusammenfassung des Webseiteninhalts, die in den Suchergebnissen erscheint.
- Die Erkenntnisse aus der Keyword-Analyse und der Suchintention dienen als Grundlage, um die Metabeschreibung zu optimieren und die Klickrate sowie die Sichtbarkeit in den Suchergebnissen zu erhöhen.

Metadescription für den Inhalt

1. Wenn Mustervorlagen möglich und angedacht sind:

Titel:

Patientenverfügung: Vorlagen, PDFs & Expertenrat

Metabeschreibung:

Sichern Sie Ihre Wünsche mit einer Patientenverfügung:

✓ Ratgeber

✓ Vorlagen / Muster: rechtsgültig & 100% kostenlos!

2. Wenn eigene Mustervorlagen nicht angedacht sind, kann alternativ eine Checkliste zum Downloaden zur Verfügung gestellt werden, indem die Inhalte auf der LP als Checkliste zusammengefasst werden.

Titel:

Patientenverfügung: Checkliste, PDF & Expertenrat

Metabeschreibung:

Sichern Sie Ihre Wünsche mit einer Patientenverfügung:

✓ Ratgeber

✓ Vorlagen / Muster / Checkliste: 100% kostenlos!

(Die Erwähnung der Vorlagen und Muster sind SEO relevant und können m. M. auch enthalten sein, wenn keine Muster. Vorlagen auf der LP sind, wenn externe Download-Links vorhanden sind)

Vielen Dank für Ihre Zeit.

Habe ich Ihr Interesse geweckt? Dann können Sie mich mobil unter 01763 2785046 erreichen oder per Mail unter gerber@texttur.de.

Ich freue mich über die Gelegenheit, Sie in einem persönlichen Gespräch kennenzulernen und eine mögliche Zusammenarbeit zu besprechen.

Viele Grüße

Devrim Gerber



7 Schritte bei einer URL-Änderung

Die URL <https://www.Beispiel.org/24-stunden-pflege> soll permanent auf <https://www.Beispiel.org/pflege-zu-hause/24-stunden-pflege> umziehen.

1. Führe eine 301 Weiterleitung auf die neue Landingpage durch.
2. Passe interne Links an, die auf die veraltete Landingpage verweisen, um Weiterleitungsketten zu vermeiden.
3. Überprüfe die Robots.txt-Datei, um möglicherweise veraltete Befehle aufzuheben.
4. Implementiere den Canonical-Tag für die neue URL, um sicherzustellen, dass Suchmaschinen die richtige Version der Seite indexieren.
5. Aktualisiere die Google Search Console, um die Änderung der URL zu melden und sicherzustellen, dass keine Probleme auftreten.
6. Beachte: Es besteht die Möglichkeit, dass die Seite aufgrund des Umzugs in ein Unterverzeichnis weniger populär wird.
7. Behalte im Auge, dass Backlinks durch die 301-Weiterleitung zunächst erhalten bleiben. Dennoch ist es ratsam, externe Seiten, die auf die Seite verweisen, nach und nach zu kontaktieren. Informiere sie über die neue Adresse, um den Linkjuice nicht zu verlieren und die Autorität der neuen Seite zu erhalten.

Weiterleitungsstrategie bei Umzug der Landingpage

- Die Weiterleitungsstrategie bei einem Umzug bezieht sich auf die Planung und Implementierung von Weiterleitungen von alten zu neuen URLs, wenn eine Website auf eine neue Domain oder eine andere URL-Struktur umzieht. Diese Weiterleitungen sind entscheidend, um sicherzustellen, dass bestehende Rankings, Backlinks und Traffic erhalten bleiben und die Nutzer reibungslos auf die neuen Seiten geleitet werden. |

SEO-Checkliste

- Umfassende Kontrollliste mit Aufgaben und Best Practices, damit die Website optimal für Suchmaschinen optimiert ist.
- Diese Checkliste umfasst Aspekte wie On-Page-Optimierung und technisches SEO.

Umlaute in den Links vermieden, z.B., "Patientenverfuegung".

Stoppwörter wie Präpositionen und Konjunktionen in der URL vermieden.

Die Landingpage-URL ist so nah wie möglich am Hauptverzeichnis.

So wenige JavaScript-Skripte wie möglich.

Bilder sind im modernen Format WebP mit maximal 200px Größe.

Bilder und PDFs haben sprechende Dateinamen.

Videos sind extern eingebunden.

Der Canonical-Tag ist gesetzt, wenn Inhalte dupliziert werden.

Die Landingpage ist indexiert und auf "do follow" eingestellt.

Die Landingpage ist im Menü der Website eingebunden.

Linktexte enthalten relevante Keywords und sind nicht generisch.

Interne Verlinkungen ausgehend von den Landingpages "Generalvollmacht, Vorsorgevollmacht, Vorsorge, Demenz" sowie überall dort, wo der Begriff "Patientenvollmacht" erwähnt wird.

Zertifikate: Strukturierte Daten und Alt-Attribute sind korrekt ausgefüllt (Titel, Metabeschreibung und alternativem Inhalt.)

Bilder: Strukturierte Daten und Alt-Attribute sind korrekt ausgefüllt.

Videos Strukturierte Daten und Alt-Attribute für sind korrekt ausgefüllt, individueller Alt-Attribute, Titel, Kurzbeschreibung, Videolänge und Erst

Für Infografiken sind ebenfalls entsprechende strukturierte Daten und vorhanden.

Interview mit Autorenhinweisen enthält strukturierte Daten für den Inhalt und Autorennamen.

Produkt-Snippets, sind korrekt strukturiert und formatiert.