

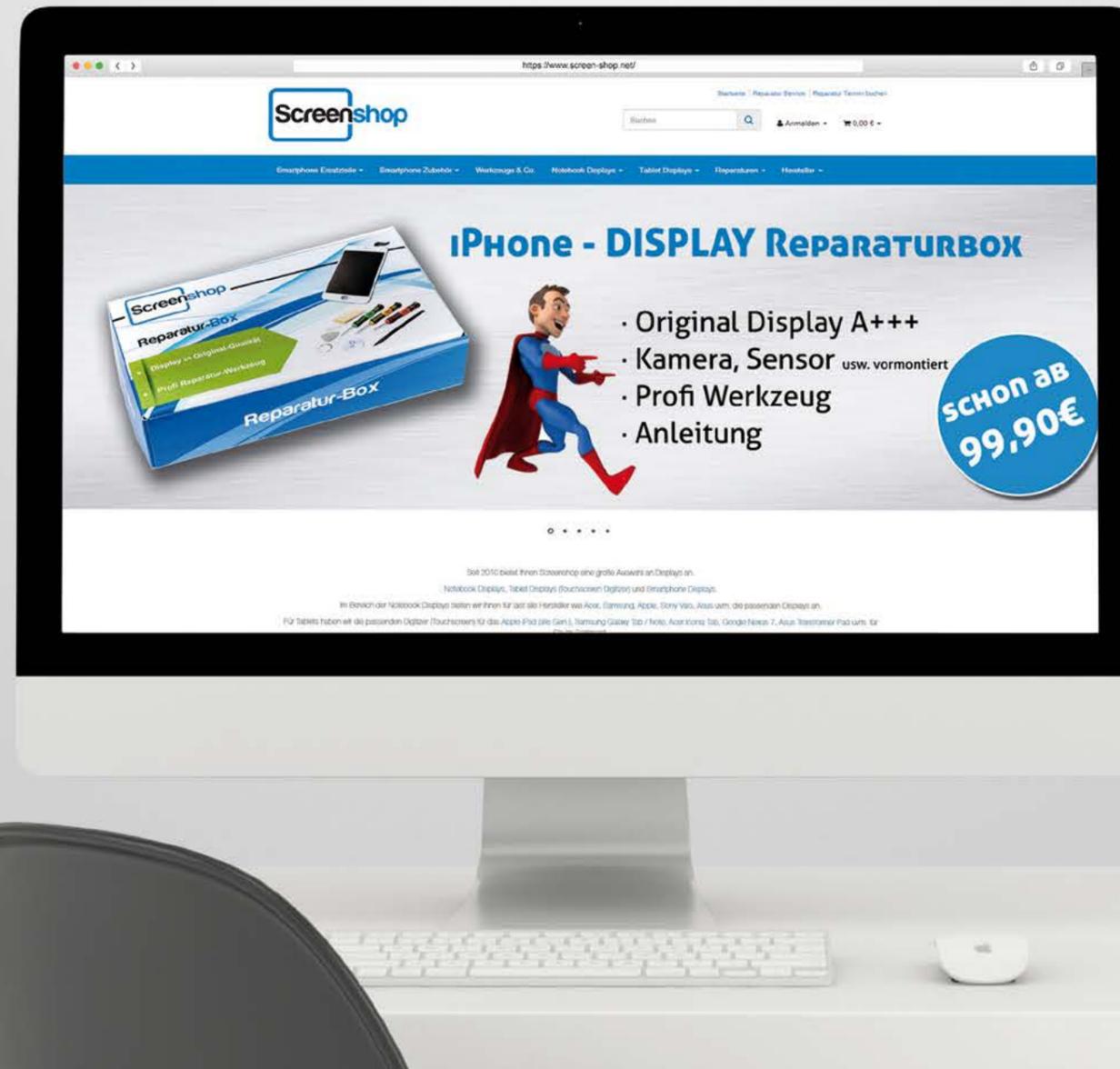


netgrade

SUCCESS STORY SCREENSHOP

ONLINE MARKETING AGENTUR - SEO | SEA | CRO

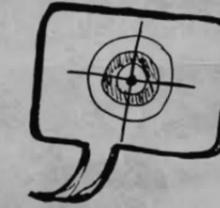
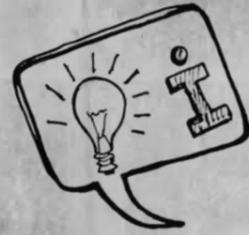
Layout der Website
von Screenshop
im August 2016.



