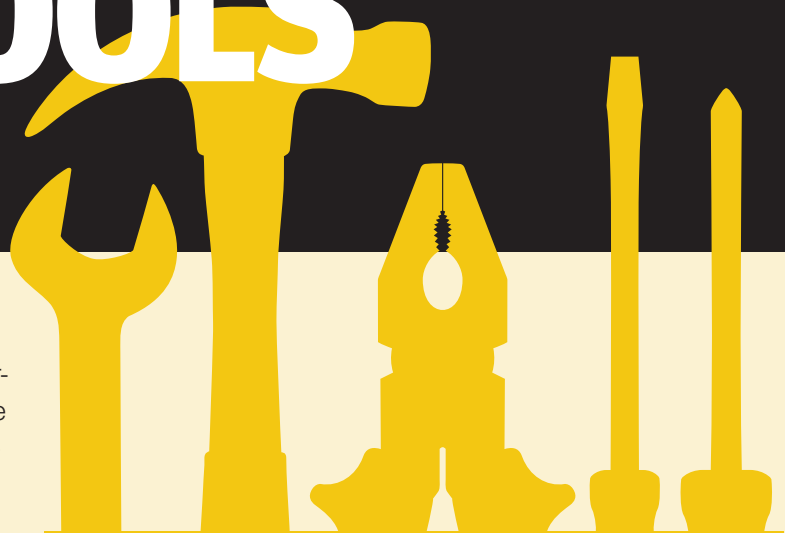


SEO-TOOLS TEIL 3



Bisher in der SEO-Tool-Serie erschienen:

Sistrix Toolbox:	Ausgabe #42
LinkResearchTools:	Ausgabe #43
SEO-Tools für Excel:	Ausgabe #44

Über das Add-in „SEO-Tools für Excel“ haben wir in der Website Boosting bereits in der Vergangenheit immer wieder berichtet. Mittlerweile hat sich das Tool von Nils Bosma spürbar professionalisiert, läuft stabiler und deutlich performanter. Viele Experten schwören darauf, SEO-Daten auch immer manuell zu analysieren, weil man dabei oft Besonderheiten findet, die man in „fertigen“ Werkzeugen leicht übersehen kann. Auch wer Daten aus mehreren Quellen zusammenführen möchte, kommt an solchen händischen Lösungen nicht vorbei. Genau hier setzt die umfangreiche Erweiterung für die wohl beliebteste Tabellenkalkulation MS Excel an. Diese Kombination ist von der Flexibilität her gesehen praktisch unschlagbar. Aus vielen Erfahrungsberichten und Gesprächen wissen wir, dass die meisten Benutzer nach einer kurzen Einarbeitung gar nicht mehr die Finger davon lassen können. Es ist wie bei den meisten Spezialtools – zunächst scheinen die Einstiegshürden unüberwindbar und man hat wenig Lust, weil man mit ein wenig Rumspielen nicht so richtig weiterkommt. Daher wollen wir Sie über einen einfachen Einstieg für Anfänger hin zu einigen Expertenfunktionen führen. Sehen Sie sich doch einfach selbst an, was die Verbindung bzw. Erweiterung eines der mächtigsten Kalkulationsprogramme mit unzähligen SEO-Funktionen leisten kann und nützt.

Einem Wermutstropfen gibt es gleich am Anfang zu schlucken: Das SEO-Tool für Excel läuft nicht auf dem Mac oder auf Linux-Maschinen. Der Grund liegt darin, dass es auf den Windows Net Frameworks basiert, die sich nicht auf andere Betriebssysteme übertragen lassen. Wer damit arbeiten möchte, muss dies also auf einem klassischen Windowsrechner tun. Das Tool ist sowohl für 32- als auch für 64-Bit-Systeme verfügbar. Letztere verlangen auch eine 64-Bit-Excel-Version und können aufgrund des Wegfalls der bekannten Beschränkungen der alten 32-Bit-Architektur deutlich mehr Daten in um einiges höherer Geschwindigkeit verarbeiten.

Einen Wermutstropfen gibt es gleich am Anfang zu schlucken: Das SEO-Tool für Excel läuft nicht auf dem Mac oder auf Linux-Maschinen. Der Grund liegt darin, dass es auf den Windows Net Frameworks basiert, die sich nicht auf andere Betriebssysteme übertragen lassen. Wer damit arbeiten möchte, muss dies also auf einem klassischen Windowsrechner tun. Das Tool ist sowohl für 32- als auch für 64-Bit-Systeme verfügbar. Letztere verlangen auch eine 64-Bit-Excel-Version und können aufgrund des Wegfalls der bekannten Beschränkungen der alten 32-Bit-Architektur deutlich mehr Daten in um einiges höherer Geschwindigkeit verarbeiten.

Installation und Registrierung

Auf seotoolsforexcel.com kann das Tool heruntergeladen werden – rechts oben über den Button „Download“. Unter der URL store.seotoolsforexcel.com/purchase/trial bekommt man über E-Mail eine Testfreischaltung für 14 Tage. Die Jahreslizenz kostet ohne automatische Verlängerung 89,- €, also weniger als 7,50 € pro Monat. Ein vergleichsweise geringer Betrag für die angebotenen Funktionalitäten und den Nutzen, den man bei richtiger Anwendung daraus ziehen kann.

Falls Sie Ihre Mailadresse nicht hinterlegen wollen, klicken Sie einfach die Schaltfläche „Subscribe to Download“

mit leerem E-Mail-Formularfeld. Auf der Folgeseite klicken Sie auf „Already signed up?“ und dann gelangen Sie zu der eigentlichen Download-Seite.

Nach der Installation rufen Sie MS Excel auf, das nun um ein weiteres Register in der Menüleiste am oberen rechten Rand erweitert wurde (rote Markierung in Abbildung 1).

Über „Register“ kann dann der Lizenz-Schlüssel eingegeben werden. Dazu benötigt man die E-Mail-Adresse, die man beim Kauf oder der Testversion angegeben hat, und den eigentlichen Schlüssel, der an diese E-Mail verschickt wurde. In dem gleichen Menüfeld kann man die Lizenz später wieder von dem Computer entfernen („Unregister from

