

SEO Meetup

SEO A/B Testing



Präsentiert von
John Muñoz

22. Februar 2022



Bevor es gleich weitergeht: Nehmt bitte kurz an unserer Umfrage teil



SCAN ME

**Teilt uns mit, über welches Thema
Ihr gerne bei unserem nächsten
Meetup mehr erfahren würdet!**



Themen heute

1. Was ist SEO A/B Testing?
2. Wie funktioniert SEO A/B Testing mit SplitSignal und SearchPilot?
3. Was brauche ich für einen SEO A/B Test?
4. Beispiele: Was man mit SEO A/B Tests machen kann

Was ist SEO A/B Testing?



SEO A/B Testing zu validierter verbesserter SEO-Leistung



Aufzeigen des ROI einer einzigen isolierten SEO-Änderung



Einfache Testimplementierung über JavaScript-Snippets



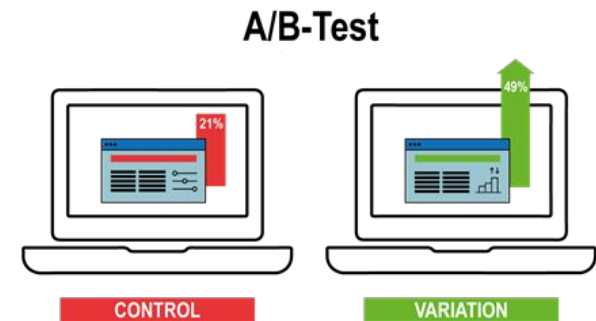
Keine Entwickler, komplexe Codes oder zusätzliches Budget benötigt



Validierung des SEO-Änderungen vor Durchführung von Änderungen

Mit A/B Testing zu verbesserter SEO-Leistung

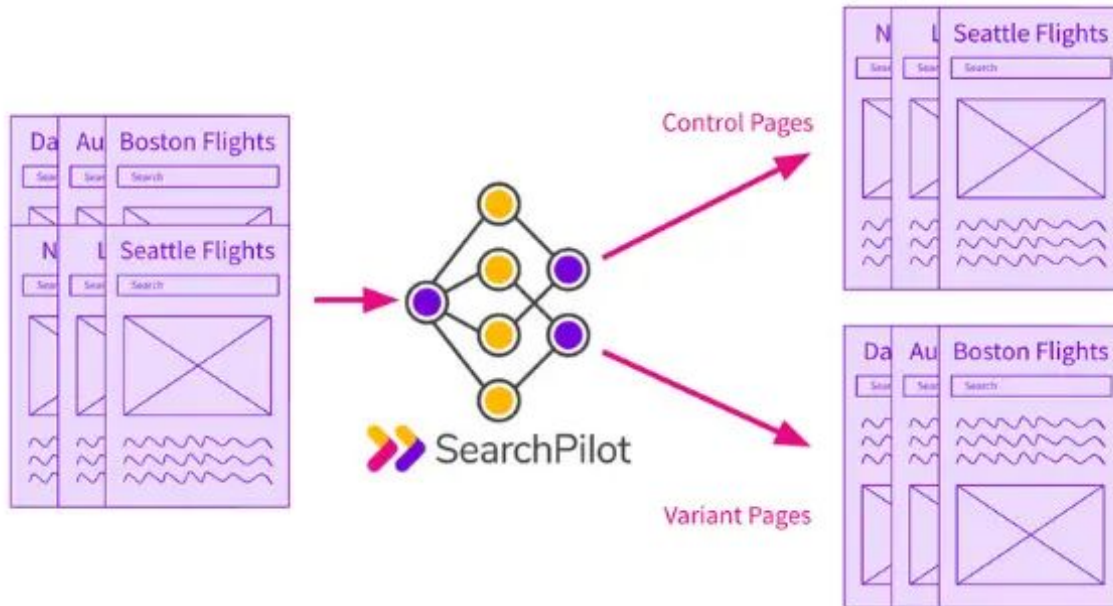
- **CRO A/B Test:** zwei Versionen einer Seite oder View
- Ziel: Verbesserung User Interaktionen auf den Seiten, meist Conversion Rates verbessern



≠ A/B Testing für CRO:

Beim SEO A/B Testing geht es nicht direkt um die Beeinflussung des User-Verhaltens (z.B. Conversions). Die Optimierungen erfolgen mit Fokus auf **Suchmaschinen-Bots** und **Rankings**.

Bei SEO A/B Testing geht es um Seiten-Typen Varianten

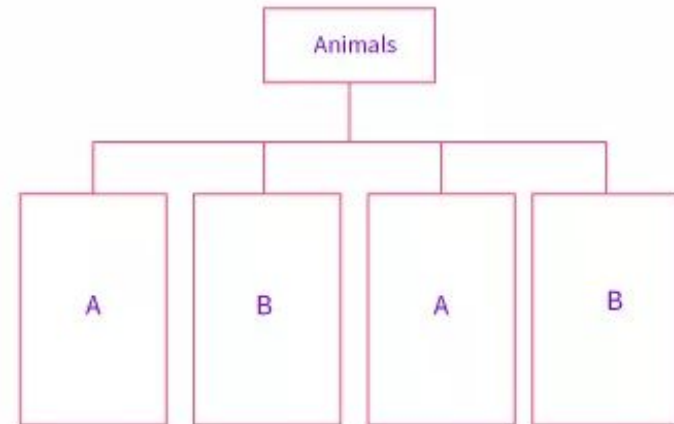
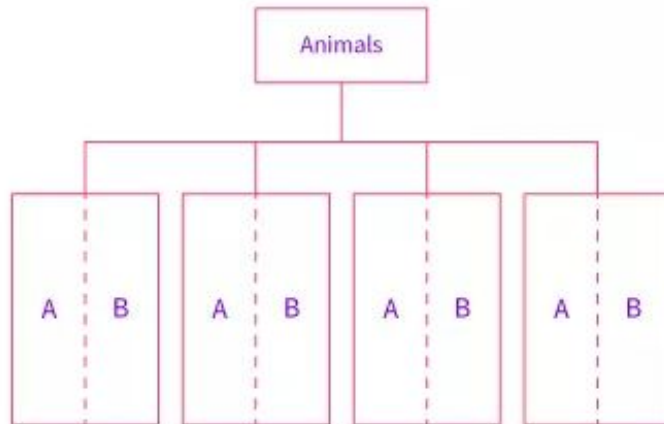


SEO A/B Tests vs. CRO A/B Test

CRO Testing

vs.

