



Zielführende SEO-Angebote einholen: Darauf kommt es an

Autor: Alexander Rus | Position: Founder, CEO | Zuletzt aktualisiert: 7. August 2023

Quelle: <https://www.evergreenmedia.at/ratgeber/seo-angebote-einholen/>

SEO – oder Suchmaschinenoptimierung – ist für viele Unternehmen ein entscheidender Teil ihrer **digitalen Marketingstrategie**. Allerdings ist wirkungsvolle SEO kein einfacher Prozess und erfordert spezialisiertes Know-how. Daher ist es für die meisten Unternehmen sinnvoll, eine professionelle SEO-Agentur zu beauftragen.

Doch wie findet man die **beste SEO-Agentur** und wie stellt man sicher, dass man das **bestmögliche Angebot** erhält? In diesem Ratgeber lernst du, worauf du achten solltest, wenn du SEO-Angebote einholst.

Das ABC von SEO verstehen

Bevor du dich auf die Suche nach einer SEO-Agentur machst, ist es wichtig, dass du ein **grundsätzliches Verständnis** von SEO hast. Im Kern geht es bei SEO darum, deine Webseite so zu gestalten und zu strukturieren, dass sie bei Suchmaschinen wie Google und Bing besser gefunden wird.

Willst du dich mit den Basics von SEO vertraut machen? Dann findest du alles, was du wissen musst, in unserem Ratgeber [„Was ist SEO?“](#)

Ausschreibungen vs. Angebote einholen

Es gibt zwei gängige Methoden, wie Unternehmen SEO-Dienstleistungen anfordern: Ausschreibungen und das Einholen von Angeboten.

- ✔ Bei **Ausschreibungen** erstellen Unternehmen in der Regel eine detaillierte Beschreibung ihrer **Anforderungen und Erwartungen**. SEO-Agenturen reagieren darauf mit passenden Angeboten.
- ✔ **Angebote einzuholen** ist ein etwas direkterer Ansatz. Hierbei suchen Unternehmen selbst nach Agenturen, führen Gespräche mit ihnen und **bitten um spezifische Angebote**.



Beide Ansätze haben ihre Vor- und Nachteile:

Ausschreibungen sind oft **strukturiertes** und ermöglichen es, eine größere Anzahl von Agenturen zu erreichen.

Das direkte Einholen der Angebote erlaubt hingegen eine **stärkere Kontrolle** über den Auswahlprozess und führt daher oft zu Angeboten, die besser auf das eigene Unternehmen zugeschnitten sind.

Achtung bei Ausschreibungen

Ausschreibungen können eine gute Möglichkeit sein, eine **Vielzahl von SEO-Angeboten** einzuholen. Jedoch besteht die Gefahr, dass die Ausschreibung nur aus einer „Auflistung von SEO-Bereichen“ (wie [OnPage-Optimierung](#), [OffPage-Optimierung](#) etc.) besteht, ohne dass du tatsächlich weißt, welche Leistungen dein Unternehmen genau braucht und [was es kosten sollte](#).

Um eine effektive Ausschreibung zu erstellen, ist es unerlässlich, dass du ein **tiefgehendes Verständnis von SEO** hast, praktische Erfahrung mit gängigen SEO-Tools hast und weißt, was die größten Wachstumshebel für deine Website sind.

Nur so kannst du ein **präzises Briefing** erstellen und SEO-Agenturen in die Lage versetzen, dir passgenaue Angebote zu unterbreiten.

Klare Ziele, klarer Umfang

Unabhängig davon, ob du dich für eine Ausschreibung oder das Einholen von Angeboten entscheidest, ist es unerlässlich, dass du klare Ziele und einen klaren Umfang für dein SEO-Projekt definierst.

Gib also genau an, ...

- ✔ was du **erreichen möchtest** (z.B. verbesserte unternehmensrelevante Sichtbarkeit, mehr unternehmensrelevanter Traffic, mehr organischer Umsatz in einer bestimmten Produktkategorie)
- ✔ und **welchen Umfang** das Projekt haben soll (z.B. welche Bereiche deiner Website optimiert werden sollen, welche Märkte du erobern willst).