SEO via Excel – Step by step

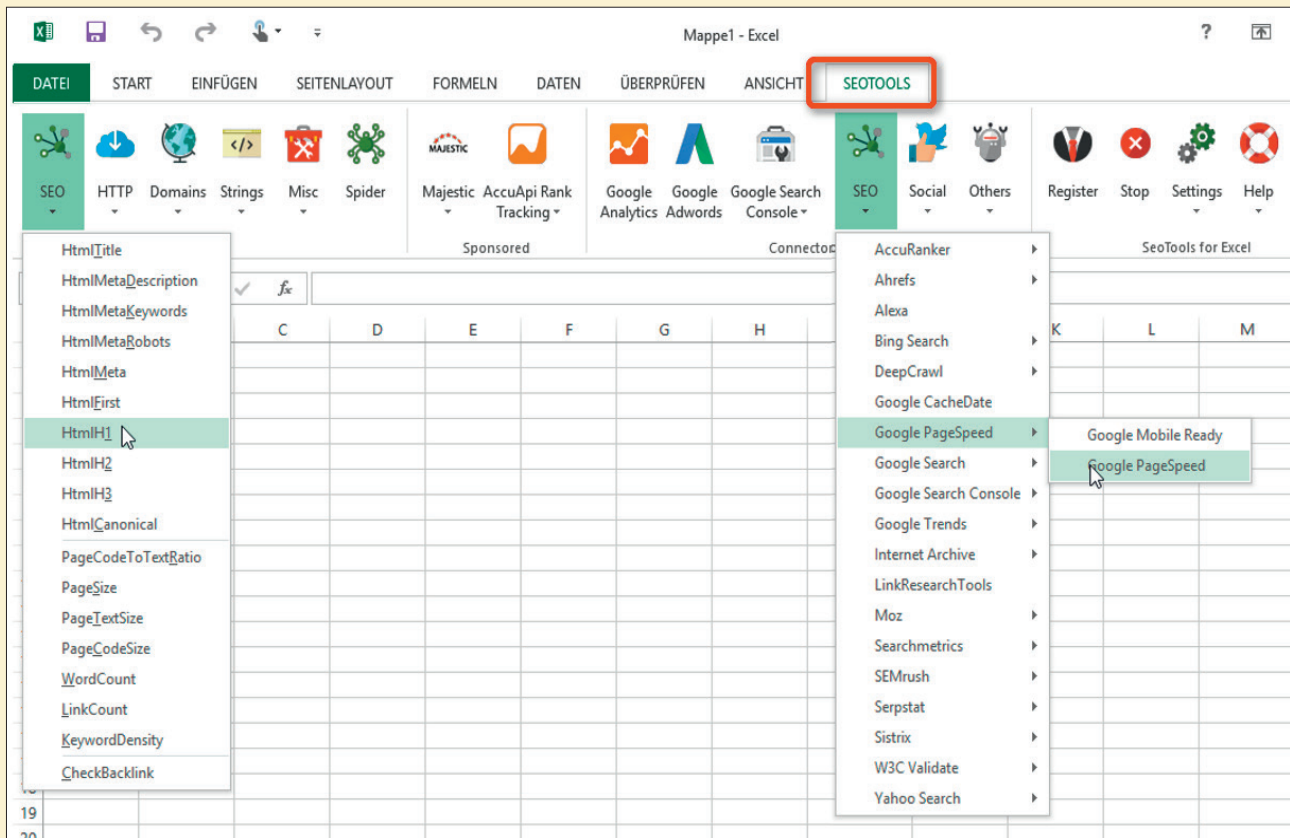


Abb.1: Nach der Installation wurde MS Excel um viele interessante Funktionen erweitert (Beispieldarstellung)

this computer“) und sie z. B. auf einem neuen Rechner wieder aktivieren. Ebenso ist dort vermerkt, wie lange die Lizenz noch gültig ist.

Das Grundprinzip der SEO-Tools

Die gewohnte zellenorientierte Arbeitsweise von Excel bleibt natürlich komplett erhalten. Das bedeutet, dass die Erweiterung auf das kurze Gras gezogen eigentlich nichts anderes macht, als Excel um gewisse Formeln zu erweitern und entsprechende Schnittstellen nach „außen“ ins Web zur Verfügung zu stellen.

Ein kurzes Beispiel zeigt, wie die SEO-Tools arbeiten: Tragen Sie in eine Zelle wie in Abbildung 2, Ziffer 1 gezeigt,

eine beliebige, aber gültige Internetadresse (URL) ein. Hier wurde die Zelle E19 gewählt. Anschließend setzen Sie den Zellencursor dahin, wo später der Wert eingefügt werden soll – im Beispiel die Zelle rechts daneben, F19, mit der Ziffer 2 angedeutet. Anschließend wählen Sie aus dem ersten Pull-down-Menü „SEO“ eine Funktion aus wie hier HTMLTitle (Ziffer 3). Wie der Name schon verrät, soll also das Title-Attribut von der Webseite extrahiert werden. Nach dem Auslösen erscheint ein Formeleditor, mit dem man (später auch komplexere) Formeln ganz einfach per Klick erstellen kann. Entweder gibt man in das Formularfeld selbst „E19“ ein (Ziffer 4) oder man klickt auf das kleine Tabellensymbol unter Ziffer 5. Danach

erscheint ein kleines Fenster „Funktionsargumente“. Jetzt einfach auf die Zelle klicken, die man referenzieren möchte. In diesem Fall ist das die E19, in der die Webadresse steht. Die Zellenadresse wird nun in die Maske „Funktionsargumente“ übernommen. Jetzt steht ebenso „E19“ in dem Feld, wie wenn man es von Hand selbst eingetragen hätte. Beide Wege sind gleichwertig und man kann sie je nach eigener Vorliebe verwenden. Wer ein Fanschnellen Arbeitens ist und sich Formeln gut merken kann, kann natürlich auch ohne den Editor in die Zelle F19 direkt reinschreiben:

=HtmlTitle(E19)

Nach einem Klick auf OK (oder Return bei manuell geschriebener Formel)

erscheint in der Zelle der eben eingefügten Formel kurz „Gathering Data“ und anschließend ist bereits der Title aus der Webseite in der Zelle zu lesen.

Selbstverständlich könnte man auch ohne den Zellbezug zu E19 mit der Webadresse arbeiten und einfach nur in eine Zelle eingeben:

=HtmlTitle(„https://www.website-boosting.de“)

Das Ergebnis wäre das gleiche. Die Referenzierung auf andere Zellen macht aber durchaus viel Sinn, wie sich gleich noch zeigen wird.

Wie in Abbildung 3 zu sehen ist, wurden in Spalte E beispielhaft weitere Webadressen eingetragen und danach die eben erstellte Formel in Zelle F19, die den Inhalt des Titles extrahiert hat, nach unten kopiert. Excelversierte wissen, dass das am einfachsten geht, indem man auf das kleine Quadrat am rechten unteren Rand einer aktiven Zelle doppelklickt. Anschließend wurde in Spalte G die Formel

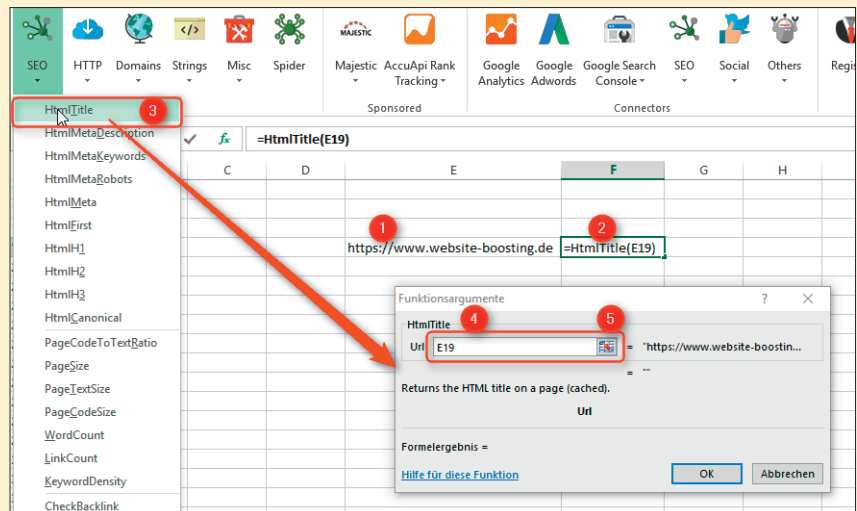


Abb. 2: URL eintragen, Formel mit Zellbezug auf die URL einfügen – fertig

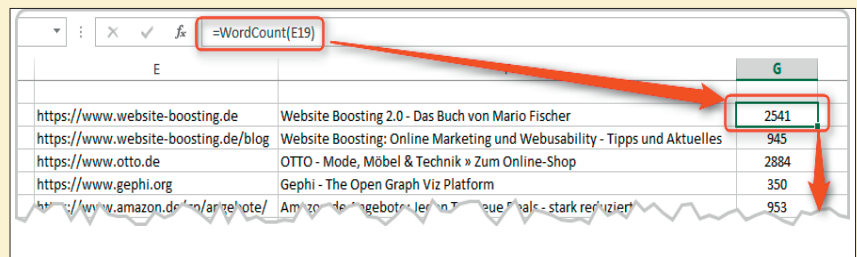


Abb. 3: Die Kombination unterschiedlicher Webadressen und extrahierter Werte macht das Tool extrem flexibel

