

Searchmetrics Content Composer – Integration in die Adobe Web Content Management Plattform ermöglicht die Optimierung von Content in Echtzeit

Nutzer des Adobe Experience Manager (AEM) erhalten Daten-basierte Optimierungsvorschläge von Searchmetrics für die Verbesserung der Performance ihres Contents

Berlin, 09. März 2015 _ Qualität ist Trumpf – für Online-Inhalte im Netz und vor allem deren Positionierung in den Suchmaschinen dieser Welt gilt das aktuell mehr denn je. Denn qualitativ hochwertige und relevante Inhalte verbessern zum einen die User Experience und führen somit zu mehr Interaktionen mit Marken und Firmen im Netz – zum anderen sind qualitative Inhalte heutzutage zwingende Voraussetzung für ein gutes Ranking in den organischen Ergebnissen der Suchmaschinen. Mit einer neuen Integration in den Adobe Experience Manager (AEM) launcht Searchmetrics den Content Composer, mit der AEM-Nutzer künftig ihren Content in Echtzeit auf Relevanz und Qualität prüfen und anpassen können.

„Eine gute Position in den organischen Suchergebnissen von Suchmaschinen wie Google ist quasi lebensnotwendig geworden, um das rare Gut „Aufmerksamkeit“ eines Users zu erreichen“, erklärt Marcus Tober, Geschäftsführer und Unternehmensgründer von Searchmetrics. „Suchmaschinen achten heutzutage mehr denn je auf die Wertigkeit von Inhalten auf einer Webseite – je relevanter er für die Suchanfrage eines Online-Users ist, desto besser wird er bewertet. Entsprechend entscheidet nicht einfach nur Content über die Anzahl an Klicks und Views, vielmehr macht Content von herausragender Qualität den Unterschied und führt zu mehr und längerfristigen Interaktionen mit den Usern. Wer seine Inhalte optimal auf die Bedürfnisse potenzieller User ausrichtet, erhöht nicht nur die Relevanz in der Interaktion mit dem User, sondern auch die Chancen auf eine der vorderen Positionen im Ranking. Für Content-Redakteure ist es also essentiell, zu wissen, wie gut sie mit ihren Inhalten einen Themenbereich bedienen, und wie sie ihre Texte optimieren können – am besten bereits, bevor diese online gehen. Genau dafür haben wir mit Content Composer die passende Lösung entwickelt.“

Pünktlich zum diesjährigen Adobe Summit, vom 9. bis 13. März in Salt Lake City, stellt

Searchmetrics die neue Integration für die Adobe Web Content Management-Software für Unternehmen, den Adobe Experience Manager (AEM) vor. Content-Redakteure und Marketingspezialisten können mit Searchmetrics Content Composer innerhalb des AEM nicht nur qualitativ hochwertige Website-Texte erstellen und veröffentlichen, sondern mithilfe der Integration in Echtzeit auf Erkenntnisse und konkrete Empfehlungen aus der Content-Optimierung der Searchmetrics-Software zugreifen und ihre Inhalte so verbessern und erstellen, dass sie den Bedürfnissen und Erwartungen potenzieller Online-Nutzer gerecht werden. In der Summe können Adobe-Kunden noch leichter leistungsstärkeren Content erstellen und entsprechend wirksame Marketing-Strategien entwickeln, die den Web-Traffic erhöhen, die Konversionen steigern und auch den Umsatz erhöhen.

„AEM-Nutzer sehen direkt auf ihrem Bildschirm eine Toolbar für die Content-Optimierung von Searchmetrics, die ihnen Content Marketing-Metriken und entsprechende Empfehlungen anzeigen – auf Basis einer Echtzeit-Analyse der Inhalte, an denen sie aktuell gerade arbeiten“, so Martin Scholz, Director Business Development bei Searchmetrics. „Die Erkenntnisse aus unserer Plattform sind direkt in der AEM verfügbar. Content-Redakteure arbeiten deshalb sehr viel effizienter und schneller, weil sie alle relevanten Informationen in einer Plattform zur Hand haben – quasi direkt unter ihren Fingerspitzen.“

Vor allem die Echtzeit-Analyse sichert Qualität und spart Zeit: Ein direkter Abgleich über die Daten und Erkenntnisse aus der Searchmetrics Content-Optimierung zeigt Redakteuren sofort an, welche Aspekte und Bereiche für ihr ausgewähltes Themengebiet relevant sind und unbedingt abgedeckt werden sollten. Entsprechend schnell kann der Redakteur reagieren und genau die Inhalte erstellen, die dem kompletten Themengebiet entsprechen. Doch nicht nur die inhaltliche Relevanz kann Searchmetrics beurteilen. Dynamische Benchmarks für die optimale Textlänge und -struktur liefert die Integration ebenfalls gleich mit, und zwar auf Basis von Inhalten einer Vergleichsgruppe, in der Regel Webseiten von Mitbewerbern mit sehr gut rankendem Content.

