

# Online Mitbewerberanalyse mit **XOVI**

## Vorwort

Ein wichtiger Aspekt jeder Suchmaschinenoptimierung ist die Mitbewerberanalyse. Mit Hilfe einer fundierten Mitbewerberanalyse erkennen Sie zunächst, wer überhaupt Ihre direkten Mitbewerber sind und verschaffen sich im nächsten Schritt einen Überblick über deren Stärken und Schwächen. Erkennen Sie, wie Ihre Mitbewerber Traffic generieren und schätzen Sie Ihre eigene Marktposition mit der Mitbewerberanalyse richtig ein.

Mit Hilfe dieses Dokuments, sind Sie in der Lage, die richtigen Fragen zu Ihren Mitbewerbern zu stellen und diese mit Hilfe des XOVI-Tools beantworten zu können. **Tipp:** Einige Fragestellungen werden auch in unserem [Tutorial-Video](#) zum Thema Mitbewerberanalyse aufgegriffen und beantwortet. Das nun folgende Beispiel gibt Ihnen einen Überblick über den allgemeinen Aufbau:

Bei Fragen und Unklarheiten können Sie sich gerne jederzeit bei uns melden:

✉ [support@xovi.de](mailto:support@xovi.de)

☎ +49 221 677 873 40

🗨 [Live-Support](#)

## Beispiel-Kapitel ①

### 1.1 Warum sollte ich diese Checkliste durcharbeiten? ②

③

📘 An dieser Stelle erhalten Sie Empfehlungen, Hintergrundinformationen und nützliche Tipps, wie Sie die Frage mit Hilfe von XOVI beantworten können. ④



⑥

- ① – Kapitelüberschrift.
- ② – Fragestellung.
- ③ – Kasten zum abhaken, wenn die Fragestellung bearbeitet wurde. Direkt im PDF editierbar.
- ④ – Empfehlungen, Informationen und Anweisungen um die Frage zu beantworten.
- ⑤ – Klickweg im XOVI Tool um die relevanten Daten für die Fragestellung zu erhalten.
- ⑥ – Platz für Ihre Notizen. Sie können Ihre Notizen direkt im PDF anfertigen.

# Online Mitbewerberanalyse mit **XOVI**

## Inhaltsverzeichnis

### Vorwort

#### 1. Vorüberlegungen

- 1.1 Wer sind meine Mitbewerber?
- 1.2 Welche Suchbegriffe sind am wichtigsten?

#### 2. Keywords

- 2.1 Mit welchen Keywords ranken meine Mitbewerber?
- 2.2 In welchen Kategorien hat mein Mitbewerber besonders gute Rankings?
- 2.3 Welche Keywords sind für meine Mitbewerber die wichtigsten?
- 2.4 Welche Keyword-Strategie verfolgt Ihr Mitbewerber?

#### 3. SEA

- 3.1 Schaltet mein Mitbewerber Werbeanzeigen?
- 3.2 Für welche Keywords schaltet mein Mitbewerber Werbeanzeigen?
- 3.3 Wie sind die Werbeanzeigen meines Mitbewerbers strukturiert?
- 3.4 Wie erkenne ich mögliche Chancen-Keywords für meine Werbeanzeigen?
- 3.5 Wie lassen sich die Landingpages meiner Mitbewerber identifizieren?
- 3.6 Wie lassen sich saisonale Werbeanzeigen erkennen?

#### 4. Affiliates

- 4.1 Nutzt mein Mitbewerber Affiliates als zusätzlichen Vertriebskanal?
- 4.2 Wo befinden sich die Affiliate-Links meines Mitbewerbers?

#### 5. Social Signals

- 5.1 In welchen sozialen Netzwerken ist mein Mitbewerber aktiv?
- 5.2 Gibt es auffällige Ausschläge im Graphen 'Netzwerkverlauf'?

#### 6. Links

- 6.1 Wie viele Backlinks besitzt die Domain Ihres Mitbewerbers?
- 6.2 Wie viele Links baut Ihr Mitbewerber im zeitlichen Verlauf auf bzw. ab?
- 6.3 Optimiert mein Mitbewerber vorrangig für den lokalen Markt?
- 6.4 Besitzt mein Mitbewerber Backlinks, die ich mir zu Nutze machen kann?

