

Clever verlinkt mit Searchmetrics: Mit der perfekten Link-Struktur und komfortablen Smart Reportings zum maximalen Geschäftserfolg

- *Link Optimization hilft, die wichtigsten Pages für die interne Verlinkung zu identifizieren, optimal zu vernetzen und ungenutzte Potenziale durch eine perfekte Link Balance auszuschöpfen.*
- *Smart Reporting ermöglicht es Unternehmen und Agenturen, rollenspezifische Reports schnell und flexibel zu erstellen und für jede Geschäftsebene individuell anzupassen.*

Berlin, 8. Dezember 2015 - Eine Website kann schnell zum Labyrinth werden, in dem sich nicht nur der Google-Bot, sondern auch der Nutzer verliert, wenn er gewünschte Informationen nicht findet. Daher ist neben hochwertigem Content auch eine perfekte interne Verlinkung der Online-Präsenz von enormer Bedeutung. Sie ist de facto eine der am häufigsten unterschätzten Möglichkeiten, eine Website zu optimieren.

Auf intern schlecht verlinkten Websites wird die Suche nach Informationen schnell beschwerlich. Die Folge: Frustration, der User klickt weg und sucht nach anderen Angeboten. Für Unternehmen sind solche Abbrüche fatal: „Auch die Performance des besten Contents wird leiden, wenn die interne Link-Struktur nicht User-zentriert ist. Das kann Unternehmen nicht nur wertvolle Nutzer kosten, sondern sich auch negativ auf die SEO Visibility ihrer Domain auswirken“, erklärt Marcus Tober, Geschäftsführer und Unternehmensgründer von Searchmetrics. „Vor allem Business-Entscheider wissen, dass die Performance ihrer Unternehmens-Website direkten Einfluss auf den Geschäftserfolg hat – dazu gehört auch eine perfekt aufgestellte interne Link-Struktur.“

Damit Unternehmen und Agenturen bisher ungenutzte Potenziale entdecken und nutzen können, gibt ihnen Searchmetrics ein mächtiges Werkzeug an die Hand: [Link Optimization](#), ein neues Feature, das auf der innovativen Searchmetrics [Site Structure Optimization](#) Crawling-Technologie basiert.

Unternehmen, die eine gute interne Link-Struktur vernachlässigen, verschenken immenses Potenzial bei der Website-Optimierung: „Eine optimal ausgesteuerte interne Verlinkung verbessert die User Experience – Website-Besucher finden wirklich die Informationen, die sie suchen; sie bleiben länger und interagieren intensiver mit den

Inhalten. Auch die Crawler der Suchmaschine, werden über richtig platzierte interne Links zu den jeweils relevanten, thematisch verwandten Seiten geleitet, was potenziell zu einem besseren Ranking der betreffenden Seiten führt“, so Tober weiter.

Mit Link Optimization die Website Performance steigern

Wenige Schritte führen mit Searchmetrics zur erfolgreichen Vernetzung: Die Link Optimization identifiziert, welche Pages das höchste Potenzial zur Link-Optimierung bieten. Sie zeigt Website-Betreibern, wie sie ihre Pages bestmöglich verlinken und bietet zusätzlich aufschlussreiche Visualisierungen, die den Optimierungsprozess vereinfachen und beschleunigen. Auf einen Blick erkennen Kunden auf diese Weise die gesamte Link-Architektur ihrer Website und erfassen die Struktur einer gut gepflegten Site.

Die Vorteile für CMOs, Inhouse SEOs und Agenturen liegen auf der Hand. CMOs stellen sicher, dass ihre interne Link-Struktur optimal aufgestellt ist und somit Performance und Visibility bestmöglich gewährleistet werden. Inhouse SEOs erkennen schnell, wo ungenutzte Potenziale schlummern und die der Link-Optimierung beginnen sollte. Agenturen können in Pitches präsentieren, wie Kunden mit einer besseren internen Link-Struktur ihre Performance-Potenziale voll ausschöpfen. Alles in allem führt eine optimale interne Link-Struktur zu einer verbesserten User Experience, einer Optimierung bei Suchmaschinen durch die Lieferung von wertvollem Kontext, einer Ranking-Aufwertung der gesamten Website und einer besseren Visibility. So gewinnen Website-Anbieter und -Nutzer.