Was kann mit einer SEO-Agentur schiefgehen?

Es gibt eine Reihe von **typischen Fehlern**, die Unternehmen beim Einholen von SEO-Angeboten machen. Dazu gehört:

1. Fokus auf den Preis

Eine SEO-Agentur, die hauptsächlich aufgrund ihres niedrigen Preises ausgewählt wird, **kann letztendlich teurer sein** – nämlich dann, wenn sie aufgrund ihrer begrenzten Ressourcen nicht die gewünschten Ergebnisse liefern kann. Eine effektive SEO-Strategie erfordert Zeit und Expertise, und beide haben ihren Preis.

2. Falsche Prioritäten setzen

Nicht alle SEO-Maßnahmen haben den selben Impact. Es ist wichtig, sich auf die Aspekte zu konzentrieren, die **die größte Wirkung** haben. Eine gute SEO-Agentur kann dabei helfen, die Prioritäten richtig zu setzen.

3. Schlechte Kommunikation

Eine gute Zusammenarbeit mit der SEO-Agentur setzt voraus, dass beide Parteien **offen und ehrlich** miteinander kommunizieren. Missverständnisse und falsch gemanagte Erwartungen können zu Unzufriedenheit und ineffektiver Arbeit führen.

4. Interne Blockaden

SEO ist ein interdisziplinäres Projekt, das die **Zusammenarbeit verschiedener Abteilungen** erfordert. Wenn interne Ressourcen fehlen oder nicht effektiv genutzt werden, kann das SEO-Projekt scheitern.

Du bist dir nicht sicher, was du bei der Auswahl einer SEO-Agentur eigentlich beachten musst? Dann haben wir den perfekten Ratgeber, wie du die beste SEO-Agentur findest!

In diesem Video erkläre ich dir noch genauer, was du dir von einem SEO-Partner erwarten solltest und wie du dich für die richtige Agentur entscheidest: <https://youtu.be/IJFShPqk8FY>

Was du bei der Angebotsanfrage parat haben solltest

Wenn du eine SEO-Agentur beauftragen möchtest, solltest du die folgenden Informationen bereithalten, um den **Auswahlprozess zu erleichtern** und ein **passgenaues Angebot** zu erhalten:



- 1. Informationen über dein Unternehmen:** Beschreibe dein Unternehmen, deine Marke und dein Geschäftsmodell. Was sind die Wettbewerbsvorteile deiner Marke?
- 2. Dein Wissensstand zu SEO:** Welche Erfahrungen hast du bisher mit SEO gemacht? Wie gut sind die Entscheidungsträger in deinem Unternehmen in Bezug auf SEO informiert?
- 3. Deine Ziele:** Warum möchtest du SEO betreiben und welche Unternehmensziele soll SEO unterstützen? Was ist der gewünschte Output?
- 4. Deine Märkte:** Geht es um SEO für bestimmte Teile deiner Website oder um bestimmte Produkte? Welche Länder, Regionen oder Städte sind für dich relevant?
- 5. Deine Marketing-Strategie:** Wie ist deine Marketingabteilung aufgestellt und welche anderen Marketing-Kanäle nutzt du?
- 6. Deine Herangehensweise an SEO:** Willst du die SEO-Maßnahmen selbst umsetzen, aufteilen oder komplett auslagern?
- 7. Beteiligte Parteien:** Wer in deinem Unternehmen ist an der Umsetzung der [SEO-Strategie](#) beteiligt? Wer ist für die Website verantwortlich? Wer erstellt den Content? Gibt es eine PR-Abteilung oder eine PR-Agentur?
- 8. Dein Budget und deine Ressourcen:** Wie viele interne Ressourcen bist du bereit zu investieren? [Wie viel Budget hast du für SEO mit einem externen Partner?](#)

Wichtige Dokumente vor einer laufenden Zusammenarbeit

Außerdem gibt es zwei Dokumente, die du benötigst, bevor du eine laufende Zusammenarbeit mit einer SEO-Agentur startest:

1. Keyword-Recherche

Dieses Dokument zeigt dir die **unternehmensrelevante Nachfrage** und somit das Gesamtpotenzial für dich in der organischen Suche. Es hilft dir auch zu erkennen, welche Seiten oder URLs nötig sind, um diese Nachfrage abzuholen und welche **Struktur deine Website** haben sollte.