#### 7. Onpage

- 7.1 Welche Inhalte bietet Ihr Mitbewerber auf seiner Webseite an?
- 7.2 Wie sind die Ladezeiten der Mitbewerber-Webseiten?
- 7.3 Verfügt die Webseite Ihrer Mitbewerber über ein responsives Design?
- 7.4 Wie sind die Texte meiner Mitbewerber strukturiert?

# Online Mitbewerberanalyse mit **XOVI**

## Vorüberlegungen

### 1.1 Wer sind meine Mitbewerber?

**i** Geben Sie die 5 wichtigsten Suchbegriffe zu Ihrem Unternehmen in die Google Suche ein. Die top-platzierten Domains sind Ihre schärfsten Mitbewerber.

### 1.2 Welche Suchbegriffe sind am wichtigsten?

**i** Der Suchbegriff sollte a) zum Inhalt Ihrer Webseite passen b) über ein möglichst hohes Suchvolumen verfügen c) im besten Fall eine geringe Mitbewerberdichte aufweisen. In XOVI können Sie mit der Keyword-Analyse alle Suchbegriffe untersuchen. Sie erhalten alle relevanten Daten wie Suchvolumen, Mitbewerberdichte oder CPC. Des Weiteren können Sie sich auch alle Keywords Ihrer Mitbewerber ausgeben lassen ( Keywords -> Alle Keywords ) und dort nach geeigneten Keywords Ausschau halten.

 **Keywords**

→

[Alle Keywords](#)

# Online Mitbewerberanalyse mit **XOVI**

## Keywords

### 2.1 Mit welchen Keywords ranken meine Mitbewerber?

**i** Geben Sie den Domainnamen Ihres Mitbewerbers in die URL Maske ein und klicken Sie auf 'Go'. Anschließend können Sie unter Keywords > Alle Keywords alle Rankings Ihres Mitbewerbers überprüfen.



### 2.2 In welchen Kategorien hat mein Mitbewerber besonders gute Rankings?

**i** Mit Hilfe von Labels können Sie in XOVI Keywords in 'Gruppen' einteilen und diese gesondert auswerten. Zum Thema Labels empfehlen wir Ihnen unser [Video-Tutorial](#) zur Mitbewerberanalyse. Für einen Schuhe-Onlineshop ließen sich mit Hilfe von Labels bspw. alle Rankings zum Thema Gummistiefel gesondert untersuchen und vergleichen.

# Online Mitbewerberanalyse mit **XOVI**

## 2.3 Welche Keywords sind für meine Mitbewerber die wichtigsten?

**i** Mit Hilfe des 'Ranking Values' können Sie in XOVI den Wert einzelner Keywords oder Domains bestimmen. Der 'Ranking Value' ist ein fiktiver Wert, der sich aus der derzeitigen Position, Suchvolumen und CPC berechnet. Anhand des 'Ranking Values' erhalten Sie eine ungefähre Angabe darüber, wie viel Adwords-Budget Sie ausgeben müssten um einen ähnlichen Besucherfluss zu erreichen.



## 2.4 Welche Keyword-Strategie verfolgt Ihr Mitbewerber?

**i** Bei Keywords differenziert man zwischen Long-Tail und Short-Tail Keywords. Bsp: 'Hotel' ist ein Short-Tail Keyword, 'Hotel Berlin Köpenick' ist ein Long-Tail Keyword. Long-Tail Keywords sind in der Regel einfacher zu optimieren und versprechen eine bessere Conversion-Rate. Identifizieren Sie solche Keywords Ihrer Mitbewerber indem Sie unter der Rubrik 'Keywords > Alle Keywords' einen Filter mit dem Attribut 'Wortanzahl' anlegen. Anhand der Wortanzahl lassen sich gezielt die Long-Tail Keywords Ihrer Mitbewerber herausfiltern.