Flexible und schnelle Reports für jede Geschäftsebene

Jedes Online Business braucht aussagekräftige Reports zur Website Performance, um Search- und Content-Strategien überprüfen und optimieren zu können. Verschiedene Team-Rollen haben dabei unterschiedliche Ansprüche. Mit dem „Smart Reporting“ von Searchmetrics haben Unternehmen und Agenturen jetzt alle Business-kritischen KPIs im Blick und können einfach und schnell individualisierte Reporting Dashboards erstellen. Mit Hilfe rollenspezifischer Dashboard Templates lassen sich passende Reports in kürzester Zeit erstellen und an individuelle Bedürfnisse anpassen.

So erhalten CMOs einen High-Level-Überblick zur Search Performance ihrer Domain und deren Wettbewerber. SEO Team Leads und Performance Marketer dagegen bekommen zum Beispiel den direkten Vergleich der organischen Performance mit dem Paid-Kanal an die Hand. „Die Erstellung relevanter Reports ist üblicherweise sehr zeitaufwendig und je nach Zuständigkeit sind unterschiedliche Kennzahlen und Aussagen spannend. Genau diese verschiedenen Ansprüche werden von uns berücksichtigt. Unsere Kunden sparen wertvolle Zeit, behalten den Überblick und können schnell und komfortabel für jede Rolle im Team den passend individualisierten Report erstellen“, so Marcus Tober.

Weitere Informationen zu Link Optimization und Smart Reporting finden Sie hier:
www.searchmetrics.com/de/produkte/was-ist-neu/release-07-12-2015/

Über Searchmetrics

Searchmetrics ist der weltweit führende Anbieter einer Search- und Content-Performance-Plattform. Das Unternehmen verlässt sich dabei nicht auf Daten von Dritten: Die eigene historische Datenbank reicht sieben Jahre zurück und enthält mehr als 250 Milliarden ständig aktualisierte Informationen. Mit dem größten Datenpool der Branche bietet Searchmetrics seinen Kunden einen unschätzbaren Wettbewerbsvorteil.

Der Software-Anbieter verschafft seinen Kunden einen enormen Wissensvorsprung und hilft ihnen, neue Geschäftspotenziale zu identifizieren. Searchmetrics konzentriert sich nicht nur auf Rankings und Keywords, sondern analysiert die Performance von Content in jeder Dimension. Darüber hinaus ist die von Searchmetrics definierte SEO Visibility ein verlässlicher Indikator für die Sichtbarkeit von Websites in organischen Rankings von Suchmaschinen.

Searchmetrics bietet Agenturen, SEO-Teams oder Content Marketern Vorschläge für die Konzeptionierung, Identifikation und Optimierung relevanter Inhalte. Die Analysen machen deutlich, welche Inhalte in verschiedenen Ebenen wie organischen oder bezahlten Suchergebnissen sowie sozialen Netzwerken am besten funktionieren, wie der eigene Webauftritt aufgestellt ist und wie Inhalte eines Unternehmens im Vergleich zu denen ihrer Konkurrenten performen.

Mehr als 100.000 Nutzer weltweit arbeiten mit Searchmetrics, darunter namhafte Marken wie etwa T-Mobile, eBay, Tripadvisor, Siemens und Symantec. Sie alle vertrauen auf Searchmetrics und 10 Jahre Produktinnovationen, um das Beste aus ihrer Online-Performance herauszuholen.

Searchmetrics hat Standorte in Berlin, San Mateo, New York, London und Paris und wird von der Verlagsgruppe Holtzbrinck und den renommierten Risikokapitalgesellschaften Neuhaus Partners und Iris Capital gestützt. Weitere Informationen unter <http://www.searchmetrics.com/de/>

Pressekontakte:

Nadja Schiller
Searchmetrics GmbH
Senior Marketing Manager Brand & PR
+49 30 322 95 35 - 52
n.schiller@searchmetrics.com

Kathrin Hamann
ELEMENT C GmbH
Senior Consultant PR
+49 89 720 137 - 18
k.hamann@elementc.de