



Seo Analyzer content-factory.blog

Generated on March 30 2022 16:57 PM

The score is 55/100



SEO Content

	Title	<p>content factory blog &#8211; MENSCHEN VERSTEHEN VISUALISIERUNG GESTALTEN</p> <p>Length : 72</p> <p>Ideally, your title should contain between 10 and 70 characters (spaces included). Use this free tool to calculate text length.</p>												
	Description	<p>Length : 0</p> <p>Very bad. We haven't found meta description on your page. Use this free online meta tags generator to create description.</p>												
	Keywords	<p>Very bad. We haven't found meta keywords on your page. Use this free online meta tags generator to create keywords.</p>												
	Og Meta Properties	<p>This page does not take advantage of Og Properties. This tags allows social crawler's better structurize your page. Use this free og properties generator to create them.</p>												
	Headings	<table border="1" data-bbox="539 1442 1481 1514"> <thead> <tr> <th>H1</th> <th>H2</th> <th>H3</th> <th>H4</th> <th>H5</th> <th>H6</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>71</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> <ul data-bbox="616 1547 1490 2078" style="list-style-type: none"> • [H1] content factory blog Beiträge • [H2] think-factory for imaging • [H2] Allein untern Millionen – „Ist Isolation toxisch?“ • [H2] Akzeptanz werbetypischer Bilderwelten in Corona-Zeiten • [H2] Warum Social-Media-Plattformen in puncto Werbewirkung nicht mithalten können • [H2] Warum der Kontext gegen Ihre Persönlichkeit gewinnt – und Sie das nicht merken • [H2] Wird es ein ‚NEW Normal‘ oder ein ‚new NORMAL‘ geben? • [H2] Das Streben nach dem ewigen und perfekten Leben • [H2] Berater inszenieren sich als Pornografen des Wandels. • [H2] Wie verändert die aktuelle Krise unsere visuelles Empfangen? • [H2] Besinnen auf alte Wert? • [H2] Wozu braucht es Rituale in der visuellen Werbekommunikation? 	H1	H2	H3	H4	H5	H6	1	71	0	0	0	0
H1	H2	H3	H4	H5	H6									
1	71	0	0	0	0									





SEO Content

- [H2] Schwere See für Werbung und Kommunikation
- [H2] Emotionserkennung: Ein Milliardenmarkt mit sehr wackeliger wissenschaftlicher Substanz.
- [H2] Die klassische Bildsprachenfindung könnte in einer datengetriebenen Welt überflüssig werden
- [H2] Der Neue Markt: Agenturen am Scheideweg
- [H2] Gibt es ein Gedächtnis der Gefühle?
- [H2] Ich fühle, also denke ich
- [H2] Die Aufmerksamkeit schrumpft
- [H2] Technologie verleiht einen Vorsprung, Kreativität macht den Unterschied. (Jean-Remy von Matt) – Ein frommer Wunsch!?
- [H2] Nach wie vor sind Emotionen der erfolgversprechendste Weg im Kampf um die Aufmerksamkeit der Zielgruppe!
- [H2] Psychische Überforderung durch visuelle Reizüberflutung im Zeitalter von Punkt und Pixel führt zur Veränderung der Wahrnehmung!
- [H2] Aufmerksame Verzerrung zu kurz dargestellten emotionalen Distraktoren folgt einem langsamen Zeitverlauf im visuellen Kortex
- [H2] Engel sind aus der Mode – die Ablehnung des „Body-Positivity“-Konzept! Ist „CURVY“ das neue Körperimage?
- [H2] Bewirkt übertriebene Glücksdarstellung in der „consumer world“ genau das Gegenteil?
- [H2] „Die nächste große Innovation ist keine Technologie, sondern unsere Art des Wahrnehmens“ Von Beau Lotto in NATIONAL GEOGRAPHIC
- [H2] Ausgeglichen oder leicht reizbar? – Emotionalität im Alter
- [H2] Eine Therapie für alle, das war einmal | SZ 29. Juni.2018
- [H2] Hat das Farbsehen der frühen Wirbeltiere wie des Urmenschen und die Veränderungen der Wahrnehmung im Laufe der Evolution Auswirkung auf unsere visuellen Botschaften.
- [H2] Macht der drastischen Bilder
- [H2] Bevorzugen Konsumenten im Kaufkontext Marken mit Brand Purpose? Wie geht unser Gehirn mit ethischen Nachrichten um? „K&A BrainCandy No. 44“
- [H2] Ich sehe was, das du nicht siehst... Über die Subjektivität unserer Wahrnehmung
- [H2] Die visuelle Wahrnehmung ältere Menschen verändert sich!
- [H2] Beeinflussen die globalen politischen Ereignisse unsere visuelle Wahrnehmung und wie sollten die Bild-Botschaften codiert sein? Beitrag Kurt Paulus
- [H2] “Psychodrama© – Studie” Controlling für eine unmissverständliche visuelle Botschaft und Zielgruppenansprache.
- [H2] Emotionale Bilder werden vom Gehirn immer wahrgenommen – egal, was man zum entsprechenden Zeitpunkt gerade tut!
- [H2] Intensivierung der Bildbotschaften durch Wissen über die psychischen Prozesse | Beitrag Kurt Paulus
- [H2] Kohärenz als neuronales Korrelat von Bewußtsein und Wahrnehmungsinhalten
- [H2] Die Todesursache Nummer eins heißt Einsamkeit | Professor Manfred Spitzer





