

## Searchmetrics veröffentlicht Erweiterung zur Content-Erstellung für Microsoft Word

*Die Content-Entwicklungsfunktionen aus der Searchmetrics Content Experience-Plattform stehen nun Nutzern in Microsoft Word zur Verfügung.*

**Berlin, 14. September 2017** – Searchmetrics stellt heute das neue Microsoft Word Add-In vor. Damit können Autoren die Key Features und Live-Daten aus der Searchmetrics Content Experience bei der Erstellung von Inhalten direkt innerhalb von Microsoft Word nutzen. Die Echtzeit-Einblicke und Empfehlungen aus der Plattform werden dabei in der Seitenleiste angezeigt, um Nutzer aktiv dabei zu unterstützen, relevante Online-Inhalte zu erstellen, die sowohl auf Fragen der Nutzer eingehen als auch messbare Ergebnisse liefern.

„Mit der Searchmetrics Content Experience erhalten Nutzer einen innovativen Wegweiser, der durch den gesamten Content-Erstellungsprozess von Recherche über Entwicklung und Optimierung zur Veröffentlichung digitaler Inhalte leitet. Sie müssen nicht mehr Zeit und Mühe mit mehreren separaten Tools verschwenden, um Informationen zu generieren“, so Marcus Tober, CTO und Gründer von Searchmetrics. „Mit dem neuen Add-In können Autoren durch den direkten Zugriff auf die Insights der Searchmetrics Content Experience innerhalb der vertrauten Microsoft-Word-Umgebung jetzt noch produktiver arbeiten. Das Ziel ist es, noch einfacher relevante, umsatztreibende Inhalte zu erstellen, die so optimiert werden können, dass sie sowohl auf die Suchintentionen der Nutzer eingehen als auch Online Traffic liefern und Conversions erhöhen.“

Mit dem neuen Add-In können Nutzer auf die folgenden Hauptfunktionen der Searchmetrics Content Experience zugreifen, ohne Microsoft Word verlassen zu müssen:

- **Relevante Begriffe und Keywords** – Echtzeit-Feedback zu Wörtern und Phrasen mit Angabe der Häufigkeit, die in den Text einbezogen werden sollten, basierend auf vorhandenen Inhalten, die bereits gut in der Online-Suche ranken.
- **Inspirierende Fragen** – Inspiration während der Content-Entwicklung durch Aufzeigen von Fragen, die potenzielle Kunden zu dem gewählten Thema bereits im Internet gestellt haben.
- **Duplicate Content Check** – Erstellte Texte werden sofort mit den Inhalten verglichen, die bereits online existieren, um doppelte Inhalte zu vermeiden.
- **Word Count** – Mit dem Word Count Score hat der Autor die Ziel-Wortzahl jederzeit im Blick.

- **Content Score** – Durch diesen datenbasierten Index-Score kann die Relevanz eines Textes und seine Eignung für Leser und Suchmaschine besser bewertet werden. Je höher er ist, desto umfassender ist das jeweilige Thema behandelt – und desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass der Content auch in der Suchmaschine erfolgreich ist.

Gestützt auf die Searchmetrics Deep-Learning-Technologie und neueste Erkenntnisse aus der Datenwissenschaft dient die Searchmetrics Content Experience vielen Online-Marketern und Autoren als innovativer Wegweiser, der sie durch Recherche, Entwicklung und Optimierung von effektiven Inhalten leitet. Das Microsoft Word-Add-In für die Searchmetrics Content Experience ist für Searchmetrics-Kunden im [Office Store](#) verfügbar.

Searchmetrics ist auch heute auf der dmexco in Köln in Halle 08.1 Stand E-019 vertreten – hier werden sowohl das neue Word Add-In als auch weitere wichtige Highlights aus der Searchmetrics Content Experience und Searchmetrics Suite™ präsentiert.

### Über Searchmetrics

Searchmetrics ist Ihr Wegweiser für die Entwicklung von Content, der den Such-Intentionen von Nutzern entspricht – auf Basis der Deep-Learning Insights der Searchmetrics Suite™ und Searchmetrics Content Experience.

Search hat sich zu einem datengetriebenen Bereich entwickelt, der leistungsstarke Lösungen benötigt, um Unternehmen durch Recherche, Entwicklung und Optimierung relevanter Online-Inhalte zu führen.

Searchmetrics bietet eine weltweit führende SEO- und Content-Performance-Plattform an und verlässt sich nicht auf die Daten von Dritten. Unsere historische Datenbank umfasst fünf Jahre und hält über 250 Milliarden ständig aktualisierte Marktinformationen bereit. Damit verschafft Searchmetrics seinen Kunden einen enormen Wissensvorsprung und hilft ihnen, neue Geschäftspotenziale zu identifizieren.

Searchmetrics bietet Unternehmen, 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 die Inhalte eines Unternehmens im Vergleich zum Wettbewerb performen.

Darüber hinaus ist die von Searchmetrics definierte SEO Visibility ein verlässlicher Indikator für die Sichtbarkeit von Websites in organischen Rankings von Suchmaschinen. Mehr als 100.000 Nutzer weltweit arbeiten mit Searchmetrics, darunter namhafte Marken wie etwa T-Mobile, eBay, Siemens und Zalando. Sie alle vertrauen auf Searchmetrics und 12 Jahre Produktinnovationen, um das Beste aus ihrer Online-Performance herauszuholen.

Searchmetrics hat Standorte in Berlin, San Mateo, New York und London und wird von der Verlagsgruppe Holtzbrinck und den renommierten Risikokapitalgesellschaften Iris Capital und Verdane Capital unterstützt.

Mehr Informationen unter <http://www.searchmetrics.com/de/>.

### Pressekontakt:

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

Christoph Hausel  
ELEMENT C GmbH  
Senior Consultant PR  
+49 89 720 137 - 20  
[c.hausel@elementc.de](mailto:c.hausel@elementc.de)