SEO Testing



SEO A/B Tests vs. CRO A/B Test

SEO A/B Test

- User sieht dieselbe Version der Seite wie auch die Bots oder andere User
- Seiten Cluster desselben Seiten-Typs (z.B. PDPs) sind unterschiedlich
- Jede Seite immer noch einzigartig
- Besonders geeignet den erwarteten SEO Impact von Layout, Tech und Semantischen Änderungen zu testen
- Erfolg des Tests wird meist anhand von GSC Klicks gemessen

CRO A/B Test

- User und Bots sehen ggf. unterschiedliche Varianten der Seite
- Zwei oder mehrere Varianten der selben Seite
- Seiten sind nicht einzigartig
- Besonders geeignet um das User Verhalten von Layout und inhaltlichen Änderungen zu testen
- Erfolg des Tests meist anhand CRs und Umsatz gemessen

SEO und CRO ? 🤔

CRO ❤️ **SEO**

HOW GOOD IS THIS COUPLE?





Wie funktioniert SEO A/B Testing mit SplitSignal und SearchPilot?

SEO A/B Testing



Aufzeigen des ROI einer einzigen isolierten SEO-Änderung



Einfache Testimplementierung über JavaScript-Snippets



Keine Entwickler, komplexe Codes oder zusätzliches Budget benötigt



Validierung des SEO-Änderungen vor Durchführung von Änderungen



SplitSignal misst organische Klicks von Websites, die mit der **Google Search Console** verbunden sind.

Voraussetzungen für statistisch signifikante Tests:

- ✓ **300+ Seiten**
- ✓ über **100.000 Klicks** auf den Testseiten **innerhalb der letzten 100 Tage**

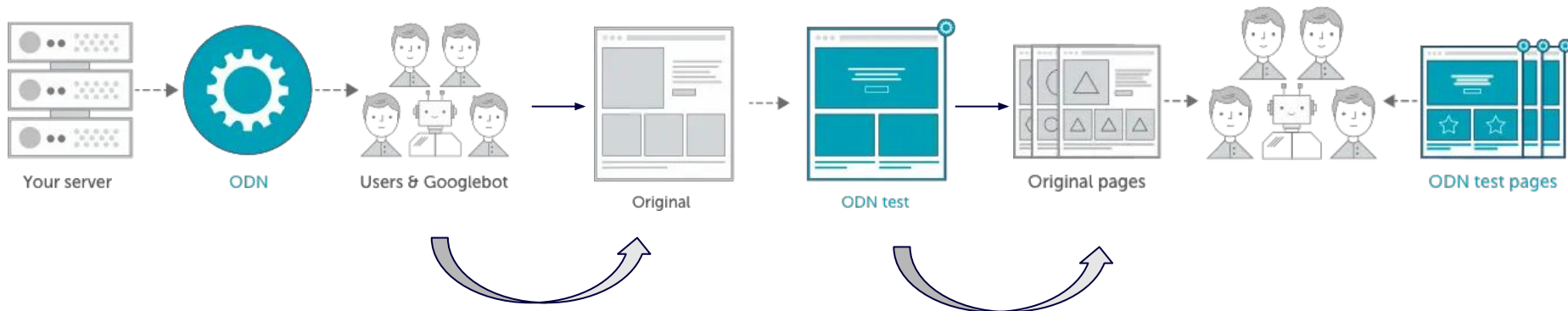
Server-Side vs. Client Side

SplitSignal

Aktuell nur Client Side Testing über ein JS Snippet dass mit DOM-Manipulation arbeitet

SearchPilot

Server-Side Testing über CDN Infrastruktur (Performance friendly)



1. CDN wird vor der Seite geschaltet
2. Über CMS Regeln und Änderungen einstellen
3. Änderungen greifen auf Set von Seiten im CDN