SEO Content

- [H2] Bewusstsein und Neurowissenschaften von Wolfgang Carl
- [H2] Selbst-Bewusstsein und Co-Kreativität - Götz Wittneben im Gespräch mit Prof. Dr. Gerald Hüther
- [H2] Ausgewählte Aspekte der Neurowissenschaften und deren Einsatzmöglichkeiten im Marketing von Henrike Lindig.
- [H2] Kognitive Neurowissenschaft | Essay | Werner X. Schneider und Wolfgang Prinz
- [H2] Motivation - Der Motor - Emotionen in unserem Gehirn
- [H2] Jenseits des Selbst - Dialoge zwischen einem Hirnforscher und einem buddhistischen Mönch
- [H2] Die Visualisierung der Wahrnehmung von Matthias Eckoldt
- [H2] Welche Faktoren beeinflussen die Wahrnehmung?
- [H2] Visuelle Wahrnehmung - Psychophysik, Physiologie und fMRI-Studien • Prof. Dr. Logothetis
- [H2] Hirnforschung wird die Welt verändern | Projekt Zukunft
- [H2] Lutz Jäncke: Lehrbuch Kognitive Neurowissenschaften
- [H2] Subjektiver Wahrnehmung wird mehr vertraut als der Wirklichkeit - Verblüffendes Forschungsergebnis
- [H2] Wie Augenbewegungen die Wahrnehmung manipulieren
- [H2] Neurowissenschaftler sagen Sinnestäuschung voraus
- [H2] Neuromarketing - Experte Dr. Hans-Georg Häusel
- [H2] „Ich fühle, also bin ich“ Von Bas Kast
- [H2] „Begeistern statt entgeistern!“ - Prof. Dr. Gerald Hüther im Gespräch
- [H2] „Blick ins Gehirn - Bilder der Psyche“
- [H2] Die neue Lust am eigenen Denken | Gerald Hüther im Gespräch • Quelle: Werner Huemer www.der-wissens-verlag.de
-
- [H2] „Bildeigenschaften - wir schauen lieber als wir lesen“ von Prof. Dr. Adlmaier-Herbst
- [H2] Wie Vorurteile unsere Wahrnehmung manipulieren
- [H2] Wants to change the way we shop, offering artificial intelligence • source aipoly
- [H2] The future in two years - „Retail 2020“ 5 Technologies that will change the way you shop • source „LifelongLearners“
- [H2] Neurowissenschaft: Ohne Emotionen geht es nicht
- [H2] „Aktuelle Erkenntnisse der Neurowissenschaften für die interne Kommunikation“ vom Prof. Dr. Adlmaier-Herbst
- [H2] Evolutionäre Basis der Kommunikation „Max-Planck-Institut für biologische Kybernetik“
- [H2] Prof. Dr. Dieter Georg Adlmaier-Herbst
- [H2] Zweite Konferenz des Denkerwerks Zukunft, Berlin • Prof. Dr. Gerald Hüther
- [H2] NEUROMARKETING Erkenntnisse aus der Hirnforschung für Markenführung, Werbung und Verkauf • Herausgeber: Dr. Hans-Georg Häusel
- [H2] Neuromarketing. Die innovative Visualisierung von Emotionen • Autor: Mag. Arndt Traindl (CEO retail branding GmbH, Austria)
- [H2] „Eye-Tracking“ • Ausgewählte Aspekte der Neurowissenschaften und deren Einsatzmöglichkeiten im Marketing
- [H2] Visuelle Informationsverarbeitung im Gehirn von Karl R. Gegenfurtner, Sebastian Walter und Doris I. Braun Abteilung Allgemeine Psychologie, Justus Liebig Universität / Gießen
- [H2] Beitrags-Navigation

