

## REIFEGRAD SEO

	NEULING	FORTGESCHRITTENER	KÖNNER	EXPERTE
ZIELE, AUDIT & RESSOURCEN	Top-Level-Ziele definiert, Basic-Keywords identifiziert; geringe Ressourcen und keine klare Priorisierung der Aufgaben.	Keyword-Gap-Analyse, SMART-Ziele und KPIs definiert, SEO-Segmente in Web-Analytics integriert; Ressourcenzuteilung zur Unterstützung SEO-Aktivitäten	Verantwortlichkeiten und Teams definiert, Priorisierung der SEO-Aktivitäten auf Basis klarer Performance-Ziele; regelmässige Überprüfung und Anpassung der Strategie auf Basis von Datenanalysen	Ressourcen und Know-how zur schnellen Reaktion auf Probleme und zur maximalen Ausschöpfung des SEO-Potenzials; laufende Überprüfung und Anpassung der Ziele auf Basis von Markttrends und Algorithmus-Updates.
INDEXIERUNG UND CRAWLING	Steuerung der Indexierung über die Google Search Console; keine weitergehenden Massnahmen zur Optimierung der Crawling-Effizienz.	Steuerung der Indizierung mit hreflang-Tags und Canonicals, Nutzung strukturierter Daten zur Verbesserung der Indizierung.	Steuerung Indizierung und Relevanz von Kapiteln/Seiten; regelmässige Anpassung und Optimierung der Indizierung Strategie auf Basis von Crawling-Daten.	Optimierung des Contents nach Relevanz in einem Closed-Loop-Prozess; kontinuierliche Anpassung der strukturierten Daten und Indexierung Richtlinien auf Basis der neuesten Suchmaschinen-Updates.
KEYWORDS & CONTENT	Keywords werden auf Basis der Innensicht ermittelt, SEO-Content wird erstellt; keine tiefgehende Keyword-Relevanzanalyse.	Datenbasierte Keyword-Recherche und Content-Gap-Analyse, kontinuierliche SEO-Content-Optimierung; regelmässige Aktualisierung von Keywords und Content.	Nutzerzentrierter Content nach dem Full-Funnel-Ansatz, Schliessen von Content- und Keyword-Gaps auf Basis von Performance-Daten.	Dynamische Content-Anpassungen, optimierte SERP-Features; stete Überarbeitung des Contentss auf Basis von Echtzeit- daten und Nutzerverhalten zur Maximierung der Relevanz.
ON-PAGE OPTIMIERUNG	Meta-Tags gesetzt, Content intern verlinkt; grundlegende SEO-Massnahmen ohne kontinuierliche Optimierung umgesetzt.	Umsetzung der Ergebnisse des SEO-Audits, Meta-Tags für SEO optimiert, Content nach Sales Funnel verlinkt; regelmässige Überprüfung und Anpassung der On-Page-Elemente.	Nutzung von strukturierten Daten und Rich Snippets zur Verbesserung der Sichtbarkeit in den SERPs; kontinuierliche Optimierung der On-Page-Elemente auf Basis von Nutzerdaten.	Stete Optimierung der Rich Snippets, Implementierung weiterer Schema-Typen zur Maximierung der Sichtbarkeit; dynamische Anpassung der On-Page- Optimierung anhand Echtzeitdaten.
OFF-PAGE OPTIMIERUNG	Erste Massnahmen zur Generierung von Backlinks durch Partnerseiten und Verzeichniseinträge.	Systematischer Aufbau von Backlinks durch Outreach und Content-Marketing; erste Massnahmen zur Überwachung der Link-Qualität.	Strukturierte Off-Page-Strategie mit Fokus auf themenrelevante Backlinks, Aufbau von Beziehungen zu Influencern und strategischen Partnern.	Vollständige Integration der Off-Page-Massnahmen in die Gesamtstrategie; kontinuierliche Überwachung und Anpassung der Off-Page-Strategie basierend auf Echtzeitdaten und Wettbewerbsanalysen; Nutzung von PR und digitalen Partnerschaften zur Maximierung der Domain Authority.
KONTROLLE & REPORTING	Analyse des SEO-Traffics anhand allgemeinen KPIs; keine tiefgehenden Analysen oder Berichte.	Kontrolle von Sichtbarkeit und Rankings, Bewertung nach Volumen, Qualität und Kosten; Implementieren von Performance-Dashboards.	Kontrolle von Gewinnern und Verlierern bei URLs und Keywords, Orchestrierung von SEO und SEA zur Maximierung der Effizienz; regelmässiges Reporting und Analyse.	Anpassung der SEO-Strategie auf Basis detaillierter Marktanalysen; schnelle Reaktion auf Marktveränderungen; Einsatz fortschrittlicher Tools zur kontinuierlichen Performance-Überwachung und -Optimierung
	REAKTIV	AKTIVE FÜHRUNG, INTEGRIERTE PROZESSE	FOKUS AUF ROI UND KPIs	ANALYTISCH UND PREDICTIVE