

Einflüsse von Performance auf Wachstum analysieren: Searchmetrics launcht erweiterte Research-Datenbank, neues Growth Reporting und effizientere Content Optimization

Erweiterung der Research-Datenbank um 150% / 50% Zeitersparnis mit dem neuen Growth Reporting / Effizientere Content Optimization und übersichtlichere Analysen

Berlin, 09. März 2015_ Im digitalen Business dreht sich alles um Performance. Die Sichtbarkeit einer Marke im Web und in den sozialen Netzen ist zu einem nicht unterschätzbaren Indikator für den Unternehmenserfolg herangewachsen. Für Entscheider wird es daher zunehmend wichtiger, die Entwicklung ihrer Performance im Web anhand von Big Data stets im Blick zu haben, um die Rentabilität von SEO-Maßnahmen schnell einschätzen zu können. Wie viele Klicks werden generiert und wie groß ist der Traffic auf der Website? Welche Veränderungen durchläuft die Conversion Rate aktuell? Wie hoch ist die SEO Visibility in den Suchmaschinenergebnissen? Und schließlich: Wie wirkt sich all das auf den Umsatz und die Position gegenüber den Wettbewerbern aus? Antworten auf genau diese Fragen liefern gleich drei Produkterweiterungen und -erneuerungen in der Searchmetrics Suite™, der marktführenden Enterprise Plattform zur Search- und Content-Optimierung.

Den Anfang macht der Ausbau der **Research-Datenbank**: Die Grundlage allen geschäftlichen Erfolgs bilden repräsentative, aussagekräftige Daten – entsprechend arbeitet Searchmetrics kontinuierlich daran, die Research-Datenbank kontinuierlich zu erweitern. Erst anhand von Big Data und den zahlreichen verschiedenen Suchanfragen können Unternehmen wirklich verwertbare Rückschlüsse auf die Performance ihrer Landing Pages und ihren Content ziehen und entsprechend optimieren. Deshalb hat Searchmetrics die Research-Datenbank in den vergangenen sechs Monaten um weitere 150% ausgebaut und bietet seinen Kunden allein in Deutschland damit bis zu 50% mehr Daten als jeder andere Anbieter.

Mit minimalem Zeitaufwand können SEO-Consultants und Online-Marketing-Manager mithilfe des neuen **Growth Reporting** künftig übersichtliche Berichte erzeugen, in denen

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

die Zusammenhänge gewählter SEO-Maßnahmen auf das Unternehmenswachstum klar abgebildet werden. Mit wenigen Klicks liegen die Ergebnisse und deren wirtschaftliche Auswirkungen strukturiert im Reporting-Dashboard vor. „Kundenerfolg steht bei uns an oberster Stelle. Darum arbeiten wir daran, unseren Partnern innovative Lösungen zur Performance-Steigerung zu bieten. Effiziente Optimierung unter der Voraussetzung, dass die Effekte von SEO greifbar und nachvollziehbar sind, ist die Grundlage dafür“, erklärt Marcus Tober, Geschäftsführer und Unternehmensgründer von Searchmetrics. „Growth Reporting macht dies möglich, indem es Wachstumspotenziale identifiziert und in übersichtlicher, strukturierter Form Erkenntnisse zur Wirtschaftlichkeit liefert.“

Auch saisonale Besonderheiten sind deutlich zu erkennen, da im Reporting Trends von Traffic, Conversions, SEO Visibility und SEO Marktanteil für geschäftsrelevante Zeiträume ermittelt werden können – etwa nach Monat, Quartal oder Jahr. Der SEO-Marktanteil zeigt für jedes beliebige Themenset die Performance, die Top-10 Suchergebnispositionen sowie die zehn besten Domains innerhalb des Marktumfeldes. So präsentiert sich Business-Strategen verständlich und schnell die Performance der organischen Suche und die damit verbundenen ROIs, sodass sie diese als aussagekräftige Online Business-KPIs demonstrieren können.

Qualitativ hochwertiger, relevanter Content bildet einen der wesentlichen Grundpfeiler für eine überzeugende Performance, deshalb müssen Online-Inhalte stets Gegenstand einer kontinuierlichen Qualitätskontrolle in Bezug auf Relevanz, Zielgruppe und Wettbewerb sein. Searchmetrics hat hier schon in der Vergangenheit Standards gesetzt und nun die in der Suite integrierte **Content Optimization** entsprechend erweitert: Das neueste Update steigert nicht nur die Geschwindigkeit der Plattform, sondern ermöglicht auch eine noch bessere, übersichtlichere Auswertung der eigenen Daten. Regelmäßige Crawls geben Auskunft über die Struktur und die Performance einer Website. So lassen sich schnell und effizient technische Fehler in Templates, der Verlinkung oder dem Noindex erkennen und ausmerzen. Wie genau dieses neue Feature eingesetzt werden kann, erklärt André Krüger, Online Marketing Spezialist und Client Success Manager bei Searchmetrics, am Montag, 16. März, von 15 bis 16 Uhr in einem exklusiven Webinar. Zur Anmeldung geht es [hier](#).

Mehr über die Zusammenhänge von datengetriebenem Content und Performance-Steigerung erfahren Interessenten von Searchmetrics Geschäftsführer Marcus Tober in den kommenden Tagen bei Branchenevents in München:

17. März 2015, 10:30 Uhr, SMX München: Panel Diskussion „**SEO = Search Experience Optimization**“

25. März 2015, 13:30 Uhr, Internet World 2015 München: **Erfolgreich sein mit einer datengetriebenen Content Strategie**

Weitere Informationen zu den neuen Features der Searchmetrics Suite™ gibt es unter: <http://www.searchmetrics.com/de/produkte/was-ist-neu/release-09-03-2015/>

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

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