

## Weltneuheit: Search Performance Analyse für mobile Apps

- *Mobile App Rankings: Weltweit einzigartige Lösung ermöglicht, Search-Marketing-Strategien für Apps erfolgreich umzusetzen*
- *Competitive Keyword Discovery: Markterweiterung und Nischenfindung durch Keywords, die bisher nur Wettbewerber nutzen*
- *Visibility Guard: Vollautomatisierter Schutz wichtiger Pages nochmals verbessert*

**Berlin, 9. März 2016** – Anbieter von Apps haben jetzt eine neue Möglichkeit, ihr Angebot erfolgreich zu vermarkten. Seit Januar dieses Jahres berücksichtigt Google in Deutschland auch App-Inhalte und listet Apps bei mobilen Suchanfragen in organischen und bezahlten Suchergebnissen. Waren bisher die App Stores von Apple, Google & Co. der maßgebliche Vertriebskanal, kommt nun auch die mobile Suche hinzu, um zugleich Downloads, Nutzung und Konversion zu optimieren.

### **Mobile App Rankings: Downloads, Nutzung, Konversion zielgerichtet optimieren**

Für Apps gilt heute das Gleiche wie für Websites: Für die erfolgreiche Vermarktung ist ein sehr gutes Ranking bei Suchmaschinen unerlässlich. Damit ergibt sich nun auch für App-Betreiber die Herausforderung, eine Search-Strategie zu formulieren und umzusetzen, mit deren Hilfe die Anzahl der Downloads, die Nutzung der App und die Konversionsraten maximiert werden können.

„Bis heute gab es keine Möglichkeit, die Search Performance von Apps im Vergleich zum Wettbewerb zu messen und zielgerichtet zu optimieren. Diese Lücke schließt Searchmetrics jetzt mit ‚Mobile App Rankings‘, einer neuen und weltweit einzigartigen Lösung der Searchmetrics Suite™, erklärt Marcus Tober, CTO und Unternehmensgründer.

Searchmetrics **Mobile App Rankings** stellt die weltweit größte Abdeckung regionaler App Rankings für Android- und iOS-Apps mit mehr als 700 mobilen und lokalen Suchmaschinenkombinationen bereit und ermöglicht so den direkten organischen und bezahlten Search Performance-Vergleich mit nationalen und internationalen Mitbewerbern im App-Markt. Searchmetrics-Kunden können Daten individuell für ihre gewünschte Suchmaschinenkombination, das passende Endgerät (Smartphone oder

Tablet) sowie die Region aggregieren und analysieren, Wettbewerber identifizieren und deren organische sowie Paid App Rankings im Blick behalten. Zusätzlich stellt Searchmetrics wöchentlich Gewinner & Verlierer-Rankings für mobile Apps zusammen.

### **Competitive Keyword Discovery: Markterweiterung und Nischenfindung durch Keywords, die bisher nur Wettbewerber nutzen**

Ebenfalls neu und einzigartig ist die **Competitive Keyword Discovery**, mit der Searchmetrics-Kunden zusätzlich jene Keywords auf Seitenebene identifizieren können, die sie selbst noch nicht abdecken, während Wettbewerber mit ihnen gute Platzierungen bei Google & Co. erzielen. Mithilfe dieser neuen Lösung erhalten Kunden diese Insights eben nicht nur auf Domain-, sondern auch auf Page-Ebene – also dort, wo sich der Content befindet – und können so in Echtzeit die Content-Strategie ihrer Wettbewerber aufdecken und für sich nutzen.

„Führende Unternehmen prüfen heute ganz selbstverständlich, welche Themen und Keywords sie selbst erfolgreich abdecken, für welche Begriffe Wettbewerber ranken und wo es Überschneidungen gibt. Zusätzliches Wissen über die einzigartigen Keywords des Wettbewerbers zu generieren, war bisher jedoch ein extrem mühsamer manueller Prozess. Searchmetrics hat diesen Prozess jetzt automatisiert und vereinfacht damit entscheidend die Nischenfindung und Markterweiterung online“, so Tober.

### **Visibility Guard: Vollautomatisierter Schutz wichtiger Pages nochmals verbessert**

Der Visibility Guard unterstützt Searchmetrics-Kunden dabei, geschäftsschädigende Fehler auf wichtigen Pages sicher zu identifizieren und zu beheben, bevor das Ranking bei Google & Co. Schaden nimmt. Der vollautomatisierte Schutzschild, der bisher als Beta-Version verfügbar war, sichert gezielt die wertvollsten Seiten (Money Pages) einer Domain und überwacht diese kontinuierlich und ressourcenschonend auf Onpage-Fehler.

Ab sofort ist der **Visibility Guard** als Vollversion verfügbar und bringt einige Verbesserungen mit sich, die auf direktem Kunden-Feedback basieren: Unternehmen und Agenturen können künftig Fehlerkriterien oder nicht relevante URLs ausschließen und individuell Prioritäten – in Form von Mindestwerten für den SEO Value und Traffic Index – festlegen. Dank direkter Integration in die gängigsten Unternehmens-Messaging-Systeme Slack und HipChat verpassen Kunden zudem keinen Alarm mehr.

Zusätzlich wurden mit dem aktuellen Release der Searchmetrics Suite™ eine ganze Reihe weiterer Updates umgesetzt: So wächst die weltweit größte Search Performance Datenbank, die **Searchmetrics Research Cloud**, kontinuierlich weiter. Mit Belgien stehen jetzt Daten für insgesamt 27 Länder zur Verfügung. Ebenfalls neu ist die Mobile Visibility, die ab sofort auch für die Schweiz ausgewiesen werden kann. Neue bzw. angepasste Extended Search Integrationen erweitern die Sicht auf Keyword-Rankings und sind für

die folgenden Integrationen verfügbar: Twitter Card, Mobile App, Direct Answer sowie Knowledge Graph und Google Carousel.

Weitere Informationen zum Mobile App Rankings, der Competitive Keyword Discovery, sowie den weiteren Neuheiten von Searchmetrics finden Sie online unter: <http://www.searchmetrics.com/de/produkte/was-ist-neu/release-09-03-2016/>

### **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/>

### **Pressekontakte:**

Nadja Schiller  
Searchmetrics GmbH  
Senior Marketing Manager Brand & PR  
+49 30 322 95 35 - 52  
[n.schiller@searchmetrics.com](mailto:n.schiller@searchmetrics.com)

Kathrin Hamann  
ELEMENT C GmbH  
Senior Consultant PR  
+49 89 720 137 - 18  
[k.hamann@elementc.de](mailto:k.hamann@elementc.de)