2. Website-Audit

Ein Website-Audit zeigt dir, wie deine Website in Dimensionen wie z. B. Nutzererfahrung, Technik und OnPage **weiterentwickelt werden muss**, damit sie eine gute Performance in der organischen Suche erzielen kann.

Diese Dokumente sind essenziell, um eine **ehrliche, realistische und vertrauenswürdige Angebotserstellung** für eine laufende Betreuung zu ermöglichen. Ohne sie basiert das SEO-Angebot nur auf Vermutungen und Schätzungen, was zu schlechten Ergebnissen führen wird.



Vom Angebotsvergleich zur besten SEO-Agentur

Es ist oft nicht einfach, sich für eine SEO-Agentur zu entscheiden. Aber mit der **richtigen Herangehensweise** und den **passenden Fragen** kannst du diesen Prozess einfacher und effizienter gestalten.

In diesem Abschnitt erfährst du, wie du **vom Angebotsvergleich zur besten SEO-Agentur** kommst, welche Fragen du stellen solltest und wie du dein Marketingbudget schützen kannst.

Gute Fragen vor einer laufenden Betreuung

Bevor du dich endgültig für eine Agentur entscheidest, solltest du **bestimmte Fragen** stellen. Diese helfen dir nicht nur dabei, die passende Agentur auszuwählen, sondern könnten auch einige Agenturen unsicher machen – ein **hilfreiches Signal**, wenn du die beste Agentur für deine Zwecke finden willst.

1. Ressourcen:

- Wie viel Arbeit und Ressourcen müssen wir selbst investieren?
- Wer muss von unserer Seite involviert sein?

2. Kommunikation:

- Wie läuft die Kommunikation während der laufenden Zusammenarbeit ab?
- Wie sieht das Reporting aus?
- Woher wissen wir, was gemacht wurde?

3. Negative Visualisierung:

- Was passiert, wenn der gewählte Ansatz nicht funktioniert oder die Zusammenarbeit nicht die erhofften Ergebnisse bringt?
- Was, wenn wir unseren Mitwirkungspflichten nicht nachkommen können?

4. Leistungsgegenstände:

- Wer wird die Inhalte erstellen und wird es immer dieselbe Person sein?
- Wie entstehen Backlinks?

Beim Thema Linkbuilding ist es immer wichtig zu wissen, ob die Agentur **Linkbroker** oder **Linkmarktplätze** nutzt. Warum das ein Warnsignal sein kann, erkläre ich in diesem Video: <https://youtu.be/GmBcFNqcz1g>



Die 6 wichtigsten Auswahlkriterien für eine SEO-Agentur

Neben den oben genannten Fragen gibt es noch weitere Kriterien, die du bei der Auswahl deiner SEO-Agentur berücksichtigen solltest. Hier sind meine sechs goldenen Auswahlkriterien:

- 1. Erster Eindruck:** Ist das Erstgespräch eine **Beratung** oder ein **Verkaufsgespräch**?
- 2. Nachweisbare Erfolge:** Kann die Agentur Erfolge in Form von [transparenten Case Studies](#) oder direkt vorzeigbaren Beispielen nachweisen?
- 3. Nachweisbare Kundenzufriedenheit:** Gibt es [Bewertungen](#) oder [Befragungen](#), die die Kundenzufriedenheit belegen?
- 4. Transparenz:** Verstehe ich als Kunde, was die Agentur macht und warum das funktioniert, oder investiere ich in eine **Black Box**?
- 5. Preis:** Ist es realistisch, dass **mit diesem Budget** meine gewünschten Ziele erreicht werden können?
- 6. Verzweiflung:** Wo zieht die Agentur ihre Grenzen und wie gut schützt sie sie? Würde die Agentur **alles machen**, nur um den Auftrag zu bekommen? Oder stellt sie klar, was möglich ist und was nicht?

