Die Onlinegang-Checklist

Diese Liste ist nicht aktuell oder du hast noch weitere Ideen? Schreib uns an info@dieberater.de

Du brauchst Hilfe bei der Umsetzung, meld dich bei uns! Wir können die technischen Änderungen schnell und zuverlässig durchführen! Ruf uns an: +49 351 874 462 64

WordPress-Änderungen

- ❏ Google Analytics ist eingerichtet mit anonymisierter IP Adresse (am besten über den Google Tag Manager eingerichtet). Die Property ID wird beim Online-Gang auf das Live-Property umgestellt, falls mehrere Properties oder Test Properties bestehen.
- ❏ **Conversion & Ereignis Tracking** ist die Lunge des Internets. Hast du eigene Ereignisse (zum Video) über den Google Tag Manager eingerichtet und die Ereignisse getestet?
- ❏ Du löschst / deaktivierst Maintenance Plugins, damit deine Seite auch erreichbar ist.
- ❏ Wenn du ein .htaccess Verzeichnisschutz deaktiviert hast, heißt es nun diesen zu deaktivieren.
- ❏ Du hast dein **Kontaktformular getestet**. Falls du eine Agentur hast, kannst du nun die E-Mail deiner Agentur löschen aus den Kontaktformular-Empfängern. Du bist die Agentur? Lösch dich selber als Empfänger. Prüfe die esten Wochen regelmäßig, ob deine Nachrichten im Spam landen. Wenn ja, dann installiere und richte Plugins wie z. B. Postman ein, um E-Mails aus dem WordPress via SMTP zu versenden.

SEO Checklist

- ❏ ACHTUNG: Im WordPress bitte unter Allgemein -> Lesen die den Haken wegnehmen von: **"Suchmaschinen davon abhalten, diese Website zu indexieren."**. Ist der Haken gesetzt, darf Google deine Seite nicht in den Index aufnehmen. *

- ❏ Meta-Texte (z. B. mit Yoast) sind für alle Unterseiten für Keywords-Optimiert. *
- ❏ Unwichtige Seiten hast du auf noindex gestellt. *
- ❏ Bei einem Relaunch sollten alle Links weitergeleitet werden zu einer neuen inhaltlich passenden URL via 301 **Redirect** (z. B. über das Plugin Redirection, bitte IP tracking deaktivieren). Welche Links bei Google im Index sind, erfährst du, indem du site:deinedomain.de bei Google eingibst!
- ❏ Du hast die Inhaberschaft deiner Domain (mit https/ohne https) in der **Google Suchkonsole** beantragt.
- ❏ Du hast die Inhaberschaft deiner Domain (mit https/ohne https) in den **Bing Webmaster Tools** beantragt.
- ❏ Du willst auf Nummer sicher gehen, dass deine Seite schnell im Google Index landet? Reich sie hier direkt bei Google ein. <- Dafür berechnen manche SEO-Agenturen viel Geld 😆
- ❏ Es soll noch schneller gehen? Lass deine Website verlinken (ein follow Link) von einer Website, die schon im Index ist und regelmäßig gecrawlt wird. Dies ist bei großen und bekannten Seiten der Fall.

*Analyse dieser Parameter ist sehr einfach mit dem Chrome Browser Erweiterung SEO Meta in 1 CLICK

Rechtliche Aspekte*

- ❏ Deine Datenschutzerklärung ist EU DSGVO konform und über einen Link erreichbar.
- ❏ Du hast ein Impressum und dies ist gut (über maximal zwei Klicks, besser ein Klick) erreichbar.
- ❏ Deine Datenschutzerklärung ist nicht im Impressum versteckt.
- ❏ Du hast ein Cookie Banner (welche Form ist noch umstritten). Wichtig ist, dass du über Cookies informierst und eine Opt-Out Möglichkeit anbietest. Wir gehen noch ein Stück weiter und tracken nur bei expliziter Einwilligung. Das machen wir mit dem Plugin Borlabs (Affiliate Link).
- ❏ Der Link zum Impressum wird durch keine Banner überdeckt.

- ❏ Deine Kontaktdaten im Impressum sind gut lesbar und **nicht** als Screenshot eingefügt.
- ❏ Wenn du ein Shop bist, hast du den Passus zur EU Schlichtungsstelle im Impressum.
- ❏ Bei allen Medien (Bilder, Videos, Icons) hast du das **Urheberrecht** beachtet und falls nötig einen Querverweis an die richtige Stelle platziert. Je nach Lizenz unterscheided sich, wie dieser Quellverweis aussehen muss. Nur bei **Creative Common Zero** Lizenzen ist dies nicht nötig.
- ❏ Disclaimer (Haftungsausschluss) am besten raus aus dem Impressum. Hier ein Video des RA Christian Solmecke.

*Wir sind keine Anwälte und dies kann keine Rechtsberatung sein. Aber wir sehen es als unsere Pflicht dich so gut wie möglich auf mögliche Fallstricke hinzuweisen.

Online Marketing Aspekte

- ❏ Du weißt, dass **Design** allein nicht verkauft.
- ❏ Deine USP (Alleinstellungsmerkmale) finden sich überall auf deiner Website. Diese versprechen einen echten **Nutzen** für den Kunden.
- ❏ **Man versteht dein Produkt** und weiß mit welcher Branche man es zu tun hat, wenn man auf deine Website kommt. Und das nach 3 Sekunden.
- ❏ Auch "Renten Lotto" ist im 21. Jahrhundert noch erfolgreich. Du weißt, dass **Verknappung** und **Reviews (Social Proof, social Buying)** der eigentliche Verkaufsfaktor sind.
- ❏ **Verknappung** ist einer der stärkste Verkaufstrigger. Verwenden dieses Marketing-Element deine Mitbewerber, bist du wahrscheinlich nicht mehr Marktfähig.
- ❏ Große Unternehmen verkaufen am meisten über ihren **Newsletter** und Direktkontakt-Kampagnen. Wenn du Wettbewerbsfähig sein möchtest, beschäftigst du dich mit diesen Maßnahmen.
- ❏ Du vergisst nicht **Push-Nachrichten-Abonnenten** über deine Website zu sammeln. Zum Beispiel mit CleverPush. Diese sind einfach einzurichten und deine Besucher sind leicht zu ein zweites oder drittes Mal zu erreichen.