

## So optimieren Sie Ihre Webseite für die Sprachsuche

*Sie heißen Siri, Cortana oder Alexa und sollen das Leben der Smartphone-Nutzer noch komfortabler machen: Sprachassistenten. Schon jetzt nutzt laut dem Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. jeder zweite Smartphone-Nutzer regelmäßig die Sprachsuche. Eine Entwicklung, die auch den E-Commerce betrifft. Denn wenn in Zukunft niemand mehr durch Google scrollt, sondern ausspricht, was er sucht – wie schaffen Sie es, dass Siri ausgerechnet auf Ihr Unternehmen trifft?*

### W-FRAGEN UND LONGTAILS EINBAUEN

Der Unterschied zwischen der Sprachsuche und der herkömmlichen Google-Suche besteht vor allem in der Verwendung der W-Fragen: „Wie“, „Wer“, „Wo“ oder „Was“. Sprachassistenten bevorzugen bei ihrer Suche Seiten, auf denen W-Fragen präzise beantwortet werden. Konkret bedeutet das für Sie, weniger auf einzelne Keywords setzen, sondern vermehrt vollständige Sätze formulieren sollten. Gut eignen sich dafür beispielsweise FAQ-Seiten auf denen die wichtigsten Fragen der Kunden und die dazugehörigen Antworten ausformuliert werden.

Gegenüber einzelner Suchbegriffe gewinnen in diesem Zusammenhang auch Long-Tail-Keywords immer mehr an Bedeutung. Da konkrete Fragen einen zunehmenden Anteil der Suchanfragen ausmachen, lohnt es sich, bei der SEO-Optimierung vermehrt Keyword-Kombinationen einzusetzen, die direkt eine Antwort liefern und zudem im Regelfall weniger umkämpft sind.

### OPTIMIERTE MOBILE DARSTELLUNG

Ein weiteres grundlegendes To-Do bei der Optimierung Ihrer Webseite für die Sprachsuche ist die Optimierung für mobile Geräte, auf denen die Sprachsuche primär genutzt wird. Das heißt konkret für Sie: Die Webseitenstruktur sollte so übersichtlich sein, dass sie sich über einen Touchscreen gut bedienen lässt und sollte vor allem eine geringe Ladezeit haben. Denn Anfragen per Sprachsuche werden überwiegend von unterwegs gestellt, der Fragesteller hat nicht viel Zeit und erwartet eine schnelle Information. Suchmaschinen verwerfen deshalb Webseiten mit einer langen Wartezeit von vornherein.

### NUTZUNG VON LOCAL SEO

Über die Sprachsuche gibt es besonders viele Anfragen zu Wegbeschreibungen, Adressen, Einkaufsmöglichkeiten, Restaurants oder Öffnungszeiten von Läden in der Umgebung. Um Suchanfragen mit lokalem Bezug auf die eigene Webseite zu lenken, ist Local SEO ein wichtiges Instrument. Das bedeutet: Einträge bei Google My Business, Google+, in lokalen Firmenverzeichnissen oder auch auf Wikipedia und Social Media sollten Sie stets aktuell halten. Sie sollten außerdem eine präzise Beschreibung der angebotenen Dienstleistungen beinhalten.

*Fakt ist, dass die Sprachsuche aus unserer Zukunft nicht mehr wegzudenken sein wird. Es ist also besser, sich schon jetzt direkt mit der Optimierung der eigenen Webseite*

*auseinanderzusetzen, um sich einen Wettbewerbsvorteil zu erhalten und den eigenen Kunden die bestmögliche Nutzererfahrung zu bieten.*