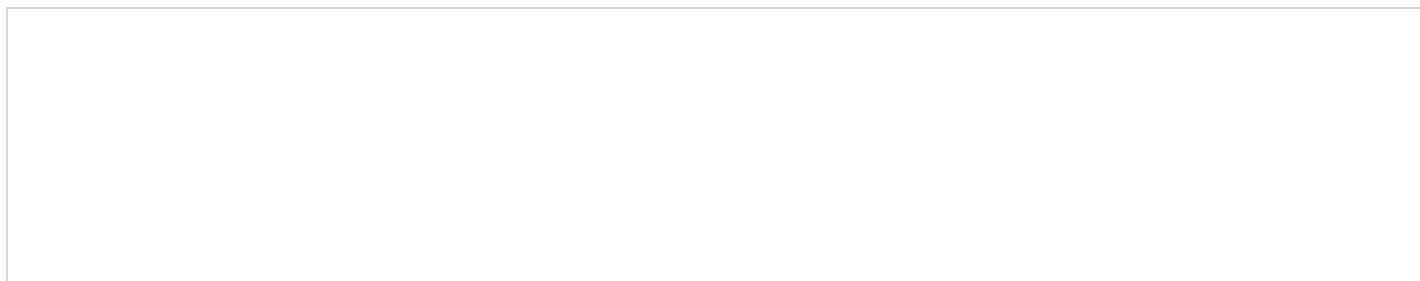


# Online Mitbewerberanalyse mit **XOVI**

## SEA

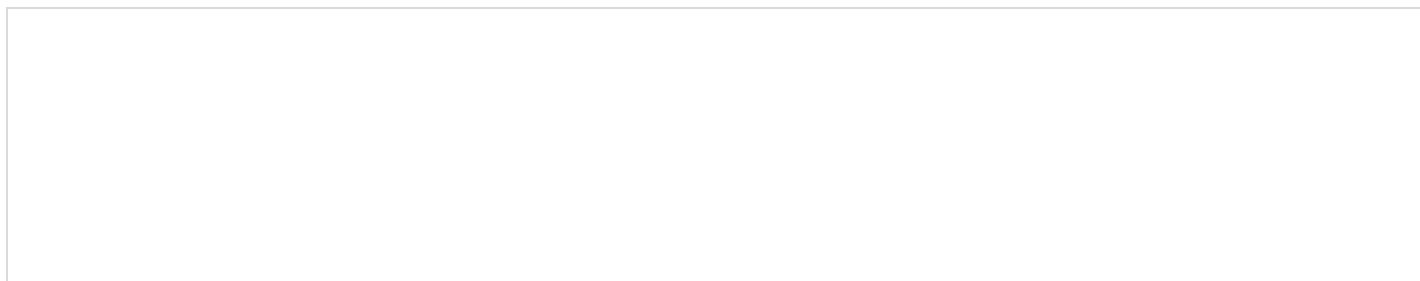
### 3.1 Schaltet mein Mitbewerber Werbeanzeigen?

**i** Überprüfen Sie dies in der Rubrik 'SEA' in XOVI. Geben Sie zunächst den Domainnamen Ihres Mitbewerbers in die URL-Maske ein und klicken Sie auf 'Go'. Anschließend erhalten Sie einen ersten Überblick über alle Werbeanzeigen Ihres Mitbewerbers.



### 3.2 Für welche Keywords schaltet mein Mitbewerber Werbeanzeigen?

**i** Alle Keywords, mit denen Ihr Mitbewerber Werbeanzeigen schaltet können Sie sich in XOVI unter der Rubrik 'SEA > Anzeigen-Keywords' ausgeben lassen.



# Online Mitbewerberanalyse mit **XOVI**

## 3.3 Wie sind die Werbeanzeigen meines Mitbewerbers strukturiert?

**i** Die kompletten Werbeanzeigen inkl. Titel, Beschreibung, URL, Keyword und derzeitiger Position können Sie sich in XOVI unter der Rubrik 'SEA > Geschaltete Anzeigen' ausgeben lassen.