SEO A/B Testing mit SplitSignal

1. Anlegen eines neuen Tests

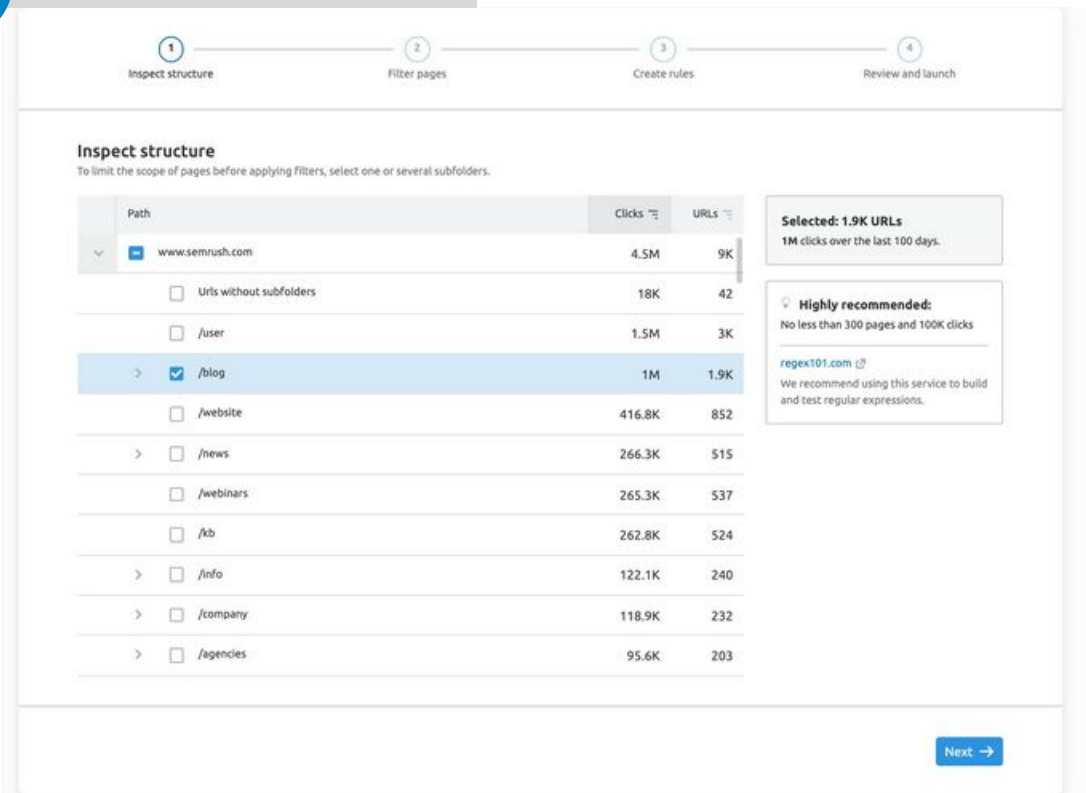
Create new test

Name

Description (optional)

2.

Struktur überprüfen



The screenshot shows the 'Inspect structure' step of the SplitSignal process. It features a progress bar at the top with four steps: 1. Inspect structure (active), 2. Filter pages, 3. Create rules, and 4. Review and launch. Below the progress bar, the 'Inspect structure' section includes a sub-header and a note: 'To limit the scope of pages before applying filters, select one or several subfolders.' A table lists various paths from 'www.semrush.com' with columns for 'Clicks' and 'URLs'. The '/blog' path is selected with a checkmark. To the right, a summary box indicates 'Selected: 1.9K URLs' and '1M clicks over the last 100 days.' Below this, a 'Highly recommended' section suggests using 'regex101.com' for building and testing regular expressions. A 'Next' button is located at the bottom right.

Path	Clicks	URLs
www.semrush.com	4.5M	9K
<input type="checkbox"/> Urls without subfolders	18K	42
<input type="checkbox"/> /user	1.5M	3K
<input checked="" type="checkbox"/> /blog	1M	1.9K
<input type="checkbox"/> /website	416.8K	852
<input type="checkbox"/> /news	266.3K	515
<input type="checkbox"/> /webinars	265.3K	537
<input type="checkbox"/> /kb	262.8K	524
<input type="checkbox"/> /info	122.1K	240
<input type="checkbox"/> /company	118.9K	232
<input type="checkbox"/> /agencies	95.6K	203

SEO A/B Testing mit SplitSignal

3.

Seiten filtern



Filter pages

Use filters to only test pages that you want.

URL

Page Limitation

If you limit the number of pages, you can run another experiment in parallel on the pages outside your current test scope.

- Test all pages
- Limit the number of pages

Selected: 1.9K URLs

1M clicks over the last 100 days.

Examples of matching pages:

[...semrush.com/blog/social-media-seo](#)

[...h.com/blog/keyword-search-volume](#)

[...www.semrush.com/blog/reddit-guide](#)

Highly recommended:

No less than 300 pages and 100K clicks

[regex101.com](#)

We recommend using this service to build and test regular expressions.

[← Back](#)

[Next →](#)

SEO A/B Testing mit SplitSignal

4.

Testregeln erstellen



Create rules

Create specific changes (rules) to the pages to test. [What changes can be tested?](#)

Rule #1

Change the text content of the element ▼

CSS selector Select on the page

title 1st ▼

Test value template

Current X - Semrush Paste variable ▼

Current	Updated
How To Handle Social Media in a Crisis #Semrushchat	How To Handle Social Media in a Crisis #Semrushchat - Semrush

[+ Add new rule](#) [See preview](#)

Example page ^z

...social-media-in-a-crisis-semrushchat [z](#)

[Try a different page](#)

Variables

Use variable values to dynamically update titles, descriptions, etc.

[Import from file](#) [Extract from page](#)

Auto-generated

[Current](#) [Page Title](#) [Page H1](#)

SEO A/B Testing mit SplitSignal

4. Testregeln erstellen

Rule #1

Move element ▼

Source CSS selector ⓘ Select on the page

.cVfYm 1st ▼

Target CSS selector ⓘ Select on the page

.dZZPUD 1st ▼

Placement

After ▼

- After
- Before
- Like a first child
- Like a last child

CSS selector Select on the page

.dTalDa 1st ▼

Element type

h2

Current

```
<div data-test="breadcrumbs" class="g2wy39-0 hbl
<h1 data-test="heading-text" class="sc-1stkrsz-0 d1
<span data-test="text-content" class="sc-1stkrsz-0
```

Updated

```
<div data-test="breadcrumbs" class="g2wy39-0 hbl
<h2 data-test="heading-text" class="sc-1stkrsz-0 d1
<span data-test="text-content" class="sc-1stkrsz-0
```

Rule #2 🗑️

Change the element type ▼

CSS selector Select on the page

h2 2nd ▼

Element type

h1

Current

```
<p>When it comes t...</p>
<h2 id="q1--what-is-you...">Q1. What is you...</h2:
<p>When somebody p...</p>
```

Updated

```
<p>When it comes t...</p>
<h1 id="q1--what-is-you...">Q1. What is you...</h1:
<p>When somebody p...</p>
```

SEO A/B Testing mit SplitSignal

5.

