



Die Meyer BlechTechnik lasert alles aus Blech; vom Kleinteil wie diesem Mini-Velo bis zum 6-Meter-Werkstück.

CASE STUDY



Dank der erfolgreichen Online-Marketing-Massnahmen hat sich die Anzahl Besucher über organische Suchresultate verdreifacht und der Anteil der Neukunden über Google hat sich verdoppelt.

Anteil der Neukunden über Google verdoppelt

Der hochtechnologisierte Blechbearbeitungs-Spezialist Meyer BlechTechnik AG trotzte dank einer AdWords-Kampagne und der Optimierung seiner Website dem starken Franken und dem schwächelnden Markt. Er konnte die Besucher über organische Suchresultate fast verdreifachen und den Anteil der Neukunden über Google verdoppeln.

Die Erfolgsgeschichte der Meyer BlechTechnik AG zeigt eindrücklich, dass nicht nur Unternehmen im Business-to-Consumer-Bereich mehr Besucher und Kunden übers Internet gewinnen und den Umsatz messbar steigern können. Als einer der Schweizer Marktführer bei der Serien-Blechbearbeitung setzte das Luzerner Familienunternehmen bei der Kundengewinnung wenig auf Online-Marketing-Massnahmen. «Als unsere Website www.laserschneiden.ch bei Google aber kaum mehr gefunden wurde, haben wir im Internet nach einer seriösen Suchmaschinenoptimierungs-Agentur aus der Region gesucht», erklärt Marketing-Leiter Erich Meyer. Dabei stiess er auf die Worldsites in Rotkreuz. «Durch die kompetente Beratung in den persönlichen Gesprächen und die interessanten Referenzen entschieden wir uns dann für die Worldsites.» Die Anforderungen an die performanceorientierte Suchmaschinenagentur mit Partnerbüros in weltweit 87 Ländern waren klar; eine unkomplizierte und offene Zusammenarbeit sowie eine professionelle Beratung und konkrete Empfehlung für Aktivitäten, die messbar mehr Besucher, Kunden und Umsatz bringen.

Analyse und Optimierung

Die Worldsites-Spezialisten machten nicht blind irgendwelche Änderungsvorschläge. Zuerst analysierten sie anhand einer AdWords-Kampagne das Suchverhalten der Zielgruppe und das Verhalten der Besucher auf der Laserschneiden-Website. «Mit der Analyse dieser Daten konnten wir einerseits herausfinden, über welche Suchbegriffe die Besucher kommen, die dann auch wirklich Kontakt aufnehmen und zu Kunden werden, andererseits

konnten wir so feststellen, ob und wo die Benutzerfreundlichkeit der Seite noch verbessert werden sollte», erklärt Worldsites-Geschäftsführer Beat Z'graggen das bewährte Vorgehen.

Overall SEO

Diese Analyse und die daraus abgeleiteten Massnahmen werden unter dem Begriff Overall SEO zusammengefasst. Die Idee von Overall SEO ist, das Google-Ranking der ganzen Website zu verbessern. Die Worldsites-Spezialisten konzentrieren sich dabei gezielt auf Suchbegriffe, die am meisten Anfragen auslösen, und weniger auf intern definierte Keywords mit hohem Suchvolumen. Die Optimierung wird also nicht auf möglichst viele Besucher ausgerichtet sondern auf möglichst viel Umsatz. Ein wichtiger Bestandteil von Overall SEO ist das Aufspüren und Beseitigen von technischen Hürden für Google.

Technische Hürden für Google

Unabhängig vom Such- und Besucherverhalten sowie der Benutzerfreundlichkeit überprüften die SEO-Experten die Website auch auf solche Hürden wie z.B. doppelte Inhalte, fehlende bzw. unpassende Meta-Infos wie Title-Tags oder Descriptions oder die URL-Struktur des Internetauftritts. «Zudem gaben wir auch weitere konkrete Inputs dafür, wie das Google-Ranking der gesamten Website, z.B. durch die Optimierung der Ladezeiten, verbessert werden konnte», so Z'graggen.

Optimierungen zeigen Wirkung

Die Empfehlungen und Optimierungen zeigten rasch ihre Wirkung. «Das Ranking bei Google für die umsatzstärksten Suchbegriffe ist heute

sehr gut», freut sich Erich Meyer. Das wirkte sich auch auf die Besucherzahlen aus. «Innert drei Monaten hat sich die Anzahl Besucher über organische Suchresultate beinahe verdreifacht», so Z'graggen. Aber nicht nur das Google-Ranking und die Besucherzahlen sind erfreulich: «Der Anteil Neukunden über Google hat sich von 35% auf 70% verdoppelt», weiss Meyer. «So konnten wir auch dank der gezielten Online-Marketing-Massnahmen trotz Aufhebung des Euro-Mindestkurses weiter wachsen und entgegen dem schrumpfenden Markt unsere hohe Produktionsauslastung halten.»

Stillstand bedeutet Rückschritt

Auf diesen Erfolgen will sich die Meyer BlechTechnik AG aber nicht ausruhen, denn: «Die Suchmaschinenoptimierung ist ein fortlaufender Prozess und jeder Stillstand in der Optimierung bedeutet einen Rückschritt im Ranking», so Meyer. Darum wird er bei der nächsten Website neben der SEO-Optimierung auch die Optimierung für mobile Geräte von Grund auf berücksichtigen. ■

Weitere Infos



worldsites

Worldsites GmbH
T +41 (0)41 799 80 00
info@worldsites-schweiz.ch
www.worldsites-schweiz.ch



Meyer BlechTechnik AG
T +41 (0)41 984 22 66
info@laserschneiden.ch
www.laserschneiden.ch