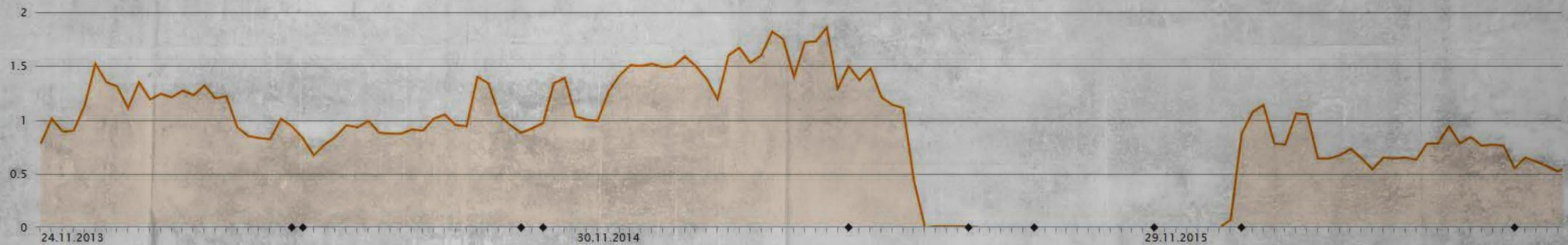
PERFORMANCE MARKETING

PRODUKTPORTFOLIO VON SCREENSHOP

Einmal nicht aufgepasst und schon fällt das Handy vom Tisch auf den Boden oder gleitet aus der Hand. Im Worst Case fällt es so unglücklich, dass das Display danach nicht mehr zu gebrauchen ist. Austauschen lässt sich dieses natürlich gegen entsprechend hohe Summen beim Hersteller oder man wendet sich an Screenshop, Ihr Partner rund um das Thema Display und Ersatzteile. Mit diesen Worten lässt sich das Produktportfolio von Screenshop am besten beschreiben. Bei Screenshop erhalten Kunden, deren Display Schaden genommen hat, günstige Ersatzdisplays oder komplette Reparaturboxen mit Anleitung, Werkzeug und Display. **Damit die Kunden aber darauf aufmerksam werden, benötigt es entsprechendes Marketing. In diesem Fall, zielgerichtetes Performance Marketing.**