Review & Launch

All projects > Project: www.ecommerce.com > Create test

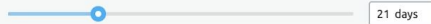
← Set up test: T001 Add Brand from Title Tag on US Blog Pages ↗



Review and launch

The final check before the test is started

Duration: ^z



Estimated last day: **November 12**, if you launch today.

Pages in test: 1909

1M clicks over the last 100 days.

[See all](#) Example: [...www.semrush.com/blog/music-the-marketers-secret-weapon-for-targeting-millennials](https://www.semrush.com/blog/music-the-marketers-secret-weapon-for-targeting-millennials) ↗

What changes will be tested

Rule #1 Change the text content of the element

CSS selector

title

New template

Current - Semrush

What happens when I launch the test?

- No changes are allowed. To make changes, you will need to stop the test.
- Googlebot will crawl and index all tested pages.
- You will be able to measure the performance of your test since the first day. But do not jump to any conclusions.

← Back

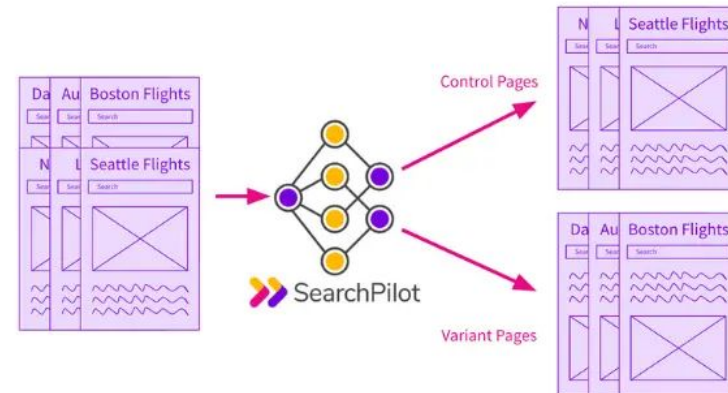
Launch

SEO A/B Testing mit Searchpilot

 SEO A/B Testing

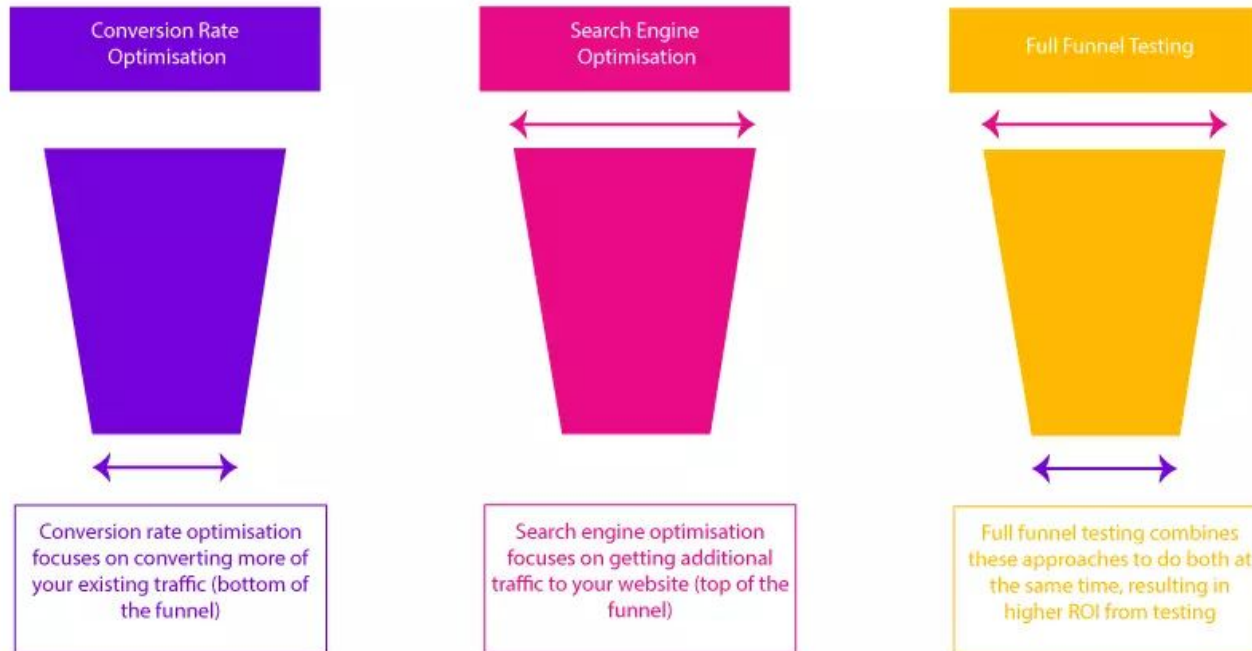
 Meta-CMS

 Full Funnel Testing

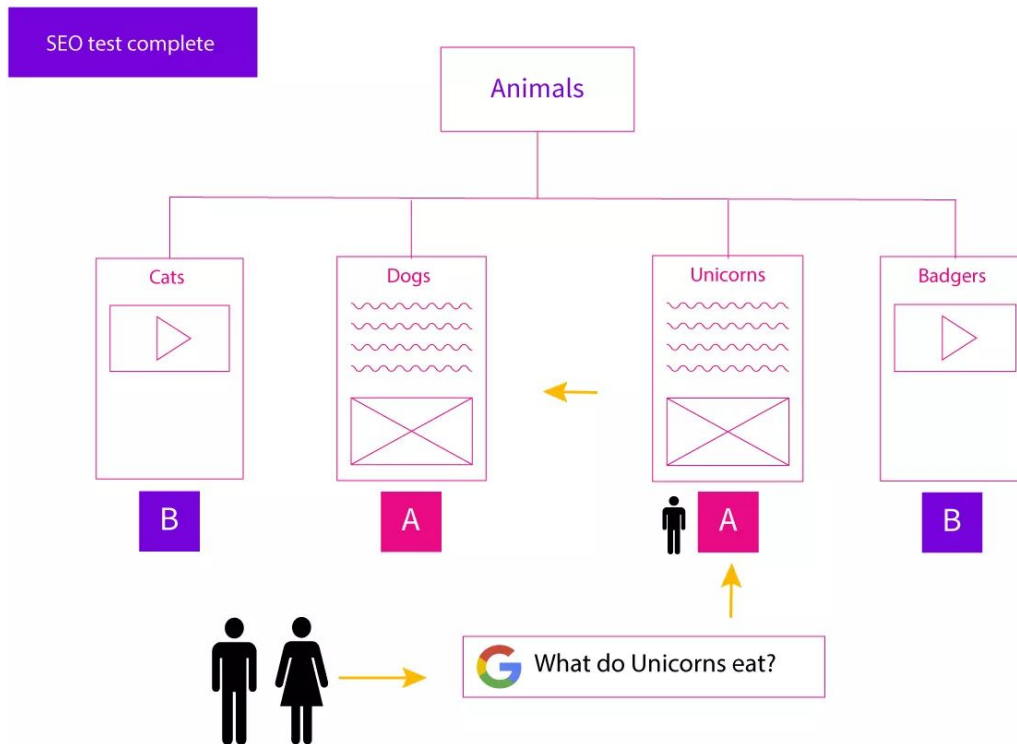


- ✓ Automatische Aufteilung von Website-Abschnitten in statistisch ähnliche Gruppen von Seiten, einschließlich oder ausschließlich beliebiger Seitengruppen
- ✓ Datenanalyse mithilfe statistischer Modelle, um die Auswirkungen zu verstehen

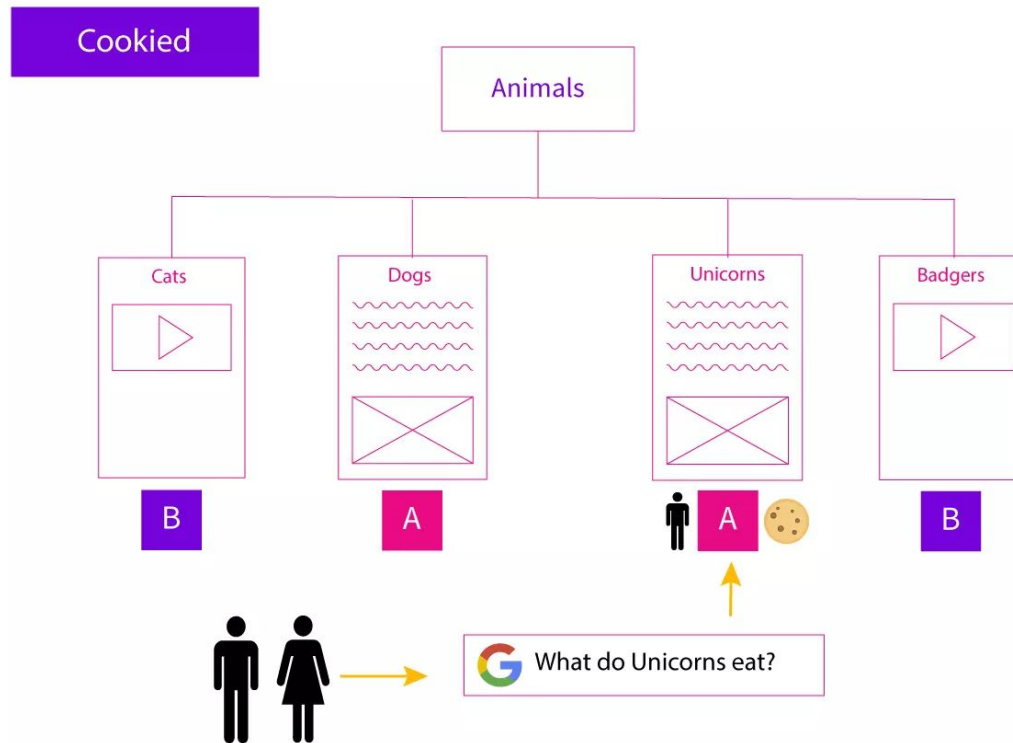
Full Funnel Testing statt isoliert CRO und SEO Tests!