AEM-Nutzer erhalten zusätzlich einen Search-Optimierungs-Score, der direkt angibt, wie gut der aktuell bearbeitete Content optimiert ist – ein wichtiger und nützlicher Indikator, wenn es um das Ranking in der organischen Suche geht. Redakteure können je nach Score justieren und ihre Inhalte nach den Empfehlungen aus der Searchmetrics Toolbar anpassen.

„Niemand weiß mehr über die Funktionsweise von Suchalgorithmen als wir und genau deshalb wissen wir, dass die Performance von Search ein wichtiger Maßstab dafür ist, gezielt die Content Performance zu analysieren und eine adäquate Content-Strategie zu entwickeln. Diese Erkenntnisse erhalten AEM-Nutzer durch unser tiefgreifendes Verständnis von Search und unsere eigene, weltweit größte Datenbank, in der kontinuierlich die Search Performance von Content auf Millionen von Webseiten analysiert wird“, so Scholz abschließend.

Der Content Composer von Searchmetrics ist Teil der Enterprise Plattform Searchmetrics Suite™, mit der Searchmetrics-Kunden ihre Content Performance über alle Kanäle, wie

Searchmetrics GmbH

Greifswalder Straße 212, D-10405 Berlin
Telefon: +49.30.322 95 35-0
Web: www.searchmetrics.com
E-Mail: info@searchmetrics.com

Geschäftsführer: Thomas Leo Schuster und Marcus Tober
Handelsregister: HRB 111340 B
Registergericht: Amtsgericht Charlottenburg
Ust.ID Nr.: DE814841328

Desktop und Mobile, sowie über Webseiten, soziale Netzwerke und mehr hinweg bewerten und analysieren können. In der kontinuierlich aktualisierten Research-Datenbank fließen Search- und Social-Erkenntnisse aus mehr als 600 Millionen Keywords und 100 Millionen Webseiten aus aktuell 24 Ländern zusammen. Dieser umfangreiche, historische Datenschatz geht einher mit einem tiefen Verständnis der Funktionsweise von Suchmaschinen sowie der Faktoren, die mit einem hohen Ranking in der organischen Suche korrelieren.

Über AEM

AEM ist Teil der Adobe Marketing Cloud und ein Web Content Management-Tool für Unternehmen. Vor allem Content-Redakteure und Autoren nutzen AEM für die Erstellung und Publikation ihrer Inhalte auf ihren Webseiten. Mit AEM können Nutzer ihre Workflows und Freigabeprozesse koordinieren, speichern und abrufen sowie digitale Medien wie Bilder, Audio- und Videodateien in der Cloud zu verwalten.

Über Searchmetrics

Die Searchmetrics GmbH ist der Pionier und weltweit führende Anbieter einer Unternehmensplattform zur Optimierung der Search Experience. Diese „Search Experience Optimization“ verbindet SEO, Content, Social Media, PR und tiefgehende Analysen zu einer einheitlichen Grundlage für die Entwicklung und Umsetzung einer organischen Suchstrategie. Im Fokus stehen somit jeder einzelne potenzielle Kunden und der Beitrag, den umfassende Search-Strategien für ein überragendes und unvergessliches, individuelles Einkaufserlebnis leisten können.

Unternehmen und Agenturen nutzen die Searchmetrics Suite™ für die Planung, Ausführung und Kontrolle ihrer digitalen Marketingstrategien. Unterstützt durch die ständig aktualisierte, global verfügbare Datenbank, beantwortet Searchmetrics zentrale Fragen für SEO-Profis und digitale Marketers und liefert darüber hinaus eine Fülle an Prognosen, analytischen Erkenntnissen und Empfehlungen, die die Sichtbarkeit und das Engagement erhöhen und so letztlich auch die Online-Umsätze steigern. Zahlreiche bekannte Marken wie T-Mobile, eBay, Siemens und Symantec vertrauen bereits dem vollen Leistungsumfang der Searchmetrics Suite™.

Searchmetrics betreibt Niederlassungen 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

Searchmetrics GmbH

Greifswalder Straße 212, D-10405 Berlin
Telefon: +49.30.322 95 35-0
Web: www.searchmetrics.com
E-Mail: info@searchmetrics.com

Geschäftsführer: Thomas Leo Schuster und Marcus Tober
Handelsregister: HRB 111340 B
Registergericht: Amtsgericht Charlottenburg
Ust.ID Nr.: DE814841328