Static OVI



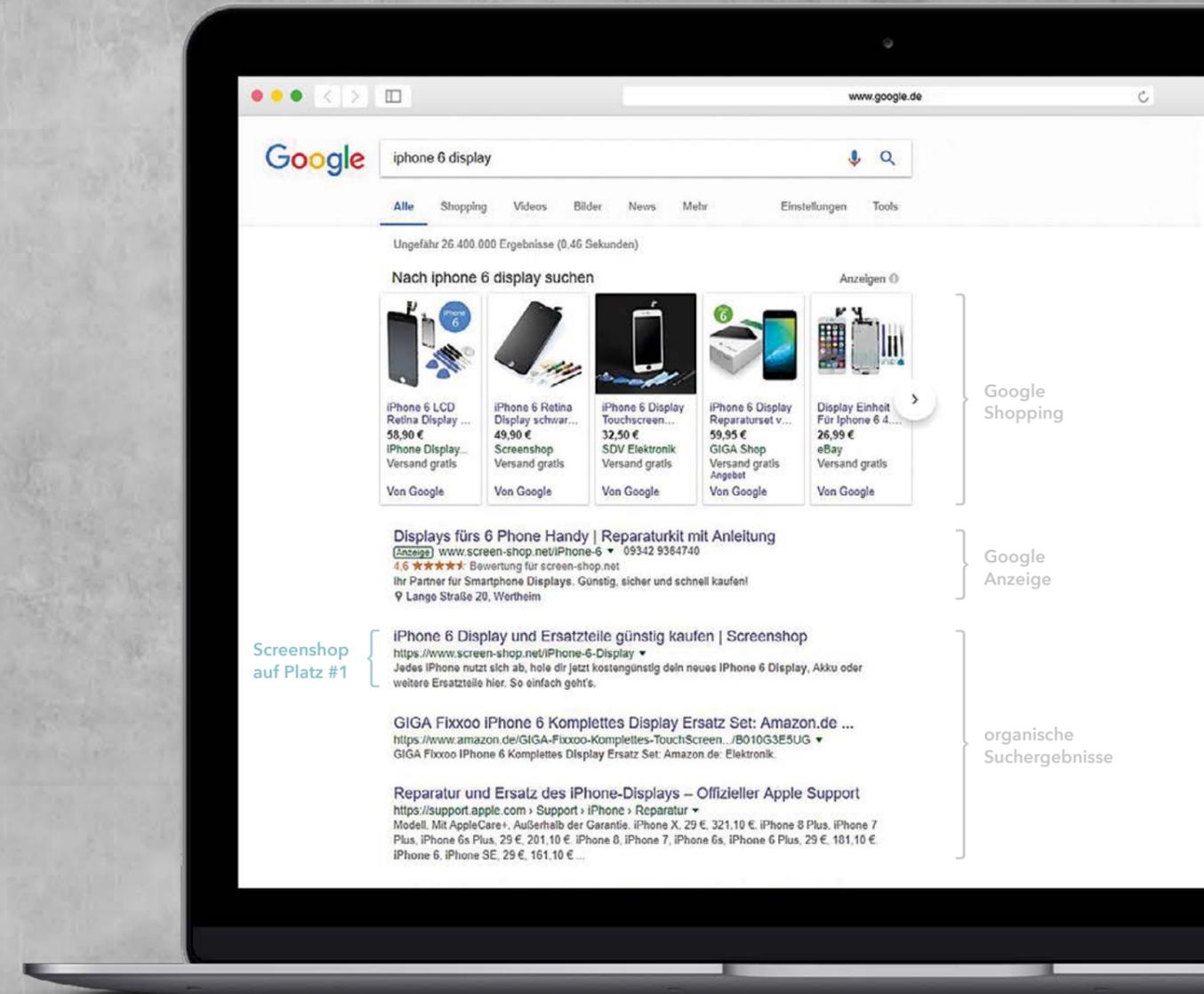
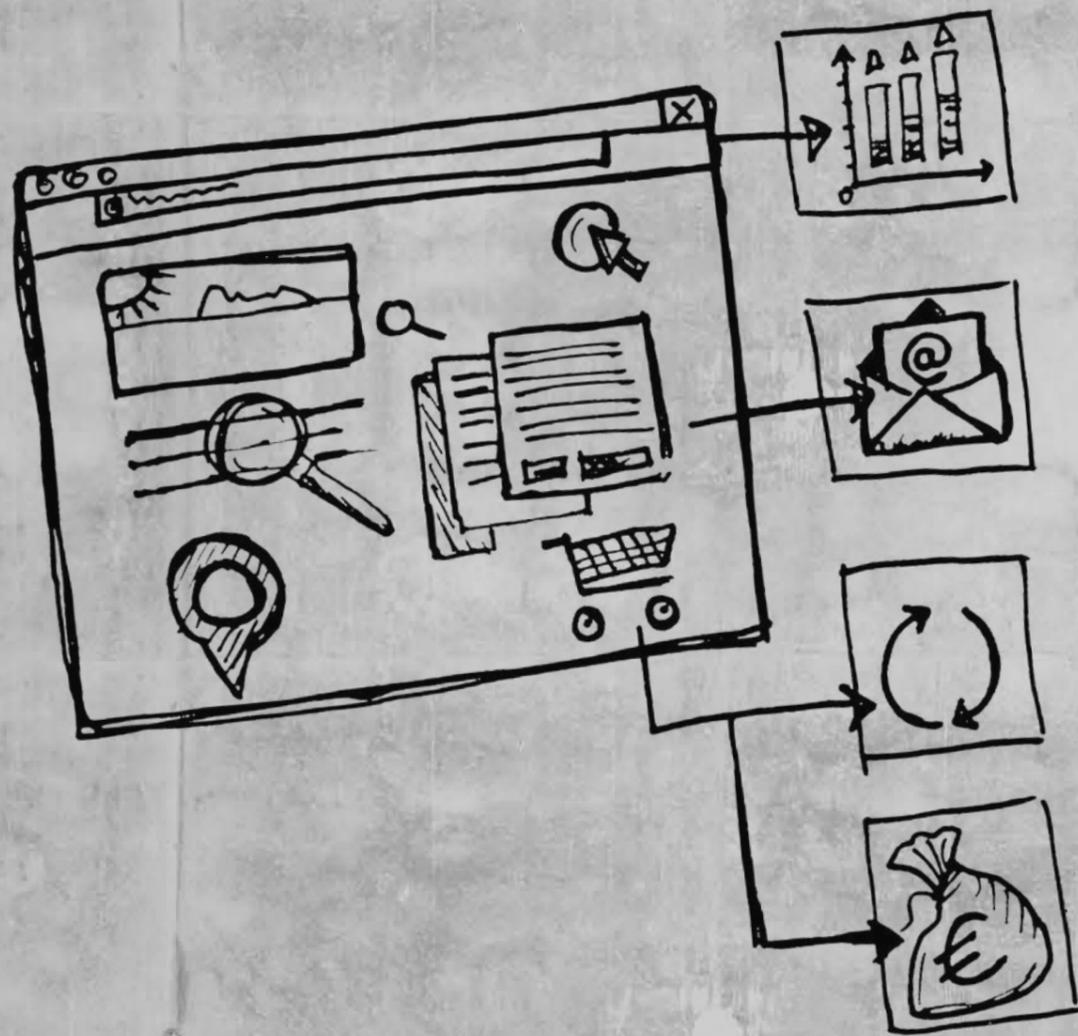
STATUS QUO

