

FALLSTUDIE

# Umsatz steigern dank optimal konfigurierterem Google Analytics

«Unter den vielen herausragen und gezielt Neukunden gewinnen.» Mit diesem Ziel startete der Sackverpackungsspezialist Relianz vor sechs Jahren eine umsatzsteigernde Neuausrichtung. Dank dem langjährigen Entwicklungsprozess wurde der optimierte Internetauftritt zur Umsatzmaschine und die Kundenbasis hat sich in den letzten Jahren verdoppelt.

■ Im Hinblick auf Umsatz und Neukunden-Gewinnung sind Top-Positionen bei den organischen Suchresultaten mindestens fünfmal wichtiger als AdWords. Potenzielle Kunden suchen nach relevanten Inhalten und genau diese Relevanz vermitteln Top-Positionen bei Google. Für die umsatzrelevantesten Begriffe in die Top-Positionen zu gelangen, war das Ziel der Neuausrichtung des europaweit aktiven Handelsunternehmens Relianz AG.

## Gezielte Neukunden-Gewinnung

Die 2006 gestartete Neuausrichtung zur gezielten Neukundengewinnung baut auf drei Pfeilern auf. Erster Pfeiler: Seit 2005 ist OpaccOne im Einsatz für Verkauf, Einkauf, Warenwirtschaft und die Einbindung der Filialen im Ausland. Zweiter Pfeiler: 2008 wurde mit FrontOffice eine elektronische Verkaufsplattform geschaffen und kontinuierlich optimiert. Dritter Pfeiler: Im letzten Jahr leitete die Relianz einen mehrphasigen Prozess ein, um mit Suchmaschinen Marketing gezielt Neukunden zu gewinnen.

## Fachleute beiziehen

Trotz beachtlicher Investitionen in AdWords war das Kosten-Nutzen-Verhältnis unbefriedigend. Und bei den organischen Suchresultaten war der Relianz-Auftritt auf den ersten drei Seiten nicht zu finden. «Wir wussten, dass mit weniger Aufwand mehr Erfolg und Umsatz möglich wären», erklärt Relianz-Geschäftsführer Andreas Engeler. Darum bat er den Internet-Marketing-spezialisten Worldsites GmbH um Hilfe. «Heute sind die AdWords-Kosten halb so hoch, unser Auftritt wird jedoch besser gefunden und generiert messbar mehr Umsatz», so Engeler.

## Entwicklung der Besucher mit konkretem Interesse



Mit der Standard-Konfiguration von Google Analytics waren bis August 2011 viele Kunden mit konkretem Interesse gar nicht ersichtlicht!

## Optimal konfigurieren

Eine erste Sichtung von Google Analytics durch Worldsites zeigte, dass der Internetauftritt von Relianz nur schlecht gefunden wurde und trotz Google Analytics kein effektives Controlling möglich war. «So konnten wir die gewünschten Businessziele weder verfolgen noch messen», beschreibt Worldsites-Geschäftsführer Beat Z'graggen das Problem. Google Analytics war zwar eingerichtet, aber nicht als Controlling-Tool konfiguriert. Sobald die Zielsetzungen zur Neukunden-Gewinnung geklärt waren, richteten die Worldsites-Spezialisten Google Analytics optimal ein. «Nun war endlich ein gesichertes und effektives Messen von umsatzrelevanten Suchbegriffen und weiteren Indikatoren möglich», so Z'graggen. «Danach konnte man die potenziellen Kunden und deren Sprache kennenlernen», weiss Z'graggen. Erst jetzt konnte man diejenigen Begriffe ermitteln, die am meisten Umsatz bringen.

## Top-Positionen erreichen

Um die gesteckten Ziele zur Neukunden-Gewinnung zu erreichen, forderte die Relianz für die umsatzstärksten Begriffe Top-Positionen bei Google. Um diese Positionen zu erreichen, wurde der Internetauftritt nun auf diese Begriffe hin optimiert. «Nebst allgemeinen Feinoptimierungen richteten wir spezielle Zielseiten ein und sorgten für eine bessere Verlinkung der relevanten Seiten», beschreibt Z'graggen das Vorgehen.

## Umsatzsteigernde Massnahmen

Die verschiedenen Massnahmen der Neuausrichtung zeigten Wirkung. Der Relianz-Internetauftritt vermittelt heute die Kompetenz und Professionalität der Relianz. Dank der gezielten Suchmaschinen Optimierung wird der Auftritt zu den von Kunden gesuchten Begriffen gefunden und die Absprungrate hat sich stark verbessert. «Dadurch konnten wir unsere Kundenbasis enorm vergrössern», freut sich Engeler über den Erfolg. Zudem konnte sich der Spezialist für Sack-

verpackungen, technische Gewebe, Geotextilien und Jutegewebe im Markt substantiell stärker verankern. Und die Tendenz ist stark steigend, denn das optimal konfigurierte Google Analytics ermöglicht das korrekte Messen und Interpretieren des Nutzerverhaltens. «Dank dem eingerichteten Controlling-System können wir die Website weiter optimieren und noch stärker anhand der Kundenfeedbacks auf deren Bedürfnisse ausrichten», erklärt Z'graggen.

## Umsatz weiter steigern

Engeler weiss aber, dass er sich auf den Lorbeeren nicht ausruhen kann. Unternehmen, Märkte, Technologien und Zielsetzungen sind im Wandel, und der Kampf um die Top-Positionen bei Google wird noch härter. «Wir sind aber zuversichtlich, dass wir dank der Zusammenarbeit mit Worldsites und seinen Büros in 87 Ländern unsere Positionen halten und neue Ziele anpacken können», so Unternehmer Engeler. ■

## ■ Weitere Informationen



**Relianz AG**  
T + 41 44 701 82 82  
relianz@relianz.ch  
www.relianz.ch



**worldsites**

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