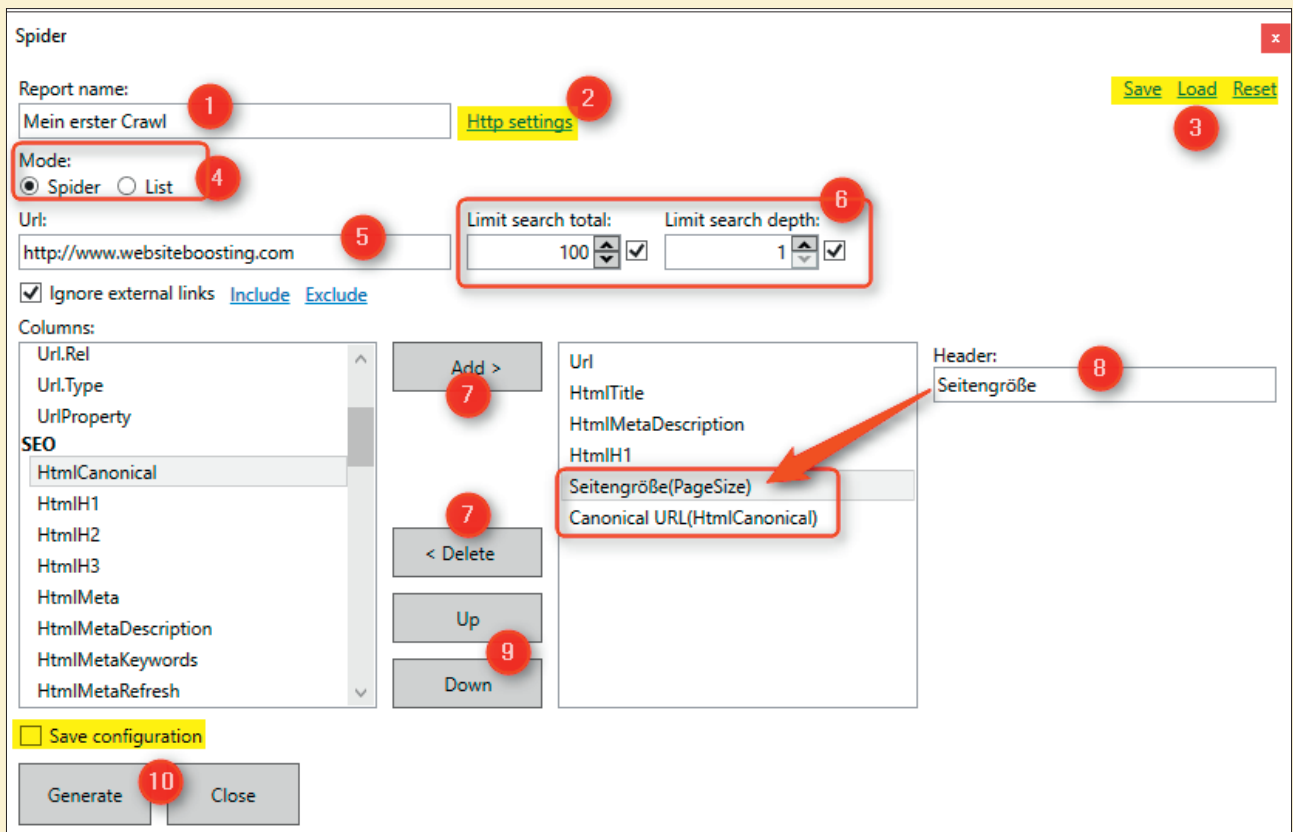


Abb. 4: Das Fenster zur Basiskonfiguration des Spiders

=WordCount(E19)

eingetragen. An sie kommt man über das gleiche Pull-down wie eben in Abbildung 2 beim Title, nur weiter unten. Die Zellreferenz geht wieder auf E19, wo die Webadresse steht. Nach dem Auslösen wird im Beispiel „2541“ zurückgeliefert. Das ist die Anzahl der Wörter auf dieser Webseite. Auch diese Formel kopiert man einfach nach unten und erhält die Anzahl Wörter für alle in Spalte E in der gleichen Zeile stehenden Adressen.

So viel vorweg zum Funktionsprinzip. Über neue Formeln kann man fast beliebige Inhalte – sichtbar oder nur im Quelltext unsichtbar – in Echtzeit von Webseiten holen. Aber das ist erst der Anfang. Experimentieren Sie ruhig erst mal ein wenig mit dem ersten Pull-down „SEO“ herum und holen Sie sich für ein paar URLs jeweils in die Zellen daneben z. B. die Inhalte von Title, Description, der H1, die PageSize und die Einträge für Bots von Suchmaschinen (HtmlMetaRobots).

Spider: der eigene Crawler

Wenn Sie das Beispiel im vorhergehenden Abschnitt selbst ausprobiert haben, wird Ihnen schnell aufgefallen sein, dass es natürlich besser wäre, wenn man a) nicht alle URLs von Hand eintragen und b) auch die Formeln nicht mühsam hinterlegen müsste. Dafür hat das Tool einen eigenen Crawler, hier Spider genannt, an Bord.

Wenn Sie diesen in der Menüleiste aktivieren, erscheint ein auf den ersten Moment etwas umfangreiches Auswahlmenü (siehe für die folgenden Zifferangaben Abbildung 4), dessen Funktionen aber alle ihre nützliche Berechtigung haben. Tragen Sie unter 1 einen Namen für Ihren Report ein. Er erscheint dann als Name auf dem Reiter unten am Ende der neu erzeugten Tabelle. Unter 2 können Sie einige erweiterte Funktionen einstellen, dazu gleich mehr. Sie können sich für wiederkehrende Crawlvorgänge viel Zeit sparen, wenn sie die Einstellungen einfach abspeichern und später wieder

aufrufen (Ziffer 3). Selbstverständlich können Sie hier mehrere Konfigurationen ablegen.

Der Spider kennt zwei Modi, die Sie unter Ziffer 4 auswählen können. „Spider“ holt von der unter 5 eingetragenen Startadresse alle weiteren Seiten automatisch ab und „List“ tauscht das Feld URL, Ziffer 5, aus in eines zum Auswählen einer Textdatei von Ihrer Festplatte. Dort können Sie eine beliebige Anzahl an URLs hinterlegen, die dann nacheinander abgearbeitet werden.

Unter 6 können Sie angeben, wie viele Seiten maximal gecrawlt werden sollen und wie tief (von der Klicktiefe her gesehen) der Spider in die Hierarchie der Site eindringen soll.

Unterhalb davon sehen Sie eine scrollbare Spalte links mit inhaltlichen Elementen, die als Attribut einer URL extrahiert bzw. ermittelt werden können. In der rechten Spalte sind die bereits ausgewählten. Voreingetragen ist nur „URL“. Sie klicken also einfach nur links auf die Metrik, die Sie haben möchten, und fügen Sie mit 7 „Add“ der rechten Liste hinzu oder entfernen sie mit „Delete“ wieder. Wenn Sie eine Metrik in der rechten Spalte anklicken, können Sie ihren Namen editieren (Ziffer 8). Die Namen, die Sie hier eintragen, werden später als Spaltenüberschriften in Excel verwendet. Wenn Sie diese etwas „sprechender“ gestalten, wird die Tabelle leichter lesbar. Denken Sie daran, dass

auch das als Vorlage mit abgespeichert wird (Ziffer 3). Im Beispiel in Abbildung 4 haben wir z. B. PageSize durch Seitengröße ersetzt oder das sperrige HtmlCanonical entsprechend verändert. Wenn Sie das einmal vernünftig mit den Begriffen bestücken, die man in Ihrem Unternehmen gewohnt ist, sparen Sie sich das lästige und ständige Ändern später in der Tabelle. Über „Up“ und „Down“ (Ziffer 9) können Sie anschließend noch die Reihenfolge verändern. Je weiter nach unten Sie einen Wert schieben, desto weiter rechts in der Tabelle wird diese Spalte dann stehen. Anschließend aktivieren Sie den Crawlingprozess mit „Generate“ (10).