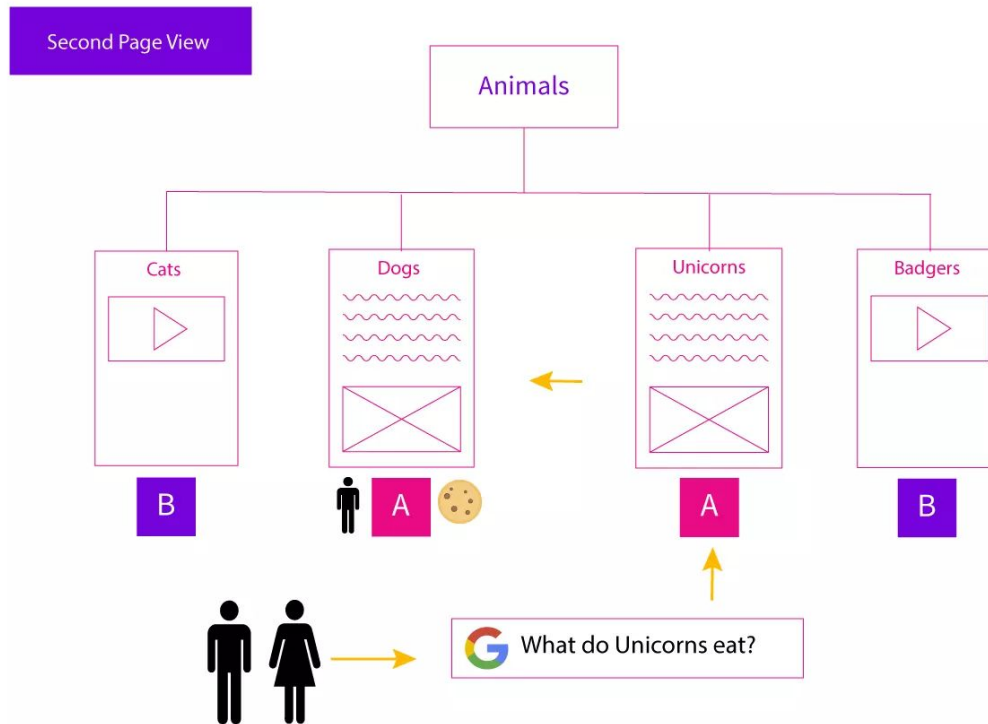
Full Funnel Testing mit Searchpilot



Full Funnel Testing mit Searchpilot



Full Funnel Testing mit Searchpilot





Was brauche ich für einen SEO A/B Test?

Voraussetzungen

- Ausreichende Datenbasis!!! ~ 100.000 GSC Klicks in den letzten 100 Tagen!
- Kategorien von homogenen Seiten Typen (PDPs, Posts, Listings...)
- Sample muss groß genug sein → Semrush empfiehlt 300 Seiten, wobei Tests auch mit 100 Seiten erfolgreich waren
- Genügend Klicks auf den einzelnen Seiten
- Gute Hypothesen zum Testen, am besten eine Backlog!
- Keine Developer, aber Technisches Know-How ist wichtig!
- Testing und Data Driven Mindset!
- Budget!!!

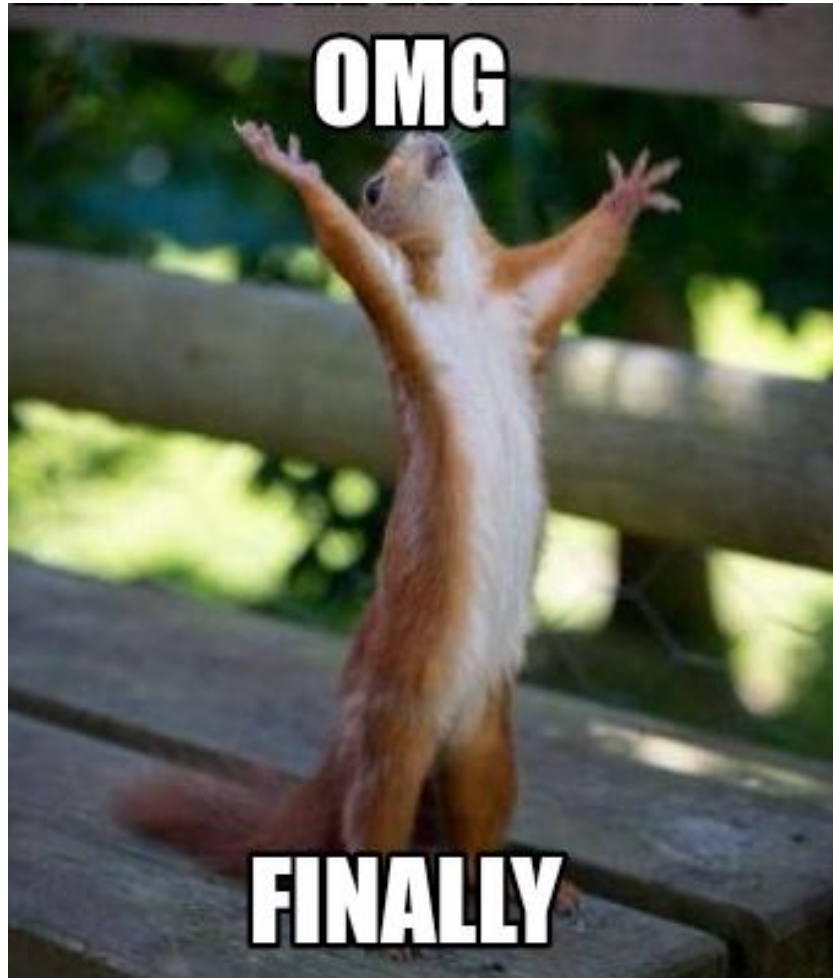
Tools sind gut geeignet für wiederholtes Testen, aber vermutlich zu teuer für einzelne Tests → Einzelne Tests können per “Headless SEO” Ansätze und Cloud-Know How selber gemacht werden z.B. **Cloudflare Worker, AWS Lambda, Cloud Functions**

Voraussetzungen für SEO A/B Testing

- Ausreichende Datenbasis!!!
- Nur Änderungen, die sich auf das SERP-Ranking deiner URLs auswirken, also z.B.:
 - Title Tags
 - Schema Markup
 - Interne Links
 - Alt-Texte
 - Neuer Content
 - Unterseiten
 - Informationsarchitektur
 - Seiten-Migration
- Formen des A/B Testings mit SEO-Eignung:
 - **Lineares Vorgehen:** Eine Änderung pro Testdurchgang (kleine Websites)
 - **Multi-Page-Test:** Großflächige Anpassung von 50 oder mehr Pages und Vergleich dieser mit Kontrollgruppe unveränderter Pages (große Websites)
 - **Multivariater Test:** Mehrere Elemente werden gleichzeitig verändert und als Variante getestet (hoher Traffic)