## 3.4 Wie erkenne ich mögliche Chancen-Keywords für meine Werbeanzeigen?

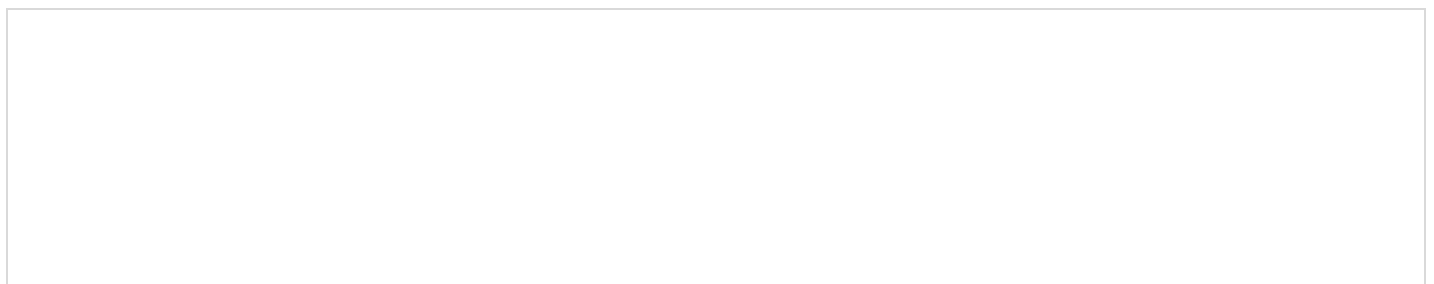
**i** Vergleichen Sie Ihre Domain im 'SEA > Domain Vergleich' mit Ihren Mitbewerbern. XOVI vergleicht die Keywords und listet 'In Betracht zu ziehende Keywords' für Ihre Domain auf. Ein Chancen-Keyword besitzt in der Regel ein hohes Suchvolumen bei einem möglichst geringen CPC Preis und einer niedrigen Mitbewerberdichte.



# Online Mitbewerberanalyse mit **XOVI**

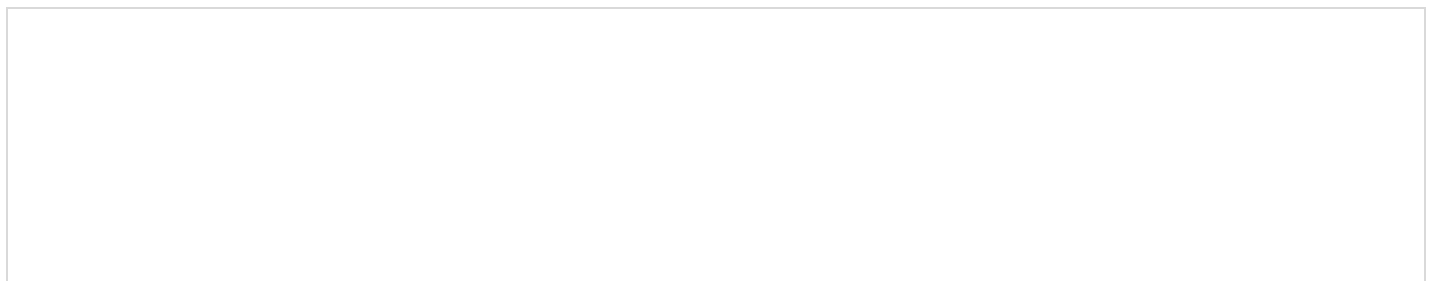
## 3.5 Wie lassen sich die Landingpages meiner Mitbewerber identifizieren?

**i** Landingpages sind Webseiten, die speziell auf eine Zielgruppe und ein Produkt hin optimiert sind. In XOVI sehen Sie unter der Rubrik 'SEA > Anzeigen-URLs' auf welche Landingpages die Werbeanzeigen verweisen.



## 3.6 Wie lassen sich saisonale Werbeanzeigen erkennen?

**i** Schauen Sie Sie sich den Zeitverlauf der geschalteten Werbeanzeigen unter 'SEA > Überblick' genauer an. Anhand der reinen Anzahl an Werbeschaltungen können Sie erkennen, zu welchen Zeitpunkten Ihr Mitbewerber mehr oder weniger Werbeanzeigen schaltet.





# Online Mitbewerberanalyse mit **XOVI**

## Affiliates

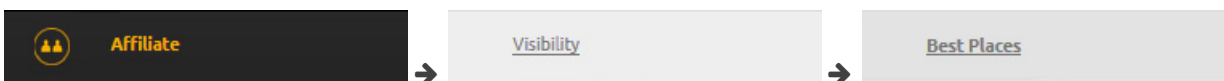
### 4.1 Nutzt mein Mitbewerber Affiliates als zusätzlichen Vertriebskanal?

