

Searchmetrics Partnerprogramm: BlueGlass erstes Schweizer Unternehmen mit „Sapphire“-Status

Das neue Partnerprogramm von Searchmetrics ermöglicht Unternehmen eine unkomplizierte Fach-Zertifizierung ihrer Mitarbeiter und somit eine nachhaltige Sicherung des Unternehmenserfolgs durch fachliches Know-how. BlueGlass erreicht als erstes Unternehmen in der Schweiz mit 5 Sternen den höchsten Zertifizierungsstatus.

Berlin, 08. Oktober 2015__ Intensive Beziehungen zwischen Agenturen und Unternehmen, Nachhaltigkeit und gemeinsame Marketingmaßnahmen sind die Eckpfeiler des **neuen Partnerprogramms von Searchmetrics**, internationaler Pionier und weltweit führender Anbieter einer Plattform für Search und Content Performance. In der Schweiz darf sich die Online Marketing Agentur **BlueGlass Interactive** (kurz: BlueGlass) als erster Partner über die „Sapphire“-Autorisierung freuen. Ab sofort profitiert die Schweizer Agentur vom umfassenden Support- und Schulungsangebot von Searchmetrics und kann seinen Kunden ein noch intensiveres Beratungsangebot rund um Search und Content Performance bieten. BlueGlass erreichte hierbei die höchste 5-Sterne-Zertifizierung.

Der Weg zum Sapphire-Status führt über ein umfangreiches Zertifizierungsprogramm, für das Searchmetrics – je nach Experten-Level – den Yellow, Green oder Black Belt vergibt. Diese Gürtel und das dazu gehörende Zertifikat als „Searchmetrics Certified Professional“ würdigen besondere Leistungen und Kenntnisse im Bereich Suchmaschinenoptimierung sowie im Umgang mit der Searchmetrics Suite. Je nachdem, wie viele Mitarbeiter des Partners von Searchmetrics zertifiziert sind, ergibt sich das entsprechende Zertifizierungslevel. Um 5-Sterne zu erreichen, ist eine Searchmetrics-Zertifizierung von 4 Mitarbeitern nötig. Dabei müssen drei von ihnen eine Green Belt-Zertifizierung, sowie einer von ihnen eine Black Belt-Zertifizierung absolviert haben. Des Weiteren ist ein erfolgreicher Abschluss einer sogenannten Sales-Zertifizierung für zwei dieser Mitarbeiter Voraussetzung. Bei dieser Zusatzschulung vermitteln Searchmetrics-Experten den Partner-Unternehmen, wie erfolgreiche Pitching-Strategien mit der Searchmetrics Suite gestaltet werden und wie dadurch mehr Kunden gewonnen werden können.

Gemeinsames Ziel von Partnern und Searchmetrics ist die Arbeit am

Unternehmenswachstum sowie konkrete Marketingmaßnahmen; wie beispielsweise gemeinsame Events, die Nutzung des Searchmetrics Partnerlogos, der Eintrag auf die Searchmetrics-Website sowie der Zugang zur Beta-Versionen der Software. Zu den Partnerlevel-unabhängigen Leistungen zählen unter anderem telefonischer Support, bevorzugter Zugang zu den umfassenden Schulungsangeboten der **Searchmetrics Academy und Support bei ausgewählten Pitches**.

BlueGlass ist der erste Searchmetrics-Partner in der Schweiz, der diesen High-Class-Status erreicht. „Searchmetrics stellt die Entwicklung und Weiterentwicklung der eigenen Technologie immer in den Vordergrund, und nicht einfach nur dessen Vertrieb und Vermarktung. Zudem verfügt das Unternehmen über die besten Schweizer Marktdaten inklusive regionaler Daten für Mobile und Desktop überhaupt“, erklärt Raphael Bienz, Chief Executive Officer von BlueGlass. Die Schweizer Agentur baut ihre Search- und Content-Marketing-Strategien auf den Daten von Searchmetrics auf und nutzt sie sowohl für die Erfolgsmessung als auch für übersichtliches Performance-Reporting zu Traffic, Conversions, Marktanteilen, Benchmarks etc. Von ihrem Standort in Zürich aus deckt das engagierte Team den gesamten digitalen Mix von SEO, Paid Media, Social Media, Content Marketing bis hin zum Reputation Management ab. Dank der Integration in ein internationales Digital Marketing-Netzwerk ist BlueGlass im Stande, sowohl nationale, als auch komplexe und länderübergreifende Projekte zu betreuen.

„Wir freuen uns, mit BlueGlass den ersten Sapphire-Partner aus der Schweiz am Start zu haben. Mit unserem Partnerprogramm können wir BlueGlass aktiv und persönlich bei der Weiterentwicklung ihrer Kundenbeziehungen unterstützen. Besonders die internationale Abdeckung ist für BlueGlass von entscheidender Bedeutung. Unsere Datenkompetenz gepaart mit intensiven Weiterbildungs- und Schulungsmaßnahmen macht BlueGlass und Searchmetrics zu echten Partnern. Wir freuen uns sehr über diese intensive Zusammenarbeit“, ergänzt Martin Scholz, VP of Business Development bei Searchmetrics.

Das Geschäftsmodell des neuen Programms bietet Partnern maximale Flexibilität. Searchmetrics setzt dabei auf die drei Partnerlevel Ruby, Sapphire und Emerald, die durch ein Partnerprogramm für globale Agenturnetzwerke abgerundet werden. Die Einstufung hängt sowohl von dem monatlichen Engagement der Unternehmen ab als auch vom Grad der Qualifizierung der Agentur (Anzahl zertifizierter Mitarbeiter). Kurz: Das Partnerlevel basiert auf Quantität und Qualität der Mitarbeiter. Aus der engen Zusammenarbeit mit Searchmetrics ergibt sich für Partner die Möglichkeit, das Client Deployment zu verschlanken, die Time-to-Revenue zu verkürzen und das eigene Geschäft auszubauen.

Weitere Informationen zum Searchmetrics Partnerprogramm gibt es hier: <http://www.searchmetrics.com/de/partner/>

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/>

Über BlueGlass

BlueGlass Interactive ist eine preisgekrönte Full-Service Digital Marketing-Agentur mit Spezialisierung in den Bereichen SEO und Content Marketing. Die in Zürich ansässige Agentur verändert das Online Marketing-Feld durch die Kombination von Suchmaschinen- mit Content-Strategien und legt dabei einen besonderem Schwerpunkt auf datengestützte Messgrößen. Als «Online Business Developer» steht für BlueGlass der Unternehmenserfolg ihrer Kunden im Vordergrund. BlueGlass hat weitere Standorte in London und Tallinn.

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