Wie oben erwähnt, können Sie noch einige weitere Einstellungen des Spiders vornehmen (Abbildung 4, Ziffer 2 „http settings“). Es erscheint ein weiteres Eingabefenster (Abbildung 5), dessen komplette Erklärung hier bei Weitem den Rahmen sprengen würde. Diese Einstellungen nehmen in der Regel sowieso nur Experten vor und die wissen um die Bedeutung der Möglichkeiten. Was Sie aber nutzen können und ggf. auch brauchen, sind die rot markierten Felder. Dort können Sie bei zugangsbeschränkten Sites (z. B. auf einem Entwicklungsserver) den Nutzernamen und ein Passwort hinterlegen, damit der Spider diese öffnen kann.

Jede Abfrage einer Website belastet einen Webserver. Sie sollten daher nicht unbedingt in Zeiten, bei denen auch viele

ACHTUNG – WICHTIGER HINWEIS!

Falls Sie fremde Domains crawlen, ohne dass der Besitzer Bescheid weiß, und Sie durch zu viele Abfragen am Ende den Server lahmlegen, kann es ggf. rechtliche Probleme geben. Solche Abfragen könnten auch als sog. DoS-Attacken (Denial of Service) verstanden werden, die genau dieses Ziel haben: Ein fremdes System durch zu viele zu schnell kommende Anfragen in die Knie zu zwingen. Über Ihre IP-Adresse kann man bekanntlich Ihren Anschluss herausfinden. Sie sind also in einem solchen Fall ganz und gar nicht anonym. In der Regel kann es hier vor allem dann Probleme geben, wenn man es mit einem schwachbrüstigen Server zu tun hat. Experten empfehlen grundsätzlich, die Geschwindigkeit solcher Abfragen sicherheitshalber herabzusetzen und größere Abfragevolumen ggf. nachts laufen zu lassen.

User auf der Site sind, mit vollem Karacho auch noch Ihre Crawls laufen lassen. Um den Server nicht zu sehr zu stressen, können Sie hier zeitliche Verzögerungen einstellen. Ihre Anfrage läuft dann zwar etwas langsamer und somit länger, belastet aber das abgefragte System nicht so sehr.

Während in älteren Versionen der SEO-Tools für Excel der Rechner bzw. Excel noch bei jeder Datenermittlung darniederlag, stellte der Entwickler dies ab Version 7 ab. In Zellen, in denen noch kein Ergebnis vorliegt, steht vorläufig „Gathering Data“ und man kann weiterarbeiten, da die Abfrageprozesse nun im Hintergrund ablaufen. Nach dem Start eines Crawls mit den beispielhaften Einstellungen wie in Abbildung 4 gezeigt, sind kurz darauf die Ergebnisse verfügbar (Abbildung 6).

Bordeigene Funktionen nutzen

Die Excel-Erweiterung hält sehr viele wirklich nützliche Funktionen bereit. Über das Menü sind diese übersichtlich sortiert nach SEO, HTTP, Domain, String und anderen. Eine Übersicht über die wichtigsten Funktionen finden Sie in der Aufstellung auf Seite 53. Einige der Funktionen greifen auf bereits im Speicher Ihres Rechners vorhandene Daten zurück („Cached“) und erfordern daher keine erneute Abfrage. Haben Sie also für URLs z. B. schon den Title ermittelt und ergänzen später die Formel „HtmlH1“, holt Excel den Wert aus dem Hauptspeicher, in dem die Webseiten nach dem ersten Datenabruf vor Crawl oder Formeln zwischengespeichert werden.

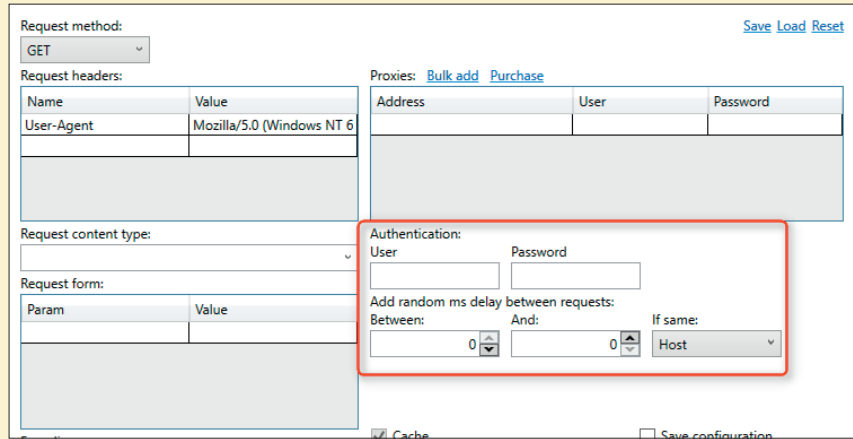


Abb. 5: Erweiterte Einstellungen für den Spider

Das spart Zeit und eine Menge unnötiger Prozessschritte. Einige Funktionen können allerdings von ihrer Natur her nicht zwischengespeichert werden und müssen live „on-the-fly“ geholt werden.

Greifen wir nun erneut auf das Beispiel des ersten Crawls zurück. Je nach ausgewählten Metriken kann man nun in Excel weiterarbeiten. Ein Beispiel: Bei welchen URLs ist der Title zu lang oder zu kurz? Über die normale Excel-Formel

=LÄNGE(B2)

ist leicht ermittelbar, wie viele Buchstaben der jeweilige Title in Spalte B hat. Dann wird die Formel nach unten kopiert und anschließend sortiert man auf- oder absteigend. Über eine „Wenn“-Formel, die bedingte Formatierung oder einen angelegten Filter kann man noch etwas mehr Ordnung in die Darstellung bekommen.

Hier wird auch ein wichtiger Vorteil der Verarbeitung in Excel deutlich: Man kann jederzeit auf vorhandenen Daten, wie hier z. B. einer URL-Liste aufbauen und basierend darauf fast beliebig weitere Daten aus dem Web holen oder sie, wie hier gezeigt, einfach weiterverarbeiten.

Exakte Breite für den Title gefällig?

Wer sich mit SEO gut auskennt, weiß, dass bei einer exakten Längenermittlung besser ein Rückgriff auf die Pixelbreite des Snippets erfolgt, weil die Buchstabenanzahl zu grob ist. Ein „W“ braucht schließlich mehr Platz als ein „I“. Aber auch das ist kein Problem. Neben der eben neu generierten Zelle mit der Anzahl der Buchstaben setzen wir die Formel

=PixelWidth(B2;„Calibri“;11).

Sie wird durch die SEO-Tools zur Verfügung gestellt und berechnet die Pixelbreite eines Zelleintrags (hier B2) unter Berücksichtigung der Schriftart, -größe und ggf. weiterer Attribute.

Bitte beachten Sie, dass Sie sich keine neuen Formeln und deren Aufbau merken müssen! Sie wählen die Funktion einfach über die Menüleiste aus und es erscheint jeweils ein Editor, der die einzelnen Daten abfragt (Abbildung 7) und die fertige Formel generiert.

Vom Prinzip her kann man also entweder beim Crawl schon alle Metriken für Spalten anlegen, die man haben möchte, oder man fügt diese später bei

	A	B	C	D	E	F
1	Url	HtmlTitle	HtmlMetaDescription	HtmlH1	Seitengröße	Canonical URL
2	http://www.websiteboosting.com/	Website Boosting das Maga	Das Magazin / die Zeit	Website Boosting - Das Magazin	10434	
3	http://www.websiteboosting.com/kontakt.html	Kontakt		So erreichen Sie uns	7651	
4	http://www.websiteboosting.com/impressum.html	Impressum		Impressum	8215	
5	http://www.websiteboosting.com/datenschutz.html	Datenschutz			11309	
6	http://www.websiteboosting.com/magazin/aktuelle-ausgabe.html	Aktuelle Ausgabe		Ausgabe 43 (05-06/2017) - Inhalt	8703	
7	http://www.websiteboosting.com/lesestoff.html	Lesestoff		Unser aktueller Buchtip	9742	
8	http://www.websiteboosting.com/events.html	Events		Events	15929	
9	http://www.websiteboosting.com/abonnement.html	Abo: Website Boosting jetzt		Jetzt Abo bestellen und profitieren	6972	
10	http://www.websiteboosting.com/...	Ein...		Website Boosting / in...	577	