SEO Content

	Images	We found 71 images on this web page. 70 alt attributes are empty or missing. Add alternative text so that search engines can better understand the content of your images.
	Text/HTML Ratio	Ratio : 23% Good, this page's ratio of text to HTML code is higher than 15, but lower than 25 percent.
	Flash	Perfect, no Flash content has been detected on this page.
	Iframe	Great, there are no Iframes detected on this page.

SEO Links

	URL Rewrite	Good. Your links looks friendly!
	Underscores in the URLs	We have detected underscores in your URLs. You should rather use hyphens to optimize your SEO.
	In-page links	We found a total of 106 links including 0 link(s) to files
	Statistics	External Links : noFollow 0% External Links : Passing Juice 1.89% Internal Links 98.11%

In-page links

Anchor	Type	Juice
Zum Inhalt springen	Internal	Passing Juice
home	External	Passing Juice
Über	Internal	Passing Juice
Kooperation	Internal	Passing Juice
Kontakt	Internal	Passing Juice

In-page links

IMPRESSUM	Internal	Passing Juice
DATENSCHUTZERKLÄRUNG	Internal	Passing Juice
content factory blog	Internal	Passing Juice
think-factory for imaging	Internal	Passing Juice
34 Kommentare	Internal	Passing Juice
Allein untern Millionen &#8211; &#8222;Ist Isolation toxisch?&#8220;	Internal	Passing Juice
Schreib einen Kommentar	Internal	Passing Juice
Akzeptanz werbetypischer Bilderwelten in Corona-Zeiten	Internal	Passing Juice
Schreib einen Kommentar	Internal	Passing Juice
Warum Social-Media-Plattformen in puncto Werbewirkung nicht mithalten können	Internal	Passing Juice
Schreib einen Kommentar	Internal	Passing Juice
Warum der Kontext gegen Ihre Persönlichkeit gewinnt – und Sie das nicht merken	Internal	Passing Juice
Schreib einen Kommentar	Internal	Passing Juice
Wird es ein ‚NEW Normal‘ oder ein ‚new NORMAL‘ geben?	Internal	Passing Juice
Schreib einen Kommentar	Internal	Passing Juice
Das Streben nach dem ewigen und perfekten Leben	Internal	Passing Juice
Schreib einen Kommentar	Internal	Passing Juice
Berater inszenieren sich als Pornografen des Wandels.	Internal	Passing Juice
Schreib einen Kommentar	Internal	Passing Juice
Wie verändert die aktuelle Krise unsere visuelles Empfinden?	Internal	Passing Juice
Schreib einen Kommentar	Internal	Passing Juice
Besinnen auf alte Wert?	Internal	Passing Juice
Schreib einen Kommentar	Internal	Passing Juice
Wozu braucht es Rituale in der visuellen Werbekommunikation?	Internal	Passing Juice
Schreib einen Kommentar	Internal	Passing Juice
Schwere See für Werbung und Kommunikation	Internal	Passing Juice