Auf Basis erster Absprachen und einer Analyse wurde die Sichtbarkeit in Suchmaschinen ermittelt. Eine Suchmaschinen Optimierung (SEO) wurde bis zu diesem Zeitpunkt nicht vorgenommen. Im Bereich der Suchmaschinenwerbung (SEA) wurden bereits erste rudimentäre Anzeigen geschaltet.

Durch die Ermittlung der Ausgangslage wurde von netgrade ein Angebot für die Verwaltung der SEO- und SEA-Kampagnen erstellt. Dieses Angebot umfasste unter anderem:

- Optimierung des Shops und der Seitenstruktur
- Optimierung bestehender Inhalte
- Erstellung neuer Inhalte
- Optimierung des Google Adwords Accounts
- Erstellung eines BingAds Accounts
- Optimierung des Google Shopping Feeds
- Verwaltung und kontinuierliche Optimierung der SEO und SEA Aktivitäten

AUSGANGSLAGE: DIE ERSTEN GEHVERSUCHE



ZIELSETZUNG: AUF ZUM GIPFEL

DIE SICHTBARKEIT ALS ERFOLGSFAKTOR

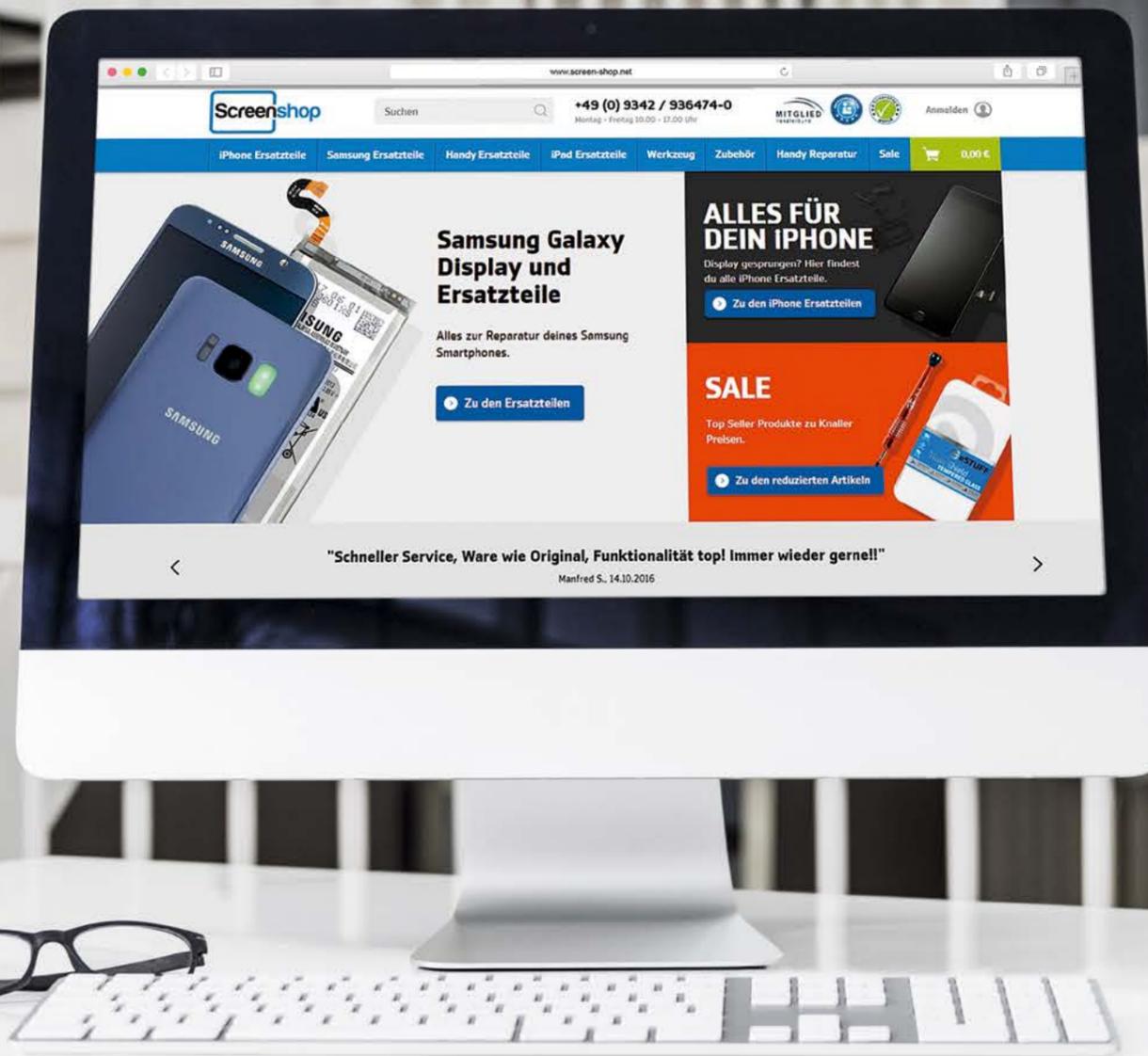
Grundsätzliches Ziel von SEO und SEA Maßnahmen für Online Shops besteht in der Regel darin, die Sichtbarkeit und damit die Zugriffe sowie den Umsatz zu steigern. Um dies zu erreichen, mussten die Ziele allerdings zuerst definiert und konkretisiert werden.