Abb. 6: Das Ergebnis des ersten Crawls mit den Einstellungen aus Abbildung 4

ÜBERSICHT DER FUNKTIONEN

SEO-Funktionen	Erklärung	Ausführung	Domain-Funktionen	Erklärung
HtmlTitle	Gibt den Title einer Seite zurück	Cached	Whois	Holt den Eigentümereintrag für eine Domain aus Whois
HtmlMetaDescription	Gibt die Description einer Seite zurück	Cached	WholsDomainCreated	Ermittelt das Datum, wann eine Domain erstmals registriert wurde (über Whois)
HtmlMetaKeywords	Gibt die (unnötigen) Einträge unter „Keywords“ zurück	Cached	WholsDomainExpires	Ermittelt, wann eine Domain ausläuft, falls sie gekündigt wurde (über Whois)
HtmlMetaRobots	Gibt die Einträge für Robots (z. B. „noindex“) zurück	Cached	IsDomainRegistered	Ermittelt, ob eine Domain bereits registriert ist und gibt WAHR oder FALSCH zurück
HtmlMeta	Gibt weitere Meta-Einträge einer Seite zurück	Cached	DomainAge	Ermittelt das Domainalter in Tagen
HtmlFirst	Gibt den inneren Text des ersten oder x-ten HTML-Elements zurück	Cached		
HtmlH1	Gibt den Inhalt der Überschrift mit H1 zurück	Cached	String-Funktionen	Erklärung
HtmlH2	dto. mit H2	Cached	NormalizeWhitespace	Entfernt überzählige Leerzeichen in einer Zelle (bis auf eine zwischen Worten)
HtmlH3	dto. mit H3	Cached	StripWhitespace	Entfernt alle Leerzeichen in einer Zelle
HtmlCanonical	Gibt die URL zurück, die im Canonical Tag hinterlegt ist	Cached	StringJoin	Macht aus Vektoren (mehreren Zellen) verkettete Strings
PageCodeToTextRatio	Gibt das Verhältnis von Code zu Text als Prozentzahl zurück	Cached	StringSplit	Umkehrfunktion zu "StringJoin"
PageSize	Gibt die Größe der Seite in Bytes zurück	Cached	RegexplsMatch	Prüft auf das Vorhandensein einer Regular Expression (eine Art Textfilter)
PageTextSize	Gibt die Größe des Textanteils der Seite in Bytes zurück	Cached	RegexpFind	liefert einen Array für eine definierte Regular Expression zurück
PageCodeSize	Gibt die Größe des Codeanteils der Seite in Bytes zurück	Cached	RegexpReplace	tauscht einen speziellen Textteil für eine Regular Expression aus
WordCount	Zählt die Worte auf einer Seite		UrlProperty	Zerlegt gezielt eine URL in in Bestandteile (z. B. Host, TLD, Domain, Pfade etc.)
LinkCount	Zählt die Anzahl abgehender Links von einer Seite	Cached	FriendlyUrl	Macht aus einem Text ein zulässiges URL-Format (z. B. wg. Umlauten oder Sonderzeichen)
KeywordDensity	Gibt einen Array mit Infos über die Dichte bestimmter Keywords zurück		HtmlEncode	Konvertiert Zeichen in zulässige HTML-Entitäten (z. B. "&" in "&")
CheckBackLink	Prüft, ob ein bestimmter Link mit definiertem Linktext vorhanden und dofollow ist		HtmlDecode	Umkehrfunktion zu HtmlEncode
			FindDuplicateContent	Findet die längsten doppelten Textbausteine (LCS) in einem Vektor (Zellenbereich)
HTTP-Funktionen	Erklärung	Ausführung	CountWords	Zählt die Anzahl der Worte ein einer Zelle
XPathOnUrl	Holt ein definiertes Element aus dem DOM eines HTML Dokuments		Format	Setzt Inhalte aus verschiedenen Zellen an definierten Stellen in einen String ein
CsQueryOnUrl	Holt ein Element über eine CSS-Abfrage (jQuery) über einen selektierten Pfad		LCS	Longest common substring -extrahiert aus zwei Zellen den größten gemeinsamen Textbaustein
RegexpFindOnUrl	wie „XPathOnUrl“, nur basierend auf sog. regular expressions	Cached	PixelWidth	Ermittelt die Breite eines Zellentexts in Pixel (z. B. zur Snippetberechnung für den Title)
JsonPathOnUrl	wie „XPathOnUrl“, nur basierens auf JSONPath expressions	Cached	SpinText	Mischt definierte Textteile zu "neuen" Textkombinationen" (für old fashion SEO)
GetTextOnUrl	Holte den Quelltext eines Dokuments			
DownloadFile	Lädt von einer URL definierte Files (z. B. Bilder) auf eine lokale Platte		Weitere Funktionebn (Other)	Erklärung
ImageProperties	Holt umfassende Infos über ein Bild, wie z. B. Width, Height, Size, Name etc.		Dump	Makrofunktion. Holt in Kombinationen mit Formeln alle Werte.
IsFoundOnPage	Prüft, ob ein bestimmtes Wort oder Wortphrase auf einer Seite vorhanden ist		Distinct	Holt aus einem Vektor (Zellbereich) alle einzigartigen Werte (z. B. Zahlen, Buchstaben etc.)
UnshortUrl	Macht aus einer gekürzten URL (z. B. via bit.ly) die Original-URL		MdFive	Bildet für Zellinhalte nach der Md5-Verschlüsselung Hash-Codes bzw. Checksummen
Resolvelp	Holt zu einer Domain die IP-Adresse		NiceColors	Gibt eine Liste von Farbwerten zurück, die gut zu einer definierten Farbe passen (z. B. für Charts)
IpClassC	dto., lässt aber die den letzten D-Block weg		DirectoryList	Liefert Namen von Files, Verzeichnissen oder absolute Pfade eines/auf einem Datenspeicher(s)
HttpStatus	Gibt den Statuscode einer Seite (z. B. 301) und die Bedeutung (permanently moved) zurück			
HttpHeader	Liest definierte Header-Informationen des Servers aus (z. B. „text/html; charset=UTF-8“)	Cached		
ResponseTime	Gibt die Zeit in Millisekunden zurück, die es benötigt, bis eine Seite geladen ist	Cached		
PageEncoding	Gibt die Codierung einer Seite zurück (z. B. „UFT-8“)	Cached		

Bedarf ergänzend über Formeln einfach dazu.

Brainstorming für neue Domainnamen

Sind bestimmte Domainnamen in Verbindung mit den Top-Level-Endungen noch frei? Anhand dieses weiteren Beispiels soll nochmals gezeigt werden, wie einfach man die Erweiterungen nutzen kann.

Aus Brainstormings gibt es oft eine Menge von Ideen für Domainnamen für neue Webprojekte. Anschließend steht einem der langweilige und zeitraubende Weg bevor, alle diese Namen mit allen möglichen wichtigen Top-Level-Domains zu prüfen, ob diese noch frei sind. Meist nützt es für seriöse Projekte ja nichts, wenn zwar „domain-idee.com“ noch frei ist, aber die Variante „domain-idee.de“ oder andere Endungen nicht mehr.

Hier ist die Formel

=IsDomainRegistered

sehr nützlich. Sie fragt ab und liefert zurück, ob eine Domain mit Endung schon belegt ist (WAHR) oder noch frei (FALSCH). Kombiniert man das nun intelligent wie in Abbildung 8 gezeigt, ist nach wenigen Mausklicks klar, welche Domainnamen die besten Möglichkeiten haben. In den Spalten (A2–A7) stehen beispielhaft die Domainnamen und in den Spalten (B1–G1) die Endungen. Die beiden Teile werden einfach über die Formel mit dem &-Zeichen zusammengesetzt (A4&D1 ergibt dann z. B. „Bananendose.org“). Das \$-Zeichen einmal vor der Spalte und einmal vor der Zeile (sog. absoluter Zellbezug) sorgt nur einfach dafür, dass die Formel problemlos nach unten und rechts kopiert werden kann.

