

Über mehr Traffic zu höheren Umsätzen: Searchmetrics launcht neuen „Page Forecast“

Einzigartiges Feature: Schnell und einfach Money Pages identifizieren, Traffic und Traffic Value prognostizieren und gezielt Content optimieren

Berlin, 12. Mai 2015__Etwa 84% aller Recherchen beginnen aktuell in Suchmaschinen wie Google. Entsprechend hoch ist der Stellenwert dieser als Traffic-Lieferant auf die eigene Webseite. Für CMOs, SEO-Verantwortliche und Content-Manager ist es essentiell geworden, den Web-Traffic ihrer Webseiten immer im Blick zu haben, und genau zu wissen, über welche Pages die meisten Besucher kommen, welche Pages das Potenzial für noch mehr Traffic hätten und welche direkten Optimierungsmaßnahmen und Kosten eine Steigerung des Traffics bewirken können.

„Für eine Vielzahl von Webseiten machen Suchmaschinen einen erheblichen Anteil am Traffic aus. Und dieser steigt natürlich, je besser eine Webseite mit ihren Money Pages in den organischen Suchergebnissen rankt“, erklärt Marcus Tober, Geschäftsführer und Unternehmensgründer von Searchmetrics. „Für viele User bilden Suchmaschinen den Ausgangspunkt für Recherchen. Unternehmen verschenken mitunter bares Geld, wenn sie nicht wissen, welche Pages ihrer Website eigentlich die Cash Cows sind – oder zumindest das Potenzial dazu hätten, den ROI nachhaltig zu steigern. Basierend auf der revolutionären **Traffic Insight-Technologie** von Searchmetrics lassen sich die Traffic-treibenden Keywords trotz "not provided" identifizieren. Mit datenbasierten Prognosen ermitteln unsere Kunden ab sofort wertvolle Traffic-Potenziale für Ihre Landingpages und optimieren diese gezielt mit relevantem Content.“

Der neue „Page Forecast“ steht Searchmetrics-Kunden ab heute exklusiv in der Suite, der marktführenden Enterprise Plattform zur Search- und Content-Optimierung, zur Verfügung. Damit können sich Kunden ganz gezielt auf die Steigerung der Suchanfragen für die Seiten konzentrieren, die am stärksten zum Unternehmenswachstum beitragen:

- **Money Pages identifizieren:** Einfach und schnell lassen sich die Seiten einer Website herausfinden, die das größte Traffic-Potenzial und somit auch den größten Umsatz bieten. Entsprechend können sich CMOs, SEO-Verantwortliche und Content-Manager gezielt auf Traffic-Steigerungen auf diesen Pages

konzentrieren. Mithilfe des SEO Value Forecast können auch die Kosten ermittelt werden, die sich ergeben würden, wenn der Traffic via PPC erzeugt werden würde.

- **Traffic-Steigerungen messen und prognostizieren:** Daten-getriebene Vorhersagen für die ROI-Messungen erlauben einen individuellen Blick auf die Potenziale einzelner Pages und zeigen deutlich, wie viel mehr Traffic aufgrund eines besseren Ranking zu erwarten ist. Außerdem können sich Marketer ganz konkrete Zielvorgaben setzen und die aktuelle Performance anhand aktueller Metriken verfolgen.
- **Umsatz-Booster Content:** Relevanter Content auf den Money Pages bringt noch mehr Traffic, entsprechend wichtig ist auch die Content-Optimierung, um das volle Potenzial ausschöpfen zu können. Mit dem Page Forecast lässt sich der Content für Pages dank Searchmetrics Traffic Insight-Technologie gezielt optimieren. Als Grundlage werden die von Searchmetrics berechneten Traffic-treibenden Keywords genutzt, um Steigerungen der Besucherströme und Conversions für potenziell wertvolle Pages herbeizuführen.

Weitere Informationen zum neuen Page Forecast finden Sie hier: <http://www.searchmetrics.com/de/produkte/was-ist-neu/release-11-05-2015/>

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