

Keine Angst vor Googles Mobile-Update: Searchmetrics macht Kunden fit für die richtige Mobile-Strategie

Historische Mobile Visibility für vier Länder & Local Mobile Rankings für 28 Städte verfügbar / Mobile Research & Mobile Content Optimization bieten datengetriebene Insights für die optimale mobile Suchstrategie

Berlin, 21. April 2015_ Heute startet Google mit dem weltweiten Rollout seines neuesten Mobile-Updates: Webseiten, die nicht für Smartphones und Tablets optimiert sind, werden dadurch in den mobilen organischen Suchergebnissen mit starken Ranking- und Traffic-Verlusten rechnen müssen – während User bei der Google-Suche über mobile Endgeräte primär mobil optimierte Seiten in den Suchergebnissen ausgeliefert bekommen werden. Wie **Searchmetrics**, Anbieter der marktführenden Enterprise Plattform zur Search- und Content-Optimierung, bereits kürzlich analysierte, sind von den 100 TOP-Domains mit der höchsten SEO Visibility **knapp 20% nicht für Mobile optimiert**. Höchste Zeit also für Unternehmen, die online erfolgreich sein möchten, die eigene digitale Marketingstrategie schnellstmöglich auch auf den mobilen Markt auszuweiten und diese auf spezifischen mobilen Daten und Analysen aufzubauen.

„Mobile Search ist immer mehr auf dem Vormarsch, und mittlerweile ist es in der Branche auch angekommen, dass sich die Kriterien für eine gute Performance von Webseiten in den mobilen Suchergebnissen deutlich von denen in der Desktop-Suche unterscheiden“, erklärt Marcus Tober, Geschäftsführer und Unternehmensgründer von Searchmetrics. „Online-Marketer müssen deshalb sofort wissen, wie stark sich eventuelle Sichtbarkeitsunterschiede auf die eigene Domain auswirken und konkret reagieren können. Dafür haben wir von Searchmetrics unseren Research- und Optimierungsbereich erheblich um mehrere Mobile-Funktionen erweitert.“ Und das nicht erst seit heute – bereits seit 2013 können Kunden in der Searchmetrics Suite™ im Projekt-Bereich auch auf Erkenntnisse zur Mobile Visibility einer Webseite zugreifen. Erst kürzlich hatte Searchmetrics diese **Funktion erweitert** und erstmals den Vergleich der Desktop Visibility von Domains mit ihrer Mobile Visibility ermöglicht, und das nicht nur für die SEO-Performance, sondern auch im Paid-Bereich.

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

Jetzt haben Kunden der Searchmetrics Suite™ Zugriff auf weitere Funktionen, die sie fit für den Mobile-Wettbewerb machen. Ganz konkret bedeutet das:

- **Historische Mobile Visibility:** Als branchenweit erste Lösung bietet Searchmetrics datengetriebene Insights für die mobile Suchstrategie ihrer Kunden auf historischer Basis. Nutzer können ad hoc ihre **mobile Sichtbarkeits-Performance**, Trends sowie die historische Entwicklung im Kurvenverlauf analog zur Desktop Visibility bestimmen und diese direkt mit ihren Wettbewerbern vergleichen. Sie können also historisch genau nachvollziehen, ob und wie stark das Google Mobile-Update Einfluss auf ihre mobile Performance hat. Diese Funktion ist bereits für vier Länder (Deutschland, USA, UK und Frankreich) verfügbar.
- **Mithilfe von Mobile Rankings Potenziale erkennen und die Performance der Mobile Visibility steigern:** Kunden erhalten konkrete Insights zum Ranking von Keywords spezifisch für Mobile und Desktop und können somit anhand der Ergebnisse gerätespezifische Probleme identifizieren, konkrete Optimierungsempfehlungen umsetzen, ihre mobile Strategie zielgerichtet aufsetzen und separat anpassen, sowie leistungsstarke Marktanalysen auf fundierter Datenbasis erstellen.
- **Mobile Suchstrategien auf die regionale Ebene herunterbrechen und so die Performance der eigenen Domain in den mobilen Suchergebnissen weiter verbessern:** Regionale Faktoren sind in der mobilen Suche entscheidende Kriterien für den Erfolg einer Suchstrategie. Für die Kernmärkte Deutschland, USA, UK und Frankreich stehen ab sofort auch lokale mobile Rankings für insgesamt 28 Städte zur Verfügung. Für einen maximalen Erfolg und maximalen Traffic ist die Kombination aus Mobile und Local ein wichtiger Indikator.
- **Content Optimization mit Mobile User Agents im Projekt-Bereich:** Mit der Searchmetrics Mobile Content Optimization erstellen und optimieren Kunden nicht nur den passenden, gerätespezifischen Content für ihre mobilen Strategien, sondern erhalten klare Handlungsempfehlungen für eine höhere Sichtbarkeit im mobilen Markt. Die intelligente Balken-Indikation führt hierbei zu schnellen und effektiven Resultaten. Zudem sorgt ab sofort eine verbesserte Crawling-Technologie für noch akkuratere Ergebnisse. Basis hierfür sind konkret mobile Suchergebnisse sowie Crawlings mit verschiedenen mobilen User Agents wie Android oder iOS.

Mit den neuen Funktionen im Research-Bereich der Suite sind Kunden nun in der Lage, die Mobile-spezifischen Potenziale und Probleme von Webseiten gezielter zu identifizieren. Diese Informationen dienen als Ausgangspunkt für tiefere, projektbasierte Analysen im zweiten Schritt, für die im Projekt-Bereich der Searchmetrics Suite über 485 Suchmaschinen/Städte-Kombinationen in 14 Ländern zur Verfügung stehen, die wiederum als Grundlage für die ebenfalls verbesserte Content Optimization oder auch die Site Structure Optimization dienen.

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 richtige Mobile-Strategie ist weitaus mehr, als einfach nur eine für die mobile Nutzung optimierte Website bereitzustellen. Vielmehr greifen viele kleine Zahnräder ineinander, die in ihrer Kombination die Relevanz der eigenen Domain und somit auch die Performance in der mobilen Suche steigern“, so Tober weiter. „Dazu müssen Werbetreibende einerseits genaueste Analyseoptionen an der Hand haben, um schnell zu erkennen, wo sie stehen. Andererseits helfen konkrete Handlungsempfehlungen, sofort aktiv zu werden – etwa das Wissen darüber, welche Keywords in welcher Region mobil am besten performen, oder welche Inhalte auf welchem Gerät am ehesten vom User konsumiert werden. Wir eröffnen mit diesen Daten Einblicke, die keine anderer Anbieter geben kann und stellen mit der Mobile Research und der Mobile Content Optimization die Weichen für den mobilen Erfolg unserer Kunden.“

Weitere Informationen zu den erweiterten Mobile-Funktionen finden Sie hier: <http://www.searchmetrics.com/de/produkte/was-ist-neu/release-20-04-2015/>

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 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

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