7 Faktoren, die dir klar sein sollten

Nach der Auswahl der Agentur ist es wichtig, dass du wirklich verstehst, wie SEO funktioniert, damit du dir nicht selbst (und der Agentur) im Weg stehst. Nur so kannst du sicherstellen, dass dein Marketingbudget richtig eingesetzt wird.

Hier sind sieben wichtige Faktoren, die für jedes SEO-Projekt gelten, und die du im Gedächtnis behalten solltest:

- 1. Nutzerzentrierung:** Wenn deine Website nicht gefunden wird, dann hast du wahrscheinlich deine [Zielgruppe](#) nicht verstanden. Nutze Google als Reflektion der Nutzerbedürfnisse, um ein **kundenzentriertes Unternehmen** zu bauen.
- 2. Variablen:** SEO-Ergebnisse und die [Dauer von SEO](#) sind nicht perfekt planbar. Variablen wie Wettbewerbsaktivitäten, Ressourcenverfügbarkeit, Umsetzungsgeschwindigkeit und Algorithmusänderungen können die Ergebnisse beeinflussen.
- 3. Individualität:** Jedes SEO-Projekt ist einzigartig und benötigt individuelle Lösungen.
- 4. Input-Metriken:** Denke in Input-Metriken statt in Output-Metriken. Identifiziere also Aktionen, die zu den gewünschten Ergebnissen führen.
- 5. Pull-Marketing:** SEO ist [Inbound-Marketing](#). Du verdienst dir Sichtbarkeit, indem du Wert bietest. Du holst bestehende Nachfrage ab.
- 6. Volumen:** Wenn dein Budget zu klein ist, lass es besser sein. Du musst in der Lage sein, schneller und mehr Volumen zu generieren als deine Konkurrenz. Wie kannst du sonst aufholen?
- 7. Investition:** SEO ist eine langfristige Investition und erfordert ein Commitment. Wenn dir nach 3 Monaten die Luft ausgeht, war alles umsonst.

Wenn du das verstehst und die richtigen Fragen stellst, kannst du sicherstellen, dass du die **beste SEO-Agentur für dein Unternehmen** auswählst und dein **Marketingbudget effizient einsetzt**.



Das richtige SEO-Angebot für dein Unternehmen

Das Einholen von SEO-Angeboten ist kein einfacher Prozess. Damit es trotzdem gelingt, brauchst du die richtigen Kenntnisse und eine klare Strategie. Zusammengefasst gilt es, auf Folgendes zu achten:

- ✔ Wichtig ist, dass du ein **Basisverständnis von SEO** hast.
- ✔ Egal, ob du dein SEO-Projekt ausschreibst oder direkt Angebote einholst: **Klare Ziele und ein klar definierter Umfang** sind für deinen SEO-Erfolg unerlässlich.
- ✔ **Achte darauf, nicht nur den Preis in den Vordergrund zu stellen.** Eine günstige SEO-Agentur ist nicht unbedingt die beste Wahl. Qualität und Zeitaufwand haben ihren Preis. Daher solltest du auch die Erfahrung, die Erfolgsbilanz und die Transparenz der Agentur in Betracht ziehen.
- ✔ Wichtig sind auch eine **gute Kommunikation, gegenseitiges Vertrauen** und die **Bereitschaft zur Zusammenarbeit** auf beiden Seiten.

Nutze die Ratschläge und stelle die Fragen aus diesem Ratgeber, um die beste SEO-Agentur für dein Unternehmen zu finden und **dein Marketingbudget effektiv zu nutzen.**

Denn SEO ist eine langfristige Investition, die mit der richtigen Herangehensweise zu großartigen Ergebnissen führen kann.