Beispiele: Was man mit SEO A/B Tests machen kann



SEO Split-Testing in der Praxis

Title	Text	Ads
<u>Wirkt sich die Hervorhebung einer H1 auf den organischen Traffic aus?</u>	<u>Hilft fettgedruckter Text bei der Suchmaschinenoptimierung?</u>	<u>Wirkt sich das Entfernen von Bannerwerbung auf den organischen Traffic aus?</u>
Metas	Breadcrumbs	Seitenlayout
<u>Kann die Aufnahme eines CTA in Meta-Beschreibungen die CTR beeinflussen?</u>	<u>Wirkt sich das Entfernen von Breadcrumbs auf Produktseiten auf SEO aus?</u>	<u>Hat die Umgestaltung des Seitenlayouts Auswirkungen auf SEO?</u>
SERPs	Farbkontrast	FAQs
<u>Können Bewertungen von Drittanbietern den organischen Traffic erhöhen?</u>	<u>Ist der Farbkontrast für SEO von Bedeutung?</u>	<u>Hilft die Umwandlung von On-Page-Inhalten in FAQs und das Hinzufügen von FAQ-Schema der SEO-Performance?</u>

Helfen mehr interne Links im Footer für SEO?

Fragestellungen

- Welche Rolle spielt der Startseiten-Footer für die SEO-Strategie?
- Wie viele interne Links sollten im Footer platziert sein?
- Wie viele Links sind zu viele?

Hypothesen

1. Das Hinzufügen von mehr Links zu verwandten Seiten im Footer der Website führt zu mehr organischem Traffic auf den verlinkten Seiten.
2. Das Hinzufügen der Links wird die interne Verlinkung verbessern, was möglicherweise zu einer besseren Verteilung des Link-Equity und einer besseren Suchleistung führt.

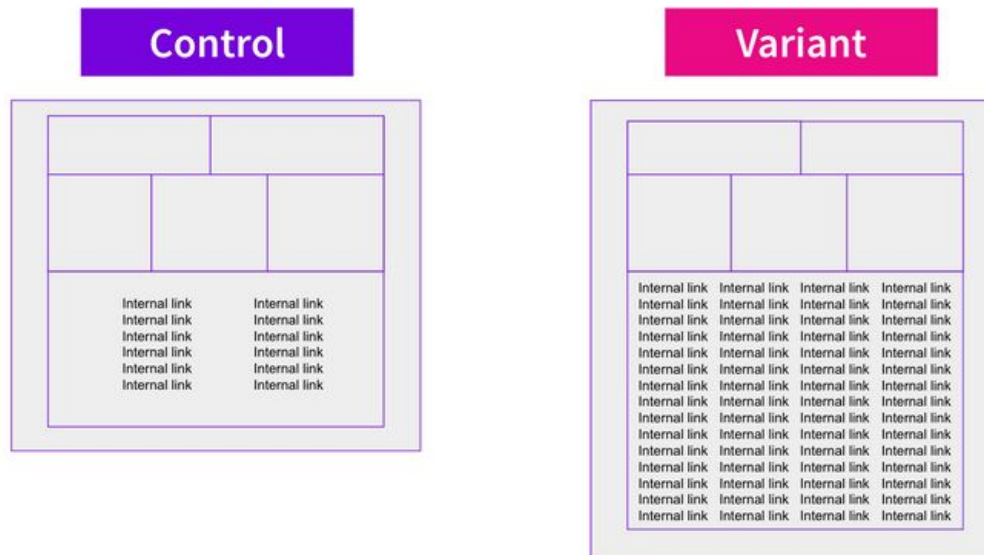
Ausgangssituation

Der ursprüngliche Footer enthielt 30 interne Links zu Kategorien, die mit der aktuellen Seite in Verbindung standen.

Helfen mehr interne Links im Footer für SEO?

Experiment

- Neue Version des Footer für die Test-Variantenseiten mit über 100 internen Links.
- Kleinere CSS-Änderungen, um die Schriftgröße der Links zu verringern.
- Messung der Auswirkungen



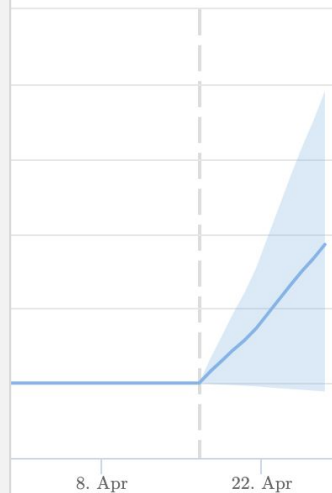
Helfen mehr interne Links im Footer für SEO?

Ergebnis

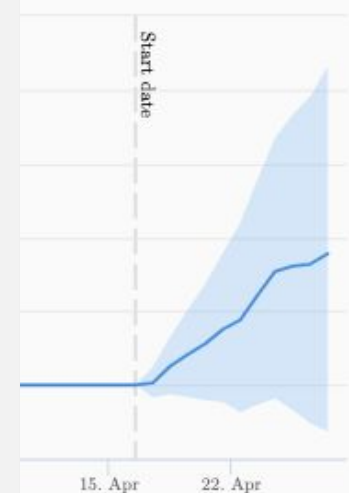
Insgesamt war das Ergebnis dieses Tests mit einem Anstieg von 5 % signifikant positiv, allerdings nicht mit dem üblichen 95 %-Konfidenzintervall. Eine Aufschlüsselung nach Geräten zeigt, dass die Auswirkungen unterschiedlich sind.