In-page links

Schreib einen Kommentar	Internal	Passing Juice
Emotionserkennung: Ein Milliardenmarkt mit sehr wackeliger wissenschaftlicher Substanz.	Internal	Passing Juice
Schreib einen Kommentar	Internal	Passing Juice
Die klassische Bildsprachenfindung könnte in einer datengetriebenen Welt überflüssig werden	Internal	Passing Juice
Schreib einen Kommentar	Internal	Passing Juice
Der Neue Markt: Agenturen am Scheideweg	Internal	Passing Juice
Schreib einen Kommentar	Internal	Passing Juice
Gibt es ein Gedächtnis der Gefühle?	Internal	Passing Juice
Ich fühle, also denke ich	Internal	Passing Juice
Die Aufmerksamkeit schrumpft	Internal	Passing Juice
Technologie verleiht einen Vorsprung, Kreativität macht den Unterschied. (Jean-Remy von Matt) &#8211; Ein frommer Wunsch!?	Internal	Passing Juice
Nach wie vor sind Emotionen der erfolgversprechendste Weg im Kampf um die Aufmerksamkeit der Zielgruppe!	Internal	Passing Juice
Psychische Überforderung durch visuelle Reizüberflutung im Zeitalter von Punkt und Pixel führt zur Veränderung der Wahrnehmung!	Internal	Passing Juice
Aufmerksame Verzerrung zu kurz dargestellten emotionalen Distraktoren folgt einem langsamen Zeitverlauf im visuellen Kortex	Internal	Passing Juice
Engel sind aus der Mode &#8211; die Ablehnung des &#8222;Body-Positivity&#8220;-Konzept! Ist &#8222;CURVY&#8220; das neue Körperimage?	Internal	Passing Juice
Bewirkt übertriebene Glücksdarstellung in der „consumer world“ genau das Gegenteil?	Internal	Passing Juice
&#8222;Die nächste große Innovation ist keine Technologie, sondern unsere Art des Wahrnehmens&#8220; Von Beau Lotto in NATIONAL GEOGRAPHIC	Internal	Passing Juice
Ausgeglichen oder leicht reizbar? – Emotionalität im Alter	Internal	Passing Juice
Eine Therapie für alle, das war einmal SZ 29. Juni.2018	Internal	Passing Juice
Hat das Farbsehen der frühen Wirbeltiere wie des Urmenschen und die Veränderungen der Wahrnehmung im Laufe der Evolution Auswirkung auf unsere visuellen Botschaften.	Internal	Passing Juice

In-page links

Macht der drastischen Bilder	Internal	Passing Juice
Bevorzugen Konsumenten im Kaufkontext Marken mit Brand Purpose? Wie geht unser Gehirn mit ethischen Nachrichten um? &#8222;K&#038;A BrainCandy No. 44&#8220;	Internal	Passing Juice
Ich sehe was, das du nicht siehst&#8230; Über die Subjektivität unserer Wahrnehmung	Internal	Passing Juice
Die visuelle Wahrnehmung ältere Menschen verändert sich!	Internal	Passing Juice
Beeinflussen die globalen politischen Ereignisse unsere visuelle Wahrnehmung und wie sollten die Bild-Botschaften codiert sein? Beitrag Kurt Paulus	Internal	Passing Juice
“Psychodrama© – Studie” Controlling für eine unmissverständliche visuelle Botschaft und Zielgruppenansprache.	Internal	Passing Juice
Emotionale Bilder werden vom Gehirn immer wahrgenommen – egal, was man zum entsprechenden Zeitpunkt gerade tut!	Internal	Passing Juice
Intensivierung der Bildbotschaften durch Wissen über die psychischen Prozesse Beitrag Kurt Paulus	Internal	Passing Juice
Kohärenz als neuronales Korrelat von Bewußtsein und Wahrnehmungsinhalten	Internal	Passing Juice
Die Todesursache Nummer eins heißt Einsamkeit Professor Manfred Spitzer	Internal	Passing Juice
42 Kommentare	Internal	Passing Juice
Bewusstsein und Neurowissenschaften von Wolfgang Carl	Internal	Passing Juice
40 Kommentare	Internal	Passing Juice
Selbst-Bewusstsein und Co-Kreativität &#8211; Götz Wittneben im Gespräch mit Prof. Dr. Gerald Hüther	Internal	Passing Juice
35 Kommentare	Internal	Passing Juice
Ausgewählte Aspekte der Neurowissenschaften und deren Einsatzmöglichkeiten im Marketing von Henrike Lindig.	Internal	Passing Juice
Schreib einen Kommentar	Internal	Passing Juice
Kognitive Neurowissenschaft Essay Werner X. Schneider und Wolfgang Prinz	Internal	Passing Juice
Schreib einen Kommentar	Internal	Passing Juice
Motivation – Der Motor – Emotionen in unserem Gehirn	Internal	Passing Juice
Jenseits des Selbst &#8211; Dialoge zwischen einem Hirnforscher und einem buddhistischen Mönch	Internal	Passing Juice