Im Falle von Screenshop wurde eine umfangreiche Keyword Research gemacht, um die potentiellen Begriffe zu ermitteln. Dabei konnte festgestellt werden, dass sämtliche Begriffe rund um Endgerät + Display ein gutes Suchvolumen aufweisen und gleichzeitig eine realistische Chance auf erfolgreiche Positionierung bieten.

Das erste SEO Ziel bestand darin, diese Kombinationen zu positionieren (z.B. iphone 6 display). Als Folgeziel sollten die Rankings für diese Begriffe gesteigert werden.

Das SEA Ziel war es zunächst den AdWords Account auf den aktuellen Stand zu bringen, um die Qualität des Accounts zu verbessern. Dadurch sollte zugleich eine Senkung der Kosten erreicht werden. Weitere Maßnahmen sollten zur Erhöhung des relevanten Traffics (qualifizierter Traffic) führen und somit zu einer Steigerung der Konversionen.

Layout der Website nach einem gelungenen Redesign im Oktober 2017: Die Website erstrahlt im neuen Glanz.



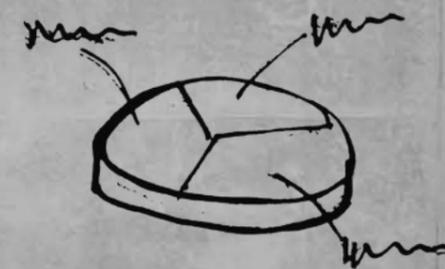
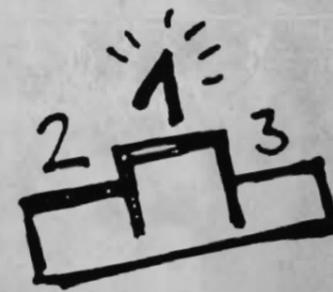
ANS WERK

Auf Basis der Ziele wurde eine Strategie entwickelt um diese zu erreichen. Die Strategie umfasste verschiedene Ansatzpunkte hinsichtlich SEO und SEA. Ein Auszug dieser Ansatzpunkte:

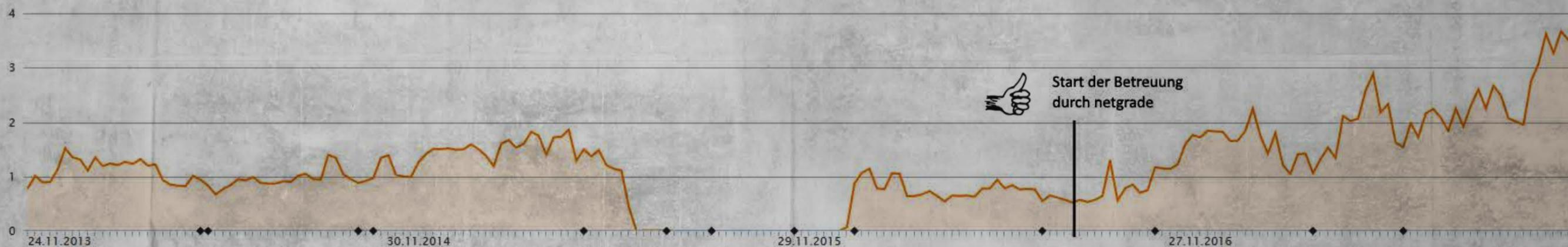
- Anpassung von URLs und Meta-Angaben
- Reduktion der Navigation um Duplikate
- Linkaufbau Konzept auf Basis der Konkurrenzanalyse
- Gebotsoptimierung (nach Demographie, Tag/Tageszeit, Region, Mitbewerber)
- Umstrukturierung der Kampagnen
- A/B-Testing der Anzeigentexte
- Automation des Google Shopping Feeds

Mit der finalen Strategie ging es auch fix an die Umsetzung. In monatlichen Reports und festen Terminen wurde Screenshop über den Stand der Arbeiten auf dem Laufenden gehalten und hatte stets Einblick in die durchgeführten Maßnahmen.

STRATEGIE & UMSETZUNG



Static OVI



ENTWICKLUNG: DIE NÄCHSTE ETAPPE

AUSSAGEKRÄFTIGE ZAHLEN

Durch kontinuierliche SEO Maßnahmen seit Start am 01.08.2016 konnte bis zum 13.11.2017 eine Steigerung der SEO Sichtbarkeit von 0,52 auf 3,5 (OVI) erreicht werden. Auf den organischen Traffic der Seite (01.08.16 - 31.10.17) spiegelt sich das Bild wie folgt: **Die Besucherzahlen konnten dadurch über SEO um 530% gesteigert werden.** Durch kontinuierliche SEA Maßnahmen seit Start am 01.08.2016 konnte bis zum aktuellen Zeitpunkt (31.10.2017) eine **Steigerung der Transaktionen um 185,97% erreicht werden.** Zeitgleich wurde eine **Senkung des Cost per Click (cpc) um 6,38% erreicht.**

„Als Startup im E-Commerce stand ich vor großen Herausforderungen besonders im Hinblick auf die Sichtbarkeit meines Shops - Screenshop als Marke steckte noch in den Kinderschuhen. netgrade hat mich an dieser Stelle abgeholt und Potenziale sowie Möglichkeiten aufgezeigt. Dank der erfolgreichen Maßnahmen ist die Sichtbarkeit kontinuierlich gestiegen, wodurch ich zahlreiche Neukunden gewinnen konnte.“ - Max Rieger (Inhaber)

ABER WIE?

CHECKLISTE FÜR IHR PROJEKT

Ausgangslage:

- Wie ist die aktuelle Sichtbarkeit Ihrer Website in den unterschiedlichen Suchmaschinen?
- Welche Maßnahmen wurden bereits ergriffen?
- Wer sind Ihre Mitbewerber?

Zielsetzung:

- Was ist Ihr Ziel im SEM (Search Engine Marketing)?
- An welchen Kennzahlen werden die Ziele gemessen?
- Gibt es weitere Suchbegriffe mit hohem Suchvolumen?

Strategie & Umsetzung:

- Welche weiteren SEO und SEA Maßnahmen müssen ergriffen werden um die Ziele zu erreichen?
- Über welchen Zeitraum sollen diese Ziele erreicht werden?

Monitoring:

- Wurden die definierten Ziele erreicht?
- Welche Möglichkeiten ergeben sich aus den vorhandenen Daten?

Wir empfehlen eine kontinuierliche Erfolgsüberwachung der bisher durchgeführten Maßnahmen. Sollten sich hieraus neue Potenziale ergeben, kann eine Strategieanpassung sinnvoll sein.

netgrade

netgrade GmbH
Winterhäuser Straße 87d
D-97084 Würzburg
Telefon: +49 (0) 931/417 365 60
E-Mail: kontakt@netgrade.de