**i** Überprüfen Sie dies in der Rubrik 'Affiliates' in XOVI. Geben Sie zunächst den Domainnamen Ihres Mitbewerbers in die URL-Maske ein und klicken Sie auf 'Go'. Im Überblick der Rubrik 'Affiliates' erhalten Sie alle relevanten Daten zu den Partnerprogrammen Ihres Mitbewerbers.



### 4.2 Wo befinden sich die Affiliate-Links meines Mitbewerbers?

**i** In der Rubrik 'SEA > Best Places' finden Sie alle Webseiten, auf denen Affiliate-Links geschaltet sind. Nutzen Sie dies zu Ihrem eigenen Vorteil und finden Sie so interessante Webseiten für Ihre eigenen Affiliates. In der Regel gilt: Je höher die Sichtbarkeit einer Webseite, desto größer die Wahrscheinlichkeit, dass der Besitzer der Webseite weitere Affiliates auf seiner Webseite zustimmt.

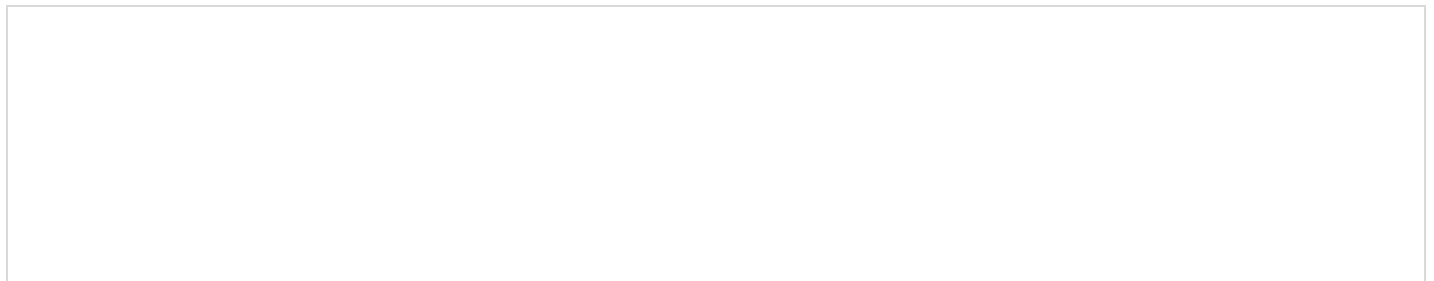


# Online Mitbewerberanalyse mit **XOVI**

## Social Signals

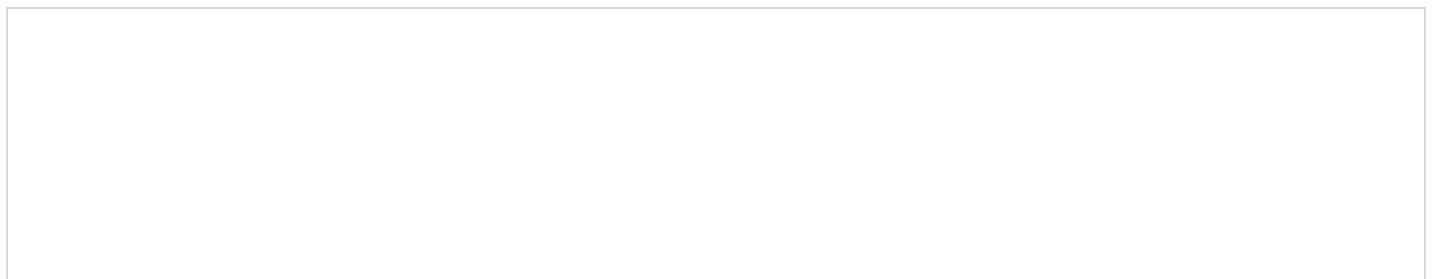
### 5.1 In welchen sozialen Netzwerken ist mein Mitbewerber aktiv?

**i** Geben Sie den Domainnamen Ihres Mitbewerbers in die URL Maske ein und klicken Sie auf 'Go'. Anschließend können Sie im Überblick der Rubrik 'Social Signals' alle Signale aus den wichtigsten sozialen Netzwerken sehen.