Konnektoren liefern weitere Daten zu

Neben der Funktionsweiterung über Formeln bringen die SEO-Tools für Excel noch ein vergleichsweise großes Set

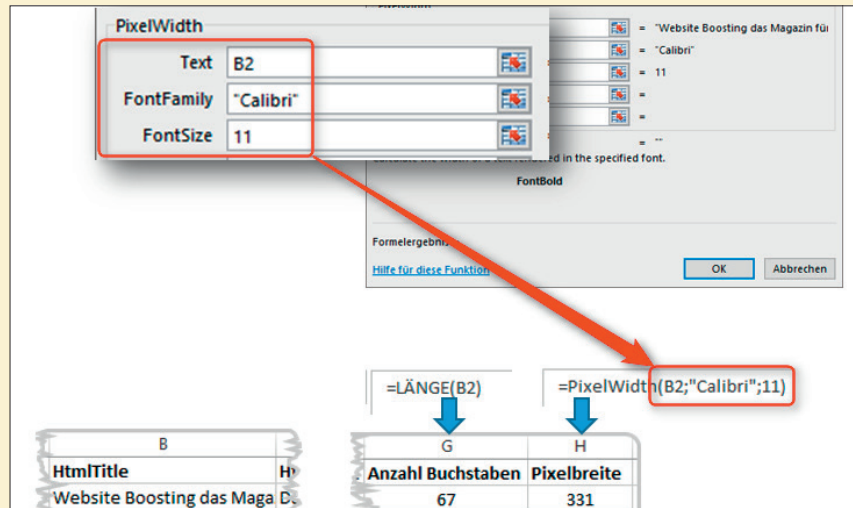


Abb. 7: Formeln können jeweils bequem über einen Editor erzeugt werden - hier die Pixelbreite

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	Ideen?	.de	.com	.org	.net	.us	.ch	
2	Brotdose	WAHR	WAHR	FALSCH	FALSCH	FALSCH	WAHR	
3	Semmelschachtel	FALSCH	FALSCH	FALSCH	FALSCH	FALSCH	FALSCH	
4	Bananendose	WAHR	FALSCH	FALSCH	FALSCH	FALSCH	WAHR	
5	Dosenhalter	WAHR	WAHR	FALSCH	FALSCH	FALSCH	FALSCH	
6	Dose	WAHR	WAHR	WAHR	WAHR	WAHR	WAHR	
7	Klansschachtel	WAHR	FALSCH	FALSCH	FALSCH	FALSCH	WAHR	

Abb. 8: Die Funktion „IsDomainRegistered“ liefert bequem und in Echtzeit, welche Top-Levels für Namensideen noch frei („FALSCH“) oder belegt („WAHR“) sind

an Konnektoren mit. Nach der Auswahl eines Konnektors erscheint auf der linken Seite ein Eingabefenster mit einem Log-in für die jeweilige Datenquelle. Danach erscheinen diverse Auswahlboxen und weitere Einstellmöglichkeiten.

Einige der Konnektoren zu anderen Toolanbietern benötigen einen sog. API-Key, der von den SEO-Tools entsprechend abgefragt wird. Den erhält man dann vom jeweiligen Toolanbieter, sofern man dort einen registrierten bzw. bezahlten Account hat.

Im Folgenden wird die generelle Funktionsweise der Konnektoren am Beispiel Google Analytics (GA) erläutert (Abbildung 9). Hat man Zugriff auf mehrere Properties, wählt man zunächst unter „Profile“ diejenige aus, für die man die Daten abholen möchte (Ziffer 1). Anschließend kann man sich über eine jeweils erscheinende Auswahlbox die

Metriken (Ziffer 2) und die Dimensionen (Ziffer 4) beliebig zusammenklicken. Prinzipiell kann man darüber jeden Datenpunkt aus GA in Excel übertragen. Dazu lässt sich das gewünschte Zeitintervall (Ziffer 3) auswählen oder per Datum eingeben.

Zusätzlich lässt sich ein Filter über „Segment“ (Ziffer 5) anwenden, wie z. B. nur Paid Traffic oder auch nur Traffic, der über Android-Geräte kommt. Darunter kann man weitere manuelle Filter hinterlegen und/oder die angeforderten Daten sortieren. So bewirkt der Eintrag „ga:pageviews“ in diesem Feld, dass die Daten aufsteigend nach dieser Metrik (PageViews) sortiert werden. Das Präfix „ga:“ steht dabei grundsätzlich immer als Kürzel für Google Analytics. Möchte man die Sortierreihenfolge umgekehrt, stellt man einfach ein Minuszeichen davor: „-ga:pageviews“. Unter „Max results“

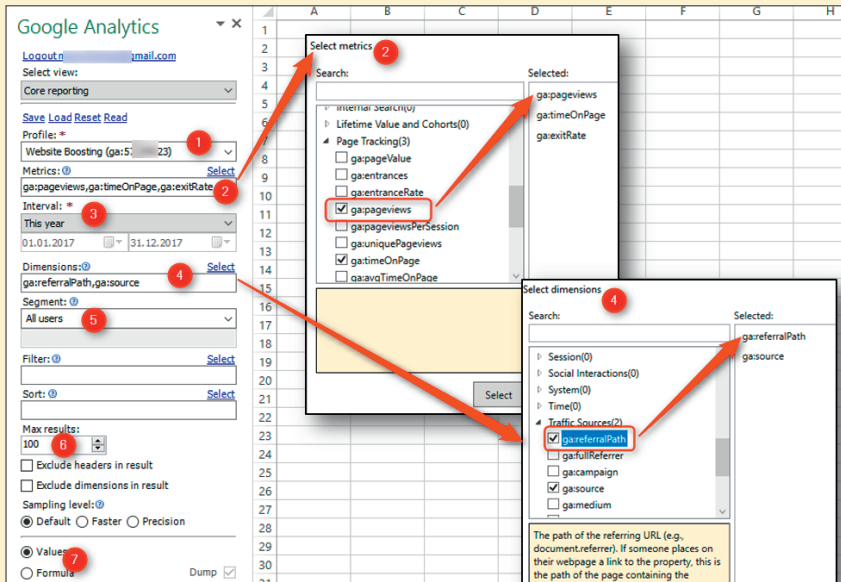


Abb. 9: Der Konnektor für Google Analytics

(Ziffer 6) kann man die Voreinstellung für 100 Zeilen entsprechend abändern.

Das Auswahlfeld „Values“ und „Formula“ (Ziffer 7) ist sehr wichtig. Es bewirkt, dass im ersten Fall einfach ab der aktiven Zelle Daten eingefügt werden. Stellt man auf Formula um, wird in der aktiven Zelle die Formel zum Datentransfer generiert. Dazu später mehr.

Probieren Sie einfach Metriken und Dimensionen aus, um sich mit der Funktionsweise ein wenig vertraut zu machen. Wenn Sie dazu Filter und Sortierungen geschickt einsetzen, bekommen Sie einen guten Eindruck über die Mächtigkeit dieser Daten der Datengenerierung. Für SEO ist es z. B. wichtig, Usermetriken im Blick zu haben. Dafür können Sie für Ihre URLs z. B. die Anzahl User, die Verweildauer auf dieser Seite, die Austritts- und die Bouncerate übertragen. Unter <http://einfach.st/gareferenzen> finden Sie eine umfassende Referenz von Google für alle Variablenamen von GA.

Möchten Sie z. B. Ihre Top-Seiten ermitteln, wählen Sie die folgenden Einstellungen:

Für „dimensions“ **ga:pagePath**.

Für „metrics“ **ga:pageviews, ga:uniquePageviews, ga:timeOnPage, ga:bounces, ga:entrances, ga:exits**.

Unter „sort“ hinterlegen Sie **„ga:pageviews“**.

Uneleganterweise überträgt GA bei URLs jeweils nur den Pfad nach der Domain, also z. B.