Die Desktop-Version der Website war mit einer Steigerung von 10 % bei 95 % signifikant positiv.



Die mobile Version hingegen war nur bei einem Konfidenzintervall von 90 % positiv, was einen Uplift von 5 % ergab.



Case Study: Pre-Rendering von AngularJS Content

Fragestellungen

Wie gut ist Google bei Indexierung und Ranking von JavaScript-basierten Inhalten?

Hypothesen

1. Es wird davon ausgegangen, dass Google den vorgerenderten Inhalt auf jeder Seite im Website-Bereich schnell crawlen und indexieren wird.
2. Es wird erwartet, dass die verbesserte "Zugänglichkeit" des Inhalts dazu führen wird, dass Google die Profelseiten besser versteht. Dies resultiert in besseren Rankings für relevante Suchanfragen und mehr organischem Traffic.

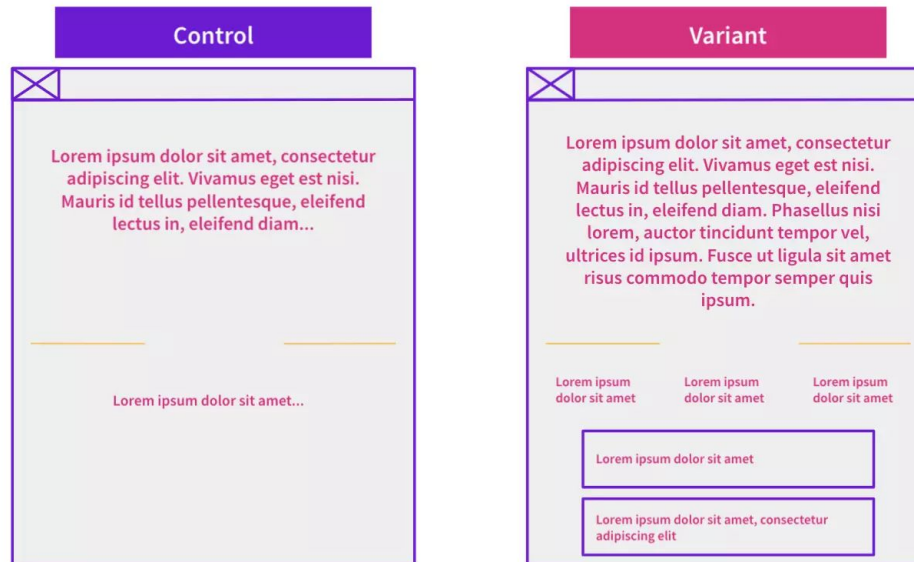
Ausgangssituation

Die Listing-Site eines Kunden verwendete AngularJS auf den einzelnen Profelseiten, was dazu führte, dass der Inhalt erst beim Laden erschien und nur Teile des Inhalts im HTML-Seitenquelltext integriert waren.

Case Study: Pre-Rendering von AngularJS Content

Experiment

- Die wichtigsten Inhalte (Hauptbeschreibung des Profils, bis zu 10 Bewertungen und die Fähigkeiten der Person) auf den einzelnen Profildaten wurden vorgerendert.



Case Study: Pre-Rendering von AngularJS Content

Ergebnis

Test ergab keine signifikanten Auswirkungen auf den organischen Traffic.

Mögliche Erklärung

- Google konnte den Inhalt bereits indizieren, obwohl er von JavaScript abhängig war.
- Vorrendern bestimmter Content-Teile hat Google möglicherweise keine neuen Informationen geliefert.
- Google hat durch vorgerenderten Inhalt neue Informationen erhalten, diese hat sich aber nicht signifikant auf Ranking und Traffic dieser Seiten ausgewirkt.

SEO Split Testing Möglichkeiten für Lokale Landing Pages

Meta Title und Descriptions

- Hinzufügen von "in meiner Nähe" zu Titeln
- Aufnahme der Adresse in Meta-Beschreibungen
- Wechsel der CTAs

On-Page Content-Änderungen

- Individuell geschriebener Inhalt vs. Template
- Ändern von Überschriften
- Hinzufügen/Entfernen von nutzergenerierten Inhalten (z.B. Bewertungen)

Structured Data Markups

- LocalBusiness
- Breadcrumb
- Reviews

Interne Verlinkungen

- Verlinkung zu nahe gelegenen Orten
- Verlinkung zu relevanten regionalen Seiten
- Ändern von Links in Navigation und Footer

SEO Split Testing Möglichkeiten für Lokale Landing Pages

Seitenstruktur

- Verschieben, Hinzufügen oder Entfernen von Elementen wie Karten, Öffnungszeiten, Inhalten oder Bewertungen
- Erweitern von Inhalten mit Registerkarten oder Platzieren von Inhalten hinter Registerkarten
- Laden von Elementen in alternativer Reihenfolge



Seitenladegeschwindigkeit

- First Contentful Paint
- DOM Content laden
- First Input Delay



DANKE

Bevor es gleich weitergeht: Nehmt bitte kurz an unserer Umfrage teil



SCAN ME

**Teilt uns mit, über welches Thema
Ihr gerne bei unserem nächsten
Meetup mehr erfahren würdet!**



Offene Jobstelle

We're always looking for inspiring people! 🚀

Bist Du auf der Suche nach einem Job, der Abwechslung und Spaß in Deinen Alltag bringt?



MarTech Berater

- in München oder Remote



SEO Manager

- in München oder Remote
- optional: mit Fokus auf On-Page / Tech SEO



Digital Marketing Manager

- in München oder Remote





KONTAKTIERE UNS!

Helfer gibt es überall,
die Experten findest Du bei uns!



Name

John Muñoz



Adresse

Steinsdorfstr. 2, 80538 München



Email

info@digital-loop.com



Phone

089/416147830