### 5.2 Gibt es auffällige Ausschläge im Graphen 'Netzwerkverlauf'?

**i** Falls ja, merken Sie sich das Datum und überprüfen Sie anschließend die sozialen Kanäle Ihres Mitbewerbers. Hat Ihr Mitbewerber ein neues Produkt vorgestellt, welches großen Anklang findet? Hat Ihr Mitbewerber ein Gewinnspiel gestartet? Sie können so frühzeitig auf Aktionen Ihres Mitbewerbers reagieren und geeignete Maßnahmen ergreifen.

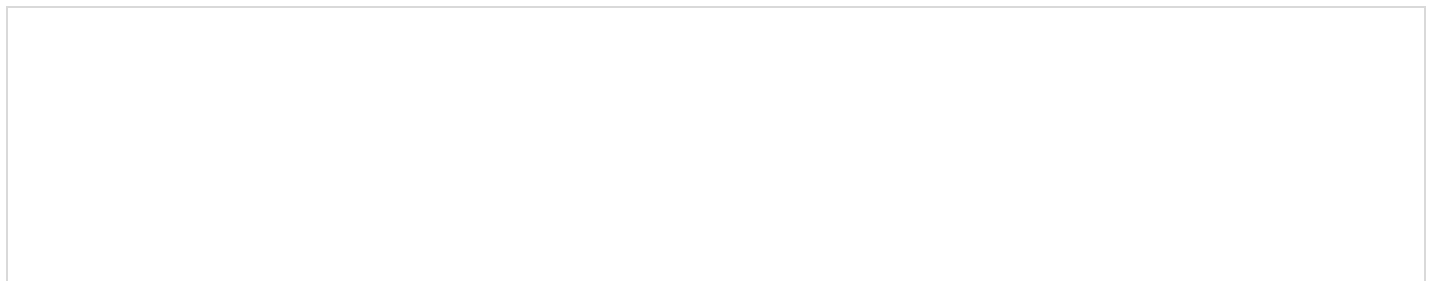


# Online Mitbewerberanalyse mit **XOVI**

## Links

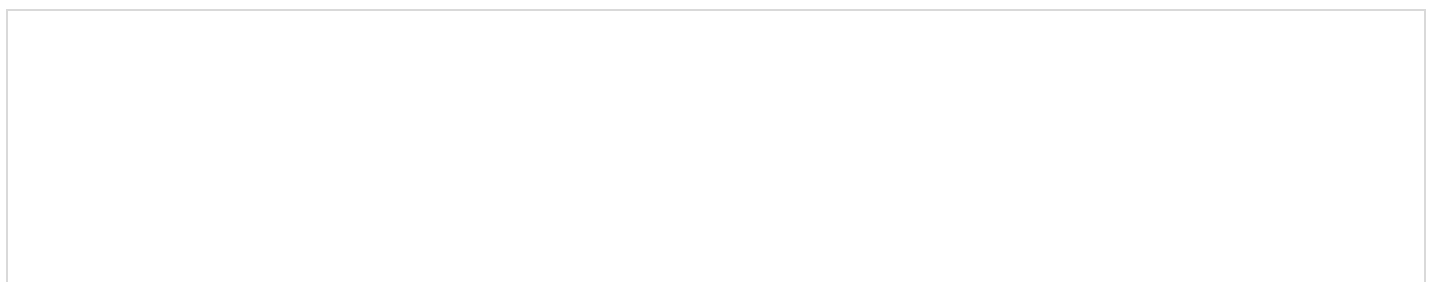
### 6.1 Wie viele Backlinks besitzt die Domain Ihres Mitbewerbers?

**i** Überprüfen Sie die Anzahl an Links, indem Sie sich die Performance-Indikatoren der Rubrik 'Links' ansehen. Neben der Qualität eines Links spielt die Quantität ebenfalls eine große Rolle für die allgemeine Sichtbarkeit einer Domain.



### 6.2 Wie viele Links baut Ihr Mitbewerber im zeitlichen Verlauf auf bzw. ab?

**i** Überprüfen Sie im Überblick der Rubrik 'Links' den Chart 'Backlinks im Zeitverlauf'. Sind große Sprünge erkennbar? Handelt es sich um einen kontinuierlichen Anstieg? Anhand des Verlaufs bekommen Sie einen Eindruck darüber, wie viele Links Ihr Mitbewerber auf- bzw. abbaut.