/blog/index.html statt www.meine-domain.de/blog/index.html

Falls Sie mit den Daten weiterarbeiten möchten, müssen Sie daher den vorderen Teil entsprechend ergänzen. Das geht recht einfach, in dem Sie in einer freien Zelle daneben auf die Zelle mit dem Pfad (z. B. B1) mit einer Formel referenzieren, die den fehlenden – immer gleichen – Teil hinzufügt, und diese anschließend einfach nach unten kopieren:

=“https://www.meine-domain.de“&B1

Am besten fügen Sie auch gleich das „https://“ oder „http://“ hinzu, da einige andere Formeln später auch das Protokoll verlangen, damit sie richtig funktionieren.

Sie haben jetzt je nach Auswahl und Sortierung URLs, die um Daten von GA angereichert sind. Dies sehen Sie aber natürlich prinzipiell auch in GA selbst. Sinn macht diese Vorgehensweise dann, wenn Sie weitere Daten, z. B. URL-basiert, hinzufügen. Stellen Sie sich vor, sie sehen für jede URL aus GA die durchschnittliche Verweildauer. Dieser Wert macht für sich alleine gesehen wenig Sinn, weil Ihre Seiten sicherlich unterschiedlich langen Content haben. Warum

also nicht über die Funktion „Word-Count“, die bereits oben erwähnt wurde, die Anzahl der Wörter der jeweiligen URL hinzufügen? Setzen Sie dazu einfach die Formel `=WordCount(B1)` ein (B1 ist dabei die Zelle, in der die komplette URL steht) und drücken Sie Return. Das Tool holt sich nun die Anzahl direkt von der URL. Kopieren Sie diese Formel dann einfach nach unten bis dahin, wo Sie URL-Daten haben. Wenn Sie nun noch wissen, dass ein durchschnittlicher Leser etwa 220 Wörter pro Minute lesen kann, und diesen Wert an der durchschnittlichen Verweildauer spiegeln, bekommen Sie einen guten Eindruck, wie viel Text Ihrer Seite(n) tatsächlich konsumiert wird. Das ist natürlich nur ein sehr grober Wert, aber besser, als gar keinen Wert zu haben. Profis ermitteln dazu noch die ungefähre Textmenge, die auf allen Seiten gleich ist (die sog. Boilerplate, z. B. Navigation, Fußbereiche oder Sidebars etc.) und ziehen diese entsprechend ab, um dem eigentlichen Textinhalt etwas näherzukommen.

Jetzt können Sie damit weiterarbeiten. Sortieren Sie die Exceltabelle nach den größten Abweichungen zwischen Verweildauer und der durchschnittlichen Lesezeit (nach Wörtern) und sehen Sie sich die Seiten im Browser an. Sind es wichtige Textseiten? Dann suchen Sie nach dem Grund, warum viele Ihrer Besucher den Text offenbar gar nicht richtig lesen.

Weitere Anwendungsbeispiele

Sie möchten für definierte Keywords aus den Google-Suchergebnissen die Rankings ermitteln? Dazu nutzen Sie ganz einfach den Konnektor „Google Search“. Hinterlegen Sie u. a. Ihren Suchbegriff, die Abfrageperiode und wie viele Ergebnisse Sie haben möchten (Abbildung 10). Anschließend klicken Sie auf „Insert“ und schon haben Sie 30 Zeilen mit dem Snippet (Title, Beschreibung) und der jeweilig rankenden URL.

Sie möchten die Einschätzung von Google über den PageSpeed Ihrer Seiten haben? Kein Problem. Mit dem Konnektor „Google PageSpeed“ erscheint links die übliche Abfragemaske, in die sie die URL, die Top-Level-Domain von Google (z. B. .de) und „Desktop“ oder „Mobile“ wählen und die einzelnen Metriken (z. B. Score, Usability, HTML-Bytes, Total Request Bytes, GZip, Browser Caching u. a.). Per „Insert“-Button kommen dann nach kurzer Wartezeit alle ausgewählten Daten. Diese helfen Ihnen bei der Analyse Ihres Optimierungspotenzials.

Sie möchten wissen, wie oft Google Ihre Seiten aktualisiert und wann? Dann nutzen Sie einfach den Connector „Google CacheDate“. Dort bekommen Sie das Datum der letzten Aktualisierung übertragen. Selbst komplette Mails können Sie aus Ihrem Gmail-Konto in Excelzellen holen (via Gmail-Connector). Wenn man spezielle Mailkonten hat, in denen z. B. Serviceanfragen gesammelt werden, lassen sich so schnell und einfach Auswertungen machen. Diese wenigen Beispiele zeigen bereits, dass die Nutzungsmöglichkeiten weit über SEO hinausgehen.

Manuelle URL-Eingaben in Konnektoren?

Bei einigen Konnektoren müssen Sie die URL jeweils manuell und einzeln in ein Anfragefeld eintippen. Das ist lästig und unpraktisch. Wie Sie auch das sehr elegant beschleunigen und automatisieren können, lesen Sie im nächsten Abschnitt.

Ein Powertipp für Fortgeschrittene

Bleiben wir beim Beispiel des Google-PageSpeed-Konnektors. Sie haben natürlich nicht nur eine URL, die Sie prüfen möchten. Vielleicht möchten Sie sich aber auch mit Ihren Mitbewerbern vergleichen. Eine Einzeleingabe jeweils im linken Formularfeld ist natürlich nicht praktikabel. Hier hat SEO-Tools für Excel eine ganz wichtige Möglichkeit vorgese-

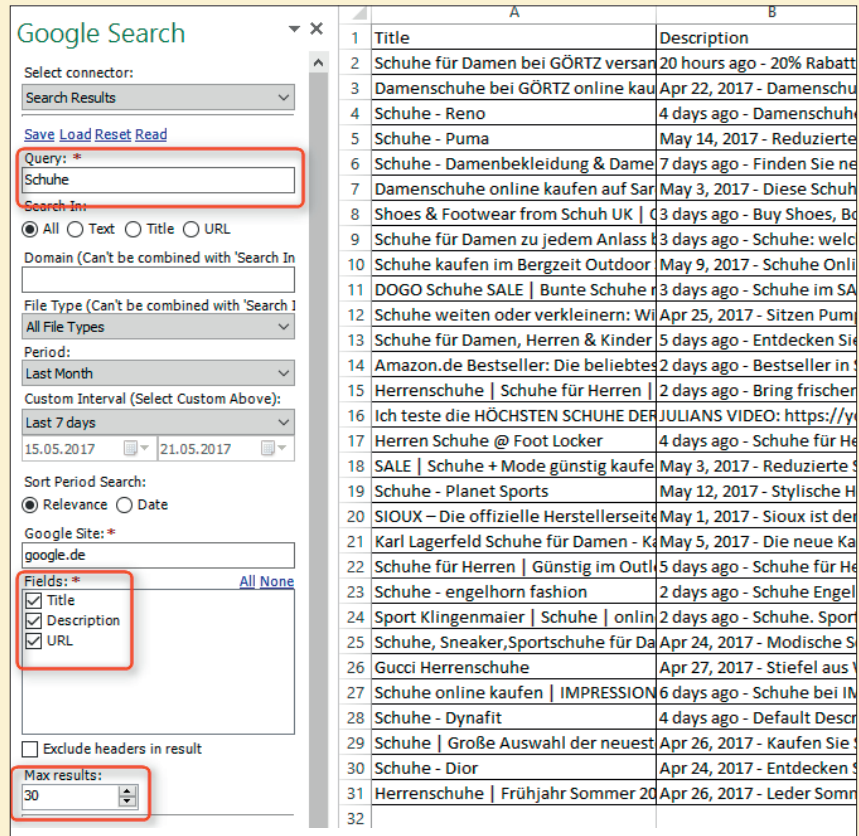


Abb. 10: Die Suchergebnisse von Google für bestimmte Keywords ermitteln

hen, die aber ein klein wenig versteckt ist. Wenn Sie wie im Abschnitt vorher für eine URL die Daten ermittelt haben, stehen schon die Spaltenüberschriften für die gewählten Werte da. Wenn Sie nun einfach links noch eine Spalte einfügen und dort URLs zeilenweise eintragen, können Sie die Abfrage über eine Formel auch automatisieren. Natürlich können Sie auch eine Liste von URLs mit dem bordeigenen „Spider“ generieren lassen, wie weiter oben ja schon beschrieben wurde. Dann stehen schon alle URLs fertig in der ersten Spalte.