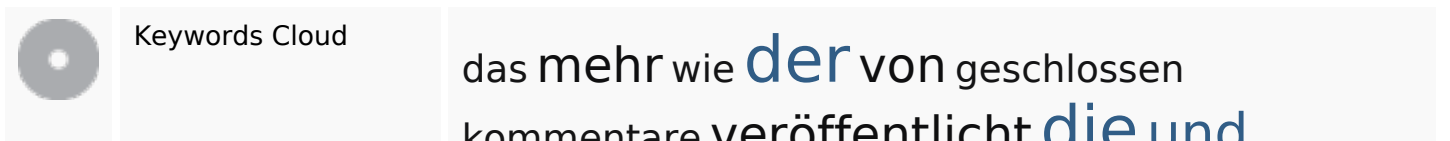
In-page links

Die Visualisierung der Wahrnehmung von Matthias Eckoldt	Internal	Passing Juice
Welche Faktoren beeinflussen die Wahrnehmung?	Internal	Passing Juice
Visuelle Wahrnehmung &#8211; Psychophysik, Physiologie und fMRI-Studien • Prof. Dr. Logothetis	Internal	Passing Juice
Hirnforschung wird die Welt verändern Projekt Zukunft	Internal	Passing Juice
Lutz Jäncke: Lehrbuch Kognitive Neurowissenschaften	Internal	Passing Juice
Schreib einen Kommentar	Internal	Passing Juice
Subjektiver Wahrnehmung wird mehr vertraut als der Wirklichkeit &#8211; Verblüffendes Forschungsergebnis	Internal	Passing Juice
Wie Augenbewegungen die Wahrnehmung manipulieren	Internal	Passing Juice
Neurowissenschaftler sagen Sinnestäuschung voraus	Internal	Passing Juice
Neuromarketing – Experte Dr. Hans-Georg Häusel	Internal	Passing Juice
&#8222;Ich fühle, also bin ich&#8220; Von Bas Kast	Internal	Passing Juice
„Begeistern statt entgeistern!&#8220; &#8211; Prof. Dr. Gerald Hüther im Gespräch	Internal	Passing Juice
&#8222;Blick ins Gehirn – Bilder der Psyche&#8220;	Internal	Passing Juice
Die neue Lust am eigenen Denken Gerald Hüther im Gespräch • Quelle: Werner Huemer www.der-wissens-verlag.de •	Internal	Passing Juice
&#8222;Bildeigenschaften – wir schauen lieber als wir lesen&#8220; von Prof. Dr. Adlmaier-Herbst	Internal	Passing Juice
Wie Vorurteile unsere Wahrnehmung manipulieren	Internal	Passing Juice
Wants to change the way we shop, offering artificial intelligence • source aipoly	Internal	Passing Juice
The future in two years &#8211; &#8222;Retail 2020&#8220; 5 Technologies that will change the way you shop • source &#8222;LifelongLearners&#8220;	Internal	Passing Juice
Neurowissenschaft: Ohne Emotionen geht es nicht	Internal	Passing Juice
&#8222;Aktuelle Erkenntnisse der Neurowissenschaften für die interne Kommunikation&#8220; vom Prof. Dr. Adlmaier-Herbst	Internal	Passing Juice
Evolutionäre Basis der Kommunikation &#8222;Max-Planck-Institut für biologische Kybernetik&#8220;	Internal	Passing Juice
Prof. Dr. Dieter Georg Adlmaier-Herbst	Internal	Passing Juice