# Online Mitbewerberanalyse mit **XOVI**

## 6.3 Optimierte mein Mitbewerber vorrangig für den lokalen Markt?

**i** Gucken Sie sich z.B. per Impressum an, wo der Standort Ihres Mitbewerbers liegt. Schauen Sie sich anschließend die Rubrik 'Links > Alle Links' in XOVI genauer an. Findet sich der Name des Standorts häufig im Ankertext? Taucht der Standort in der URL (z.B.: www.domainname.de/xy-standort) auf? Besitzt Ihr Mitbewerber ein Google-Places Profil?



## 6.4 Besitzt mein Mitbewerber Backlinks, die ich mir zu Nutze machen kann?

**i** Durchaus möglich! Vergleichen Sie das eigene Linkprofil mit dem Ihres Mitbewerbers. XOVI bietet hierfür unter der Rubrik 'Links' den 'Domain-Vergleich' und den 'Hubfinder' an. Anhand des Vergleichs lassen sich die exklusiven Backlinks Ihres Mitbewerbers anzeigen und im Folgenden genauer analysieren.



# Online Mitbewerberanalyse mit **XOVI**

## Onpage

### 7.1 Welche Inhalte bietet Ihr Mitbewerber auf seiner Webseite an?

**i** Um welche Inhalte handelt es sich? Texte? Bilder? Videos? Wie sind diese strukturiert? Vergleichen Sie die Inhalte und Strukturierung mit Ihren eigenen Inhalten! Informiert Ihr Mitbewerber über ein Thema, welches auch auf der eigenen Webseite thematisch passt, so kann der Inhalt in abgewandelter Form für die eigenen Zwecke genutzt werden. Schauen Sie sich die Webseite Ihres Mitbewerbers an, zusätzlich können Sie eine Onpage-Analyse von XOVI durchführen lassen. Diese finden Sie in der Rubrik 'Onpage > Analyse'.



### 7.2 Wie sind die Ladezeiten der Mitbewerber-Webseiten?

**i** Die Ladezeiten einer Webseite ist ein wichtiger Rankingfaktor und nicht weniger wichtig für das Besucherverhalten. Analysieren Sie die Ladezeiten Ihrer eigenen Webseite und die Ihrer Mitbewerber. Als Faustregel gilt: Die Ladezeit einer Webseite sollte 1-2s nicht überschreiten. Je länger die Ladezeit, desto mehr Besucher springen irgendwann ab. Mit XOVI können Sie mit dem Pagespeed-Monitoring-Tool die Ladezeiten jeder beliebigen Webseite untersuchen und überwachen. So lassen sich Schwachstellen offenlegen und geeignete Maßnahmen ergreifen.



# Online Mitbewerberanalyse mit **XOVI**

## 7.3 Verfügt die Webseite Ihrer Mitbewerber über ein responsives Design?

**i** Unter responsive Design versteht man die Eigenschaft, dass sich die Darstellung der Webseite auf die Displaygröße des jeweilig verwendeten Endgeräts hin anpasst. Der Besucher der Webseite erhält für Smartphone, Tablet oder Desktop-PC eine optimierte Ansicht. Mit einem responsive Design verbessern Sie die UserExperience und verringern die Absprungrate ( Bounce-Rate ). Überprüfen Sie die Webseite auf responsives Design, indem Sie die Webseite auf unterschiedlichen Endgeräten öffnen oder die Fensterbreite des Browsers zur Laufzeit verändern. Schauen Sie hier, ob sich die Darstellung der Inhalte an die Fensterbreite anpasst.

## 7.4 Wie sind die Texte meiner Mitbewerber strukturiert?

**i** Mit Hilfe der WDF\*IDF Textoptimierung lassen sich in XOVI die relevantesten Texte zu einem Keyword analysieren. Mit der WDF\*IDF Formel sind Sie in der Lage, die semantisch wichtigen Begriffe in Ihren Texten einzubinden. So überzeugen Sie die Suchmaschinen von der thematischen Relevanz Ihrer Inhalte. Unter der Rubrik 'Onpage > Textoptimierung (WDF\*IDF)' finden Sie den WDF\*IDF Editor von XOVI. Geben Sie hier das zu optimierende Keyword sowie die zu untersuchende URL an um alle wichtigen Daten zu erhalten, mit denen Sie im Folgenden Ihre Texte suchmaschinenfreundlicher gestalten können.

