

CASE STUDY

Konversionen über organische Besucher beinahe vervierfacht

Übers Internet kann man nicht nur Konsumgüter an Privatkunden verkaufen, sondern auch Firmenkunden gewinnen. Wie, zeigt die Erfolgsgeschichte von PAXMATIC, einem hochspezialisierten Maschinenbau-Unternehmen. Dank einer gezielten Optimierung konnten die Besucher über organische Suchanfragen mehr als verdreifacht werden und der Anteil der Konversionen über organische Besucher beinahe vervierfacht.

Die massgeschneiderten Maschinen des traditionsreichen Schweizer Unternehmens für das Verpacken von Produkten in Folie oder Folienbeutel ist nur für einen kleinen Teil der Internet-User interessant. Doch genau diese wollte CEO Roland Schierle erreichen und für die wichtigsten Begriffe über Suchmaschinen wie Google gefunden werden. Auf der Suche nach dem richtigen Partner lernten Sie an einer Messe die Suchmaschinenmarketing-Agentur Worldsites aus Rotkreuz kennen. Roland Schierle kontaktierte auch noch andere SEO- und Internet-Marketing-Anbieter und entschied sich dann für die Worldsites mit Partnerbüros in weltweit 87 Ländern, denn «die Antworten auf meine Fragen waren immer schlüssig und das vorgeschlagene Vorgehen hat uns überzeugt», so Schierle.

Klare Vorgaben

Der Unternehmer hatte klare Vorgaben und Ziele für seine Website. «Wir wollten die Auffindbarkeit unserer Website stark verbessern, für gewisse Begriffe bei Google in den Top 10 gerankt werden, dadurch mehr Interessenten auf den Internetauftritt holen und daraus auch Verkaufsabschlüsse erzielen», so Schierle. Die Suchmaschinenmarketing-Experten der Worldsites gingen das Projekt nach einem langjährig bewährten Vorgehen an.

Bewährtes Vorgehen

«Anhand vorgegebener Suchbegriffe des Kunden und eigener Analysen definierten wir die spannendsten Begriffe», erklärt Senior SEO Specialist Daniel Vareta die ersten Schritte. «So können wir die interne Firmen-

sprache der Kundensprache anpassen und die Website für diejenigen Begriffe optimieren, die interessante Leads und Käufer bringen.»

Overall-SEO

Bei der Optimierung beschränken sich die Experten aber nicht auf Begriffe mit möglichst hohem Suchvolumen, sondern optimieren einerseits das Ranking aller Seiten, andererseits prüfen sie, für welche Begriffe und Begriffskombinationen das Verhältnis von Optimierungsaufwand/-kosten, Positionsverbesserung und zusätzlichen Klicks/Konversionen am besten ist. «So optimieren wir manchmal gezielt für sehr spezifische Begriffskombinationen mit geringerem Suchvolumen, weil diese Anpassungen das Ranking stark verbessern und im Verhältnis zu stark umkämpften Suchbegriffen messbar mehr und interessantere Leads und Anfragen bringen», so Vareta.

Kompetent und effizient

Roland Schierle ist sehr zufrieden mit der Arbeit der SEO-Experten: «Die Umsetzung wurde stets kompetent, schnell und effizient ausgeführt.» Und die Optimierungen machten sich rasch bemerkbar. «Innert zwei Jahren konnten wir die Besucher über organische Suchanfragen um 360% steigern und der Anteil der organischen Konversionen hat sich beinahe vervierfacht», freut sich Daniel Vareta. Bisher konnten daraus noch keine Verkaufsabschlüsse nachgewiesen werden, denn die Entscheidungszyklen sind lang. «Die konkreten Anfragen haben jedoch markant zuge-



PAXMATIC gehört zu den weltweit führenden Anbieter für massgeschneiderte Verpackungsmaschinen.

nommen und ich bin überzeugt, dass wir bald erste massgeschneiderte Maschinen aufgrund der Optimierungen verkaufen werden», so Roland Schierle.

YouTube und Facebook

Künftig will Schierle den Internetauftritt konstant aktualisieren und mit ansprechenden Bildern, Videos und Verknüpfungen zu Fachpublikationen, YouTube und Facebook die User Experience weiter verbessern. «Über das korrekt eingerichtete Controlling-Tool können wir den Nutzen dieser Anpassungen messen und stetig optimieren», so Vareta. ■

Weitere Infos

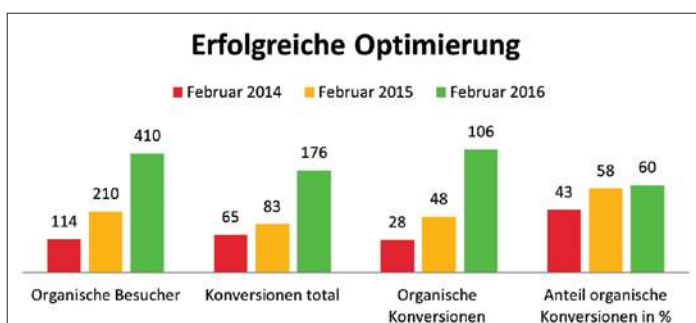


worldsites

Worldsites GmbH
T +41 (0)41 799 80 00
info@worldsites-schweiz.ch
www.worldsites-schweiz.ch



PAXMATIC AG
T +41 (0) 81 354 10 00
info@paxmatic.com
www.paxmatic.com



Dank der Optimierungen haben die organischen Besucher und Konversionen massiv zugenommen und der Anteil der organischen Konversionen hat sich auf 60% verbessert.