In-page links

Zweite Konferenz des Denkwerks Zukunft, Berlin • Prof. Dr. Gerald Hüther	Internal	Passing Juice
Schreib einen Kommentar	Internal	Passing Juice
NEUROMARKETING Erkenntnisse aus der Hirnforschung für Markenführung, Werbung und Verkauf • Herausgeber: Dr. Hans-Georg Häusel	Internal	Passing Juice
41 Kommentare	Internal	Passing Juice
Neuromarketing. Die innovative Visualisierung von Emotionen • Autor: Mag. Arndt Traindl (CEO retail branding GmbH, Austria)	Internal	Passing Juice
41 Kommentare	Internal	Passing Juice
Eye-Tracking: • Ausgewählte Aspekte der Neurowissenschaften und deren Einsatzmöglichkeiten im Marketing	Internal	Passing Juice
40 Kommentare	Internal	Passing Juice
Visuelle Informationsverarbeitung im Gehirn von Karl R. Gegenfurtner, Sebastian Walter und Doris I. Braun Abteilung Allgemeine Psychologie, Justus Liebig Universität / Gießen	Internal	Passing Juice
39 Kommentare	Internal	Passing Juice
2	Internal	Passing Juice
Chosen WordPress Theme	External	Passing Juice

SEO Keywords



Keywords Consistency

Keyword	Content	Title	Keywords	Description	Headings
der	135	✘	✘	✘	✔
die	126	✘	✘	✘	✔
und	101	✘	✘	✘	✔







Keywords Consistency

mehr	74	✘	✘	✘	✔
veröffentlicht	71	✘	✘	✘	✘



Usability

	Url	Domain : content-factory.blog Length : 20
	Favicon	Great, your website has a favicon.
	Printability	We could not find a Print-Friendly CSS.
	Language	Good. Your declared language is de.
	Dublin Core	This page does not take advantage of Dublin Core.

Document

	Doctype	HTML 5
	Encoding	Perfect. Your declared charset is UTF-8.
	W3C Validity	Errors : 0 Warnings : 35
	Email Privacy	Great no email address has been found in plain text!
	Deprecated HTML	Great! We haven't found deprecated HTML tags in your HTML.
	Speed Tips	<ul style="list-style-type: none">✔ Excellent, your website doesn't use nested tables.✘ Too bad, your website is using inline styles.✘ Too bad, your website has too many CSS files (more than 4).




Document

-  Too bad, your website has too many JS files (more than 6).
-  Perfect, your website takes advantage of gzip.

Mobile



Mobile Optimization

-  Apple Icon
-  Meta Viewport Tag
-  Flash content

Optimization



XML Sitemap

Missing

Your website does not have an XML sitemap - this can be problematic.

A sitemap lists URLs that are available for crawling and can include additional information like your site's latest updates, frequency of changes and importance of the URLs. This allows search engines to crawl the site more intelligently.



Robots.txt

Missing

Your website doesn't have a robots.txt file - this can be problematic.

A robots.txt file allows you to restrict the access of search engine robots that crawl the web and it can prevent these robots from accessing specific directories and pages. It also specifies where the XML sitemap file is located.



Analytics

Missing

We didn't detect an analytics tool installed on this website.

Web analytics let you measure visitor activity on your website. You should have at least one analytics tool installed, but It can also be good to install a second in order to cross-check the data.