Wenn Sie jetzt die aktive Zelle auf den ersten Wert setzen (Ziffer 3 in Abbildung 11), danach bei gleichen sonstigen Einstellungen „Exclude headers in results“ (Ziffer 1) statt des vorbelegten „Values“ auf „Formula“ (Ziffer 2) wechseln und anschließend auf „Insert“ klicken – dann ändert sich auf den ersten Blick – gar nichts. Die Daten werden genauso eingetragen wie vorher. Der wichtige Unterschied liegt darin, dass in die aktive Zelle (Ziffer 3) nun eine Formel hinterlegt wurde! Wenn Sie die Zelle

anklicken, sehen Sie diese in Excel im üblichen Formelbereich über der Tabelle. In der Formel finden Sie auch die URL, die Sie auf der linken Seite zum Start eingegeben haben (hier im Beispiel *“https://www.website-boosting.de“*). Tauschen Sie nun in der Formel genau diesen Eintrag incl. der Anführungszeichen mit der Zelladresse aus, in der die URL in der Tabelle hinterlegt ist (im Beispiel Zelle A4 und in der Abbildung Ziffer 5). Nach Return passiert erst mal erneut ... nichts. Es werden im Hintergrund erneut die Daten geholt, diesmal mit dem Zellbezug als URL. Sie ahnen aber sicher schon, was diese Veränderung bewirken wird: Wenn Sie jetzt die Formel aus der Zelle B4 nach unten kopieren, reagiert das Tool und holt nun für alle URLs in der Spalte A jeweils alle Daten.

Experimentieren Sie mit diesem Ersetzen etwas herum. Wenn Sie grundsätzlich statt des vorbelegten „Values“ künftig „Formula“ verwenden, können Sie in der so ganz einfach generierten Formel die entsprechenden Einträge eben auch über Zellinhalte flexibel inte-

	Score	Usability (Mobile Only)	HTML Bytes	Enable Gzip Compression
4	72	100	88547	0
5	60	99	404575	0
6	48	95	191411	0
7	65	96	309422	0,1579
8	34	65	656306	0,2826
9	51	99	577373	0,925
10	38	100	881258	0
11	90	100	23790	0

Abb. 11: Hier liegt wahre Power verborgen – feste URLs durch Zellbezüge ersetzen

grieren. Dazu ist es aber auch immer nötig, die Spaltenüberschriften zu deaktivieren, sonst kommen diese jedes Mal mit.

Wenn Sie z. B. aus Google Analytics Daten holen und dafür wie beschrieben eine Formel erzeugen, erkennen Sie, dass ein Teil der Formel Ihre Property-Nr. von GA (UA-xxxxxxx) ist. Kopieren Sie diese und setzen sie irgendwo oben in eine freie Zelle. Tauschen Sie anschließend die GA-Nummer gegen einen Zellbezug dorthin aus. Erneut funktioniert alles wie bisher. Der Unterschied ist auch hier klein, aber fein: Wenn Sie eine Analyse mit Ihren Daten aufgebaut haben, kopieren Sie einfach das Tabellenblatt und tauschen anschließend nur in der einen Zelle oben mit einer anderen Property-Nr. von einer anderen Domain aus, auf die Sie auch Zugriff haben. Jetzt werden alle Daten komplett neu berechnet – aber eben mit denen der anderen Domain!

Hier liegt tatsächlich viel Rationalisierungspotenzial. Eine einmal zusammengestellte Analyse, auch mit komplexen Nachfolgeberechnungen und ggf. sogar Abbildungen, die aus den Daten generiert sind, ist mehrfach verwendbar. Dazu müssen Sie einfach nur jeweils die „fest verdrahteten“ Einträge in Formeln über Zellbezüge „flexibilisieren“.

Hilfe und Support

Bei einem Lizenzpreis von unter 8,- € pro Monat versteht es sich von selbst, dass es keine Hotline oder einen innerhalb weniger Stunden reagierenden Support gibt. Bei entsprechenden Anfragen

auf der Website erhält man jedoch in der Regel sehr schnell kompetente Unterstützung – auch von den vielen Teilnehmern der aktiven Community. Die Dokumentation der Funktionen und umfangreiche, teilweise animierte Tutorials sind online auf der Website nutzbar.

Fazit

Die Funktions- und Einsatzvielfalt der SEO-Tools von Excel auch nur annähernd aufzeigen zu wollen, kann sicherlich auf so begrenztem Raum nicht gelingen. Damit könnte man tatsächlich ein ganzes Buch füllen. Auch die hier gezeigten Beispiele sollen nur dazu dienen, Ihnen die Funktionsweise deutlich zu machen. Erst durch Ausprobieren erschließt sich der Nutzen.

Anders als bei „fertigen“ SEO-Tools ist man hier nämlich extrem flexibel in den Möglichkeiten, muss aber wissen, was man tut bzw. was man analysieren möchte. Auch beim Umgang mit wirklich extrem vielen Zeileneinträgen zeigen sich die Grenzen von Excel und der Rechenpower des eigenen Computers. Dieses Tool kann man gewinnbringend einsetzen, wenn man gewohnt ist, mit Excel zu arbeiten und es schätzt, Daten aus vielen Quellen zu holen, zu ergänzen und sich z. B. wirklich eigene Kennzahlen zu erarbeiten. Ein weiterer Vorteil liegt darin, dass man alle Daten entsprechend abspeichern kann und künftig immer auch so zur Verfügung hat. Sei es, weil man nach dem Aufrufen Daten aktualisiert und erneut speichert, oder weil man durch die Power von Excel auch in der Lage ist,

nach einiger Zeit Tabellen mit verdichteten Monats-, Quartals- oder Jahreswerten zu erzeugen, indem man wichtige Daten kumulativ in neue Übersichten verknüpft und ggf. Charts für Berichte daraus generiert. Steht erst mal eine Exceltabelle mit vielen Analysereitern, kann man sie praktisch 1:1 mit minimalen Änderungen auch für eine andere Domain einsetzen.

Wie immer gilt natürlich auch ein weiterer Vorteil, wenn man Kennzahlen selbst ermittelt und nicht fertig „vorgesetzt“ bekommt: Man weiß, was hinter jedem Wert steckt, wie man ihn ermittelt, verrechnet und gewichtet hat, und entwickelt so ganz nebenbei auch ein deutlich besseres Verständnis für SEO-Daten. Wer sich nicht von der auf den ersten Blick vielleicht etwas umständlich wirkenden Bedienung über Excel abschrecken lässt und wirklich selbst Hand anlegt, wird schnell merken, dass alles am Ende doch ganz einfach geht – sofern man die Grundprinzipien verstanden hat. Insofern: Legen Sie los!

Preise und Testversionen

SEO-Tools für Excel kostet 89,- € als Jahreslizenz. Diese muss nach jeweils einem Jahr erneuert werden und ist an einen Computer gebunden. Wechselt man den Rechner, kann die Lizenz übertragen werden, wenn man die vorherige deaktiviert hat. Ab zwei bis vier Lizenzen werden 71,20 € pro Lizenz fällig, bis zu neun Lizenzen kosten je 66,75 € und bei mehr als zehn beträgt der Stückpreis 62,30 €. Zur Verwaltung mehrerer Lizenzen steht ein kleines Verwaltungsportal zur Verfügung.

In diesen Preisen sind alle Updates, auch größere mit neuen Funktionalitäten, enthalten. Die Lizenz erneuert sich nicht automatisch (kein Abomodell) und muss jedes Jahr aktiv neu erworben werden.

Auf der Seite seotoolsforexcel.com/purchase/ kann eine 14-tägige Testlizenz angefordert werden. ¶