

CASE STUDY

367% mehr Anfragen dank Online-Controlling

Translation-Probst hat sich dank Qualitätsgarantie und Express-Lieferung vor allem bei Firmenkunden eine führende Position im Schweizer Markt erarbeitet. Mit gezielten Internetmarketing-Massnahmen konnte der jährliche Umsatz um weitere 25% gesteigert und die Konversionsrate des Online-Preisrechners um 367% erhöht werden.

■ Angesichts der hohen Ansprüche an die Qualität und die Anpassung der Übersetzungen an die Zielgruppe setzen renommierte Kunden wie Swisscom, Migros, Heineken oder Phonak seit Jahren auf Translation-Probst. Nachdem die Übersetzungsagentur seit 2005 immer wieder Versuche über Google AdWords gemacht hat, wollte der Geschäftsführer Roman Probst die Online-Kundengewinnung auf eine professionelle Basis stellen. Da er während Jahren immer wieder von den nachhaltigen Erfolgen von Kunden gehört hatte, welche mit Worldsites zusammengearbeitet haben, kam für ihn nur diese Agentur infrage.

Analyse des Besucherverhaltens als Basis der Optimierung

Als Basis für alle weiteren Massnahmen wurde als Erstes ein Controlling des Besucherverhaltens eingeführt. Zwar setzte die Übersetzungsagentur bereits seit 2007 Google Analytics ein. Die Analytics-Spezialisten von Worldsites mussten aber zuerst einige Anpassungen an der Konfiguration vornehmen, damit Google Analytics auch sinnvoll eingesetzt und die richtigen Daten systematisch gemessen werden können. Wie bei den meisten Firmen, die Google Analytics einsetzen, zeigte sich, dass die eingesetzte Standard-Konfiguration ungenügend war und wichtige Kenngrössen, Kontaktaufnahmen und Downloads nicht wiedergegeben wurden. Das Ergebnis der angepassten Google-Analytics-Konfiguration besteht darin, dass nun genau verfolgt werden kann, von welchen Auftritten und mit welchen Suchbegrif-

fen diejenigen Besucher auf die Website gelangen, die ein Angebot eingeholt oder den Preis online berechnet haben. Auch die Zahlen über die besuchten Seiten und die Absprungraten stimmten nun, so dass gezielt einzelne Seiten angepasst werden konnten, welche nicht den Kundenbedürfnissen entsprachen und deshalb den Kunden nicht zu 100 Prozent abholten.

Ansprache neuer Kunden über Google

Mithilfe des aufgebauten Controllings kann nun detailliert verfolgt werden, welche Begriffe *echte Interessenten* auf den Auftritt bringen. Darauf aufbauend wurde die bestehende Google-AdWords-Kampagne entsprechend optimiert. Das Ziel bestand im ersten Schritt darin, während einiger Wochen ein möglichst breites Spektrum an Interessenten anzuziehen. Somit konnte herausgefunden werden, über welche Begriffe effektive Interessenten angezogen werden. Dies ist im Bereich Übersetzungen nicht so einfach, da die Suchbegriffe derjenigen, welche nur eine kostenlose Online-Übersetzung suchen und derjenigen, welche ein professionelles Übersetzungsbüro beauftragen wollen, sehr nahe beieinanderliegen.

Mithilfe des aufgebauten Controlling-Systems konnte nun die Adwords-Kampagne gezielt auf die Begriffe mit dem besten Return-on-Investment ausgerichtet werden. Zudem wurden diejenigen Begriffe erkannt, für welche es sich lohnt, bei den organischen Suchergebnissen gefunden zu werden. Translation-Probst will schliesslich nicht nur diejenigen potenziellen Kunden ansprechen, welche bei Google auf die Werbung klicken, sondern bei den guten Begriffen auch die Mehrheit erreichen, welche auf die organischen Suchergebnisse klickt.

Für wichtige Begriffe wie «Übersetzungsbüro» ist Translation-Probst heute bei Google die Nummer 1.

367% mehr Konversionen durch Optimierung der Inhalte

Mithilfe des aufgebauten Controlling-Systems wurde auch erkannt, welche Website-Inhalte die jeweilige Zielgruppe nicht überzeugten. Aufgrund dessen wurden für die wichtigsten Zielgruppen eigene Inhalte aufgebaut, in denen die Kundensprache verwendet wird, um die Kunden gezielt abzuholen und zu möglichst vielen Abschlüssen zu führen. Einzelne Inhalte mussten auch deswegen umgeschrie-

ben werden, da sich zeigte, dass die Kunden andere Suchbegriffe verwendeten als diejenigen, die auf www.translation-probst.com verwendet wurden. Natürlich sind solche Anpassungen ein ständiger Verbesserungsprozess und auch heute noch gibt es viel Optimierungspotenzial. Die bisher erreichten Ergebnisse sind jedoch bemerkenswert.

Die Worldsites-Experten analysierten auch den Online-Preisrechner und schlugen verschiedene Anpassungen am Layout vor. Dadurch konnte die Konversionsrate (der Anteil der Personen, die eine Anfrage auf dem Preisrechner starten, im Verhältnis zu den erhaltenen Aufträgen) **um 367% gesteigert werden**. Die durchgeführten Massnahmen führten also dazu, dass einerseits mehr Besucher auf den Preisrechner gelangen und andererseits ist die Wahrscheinlichkeit, dass ein Besucher des Preisrechners auch einen Auftrag erteilt, um 367% gestiegen.

Roman Probst ist mit den erreichten Ergebnissen mehr als zufrieden. Sein bereits vor der Zusammenarbeit mit Worldsites erfolgreiches Unternehmen konnte nicht nur den Umsatz um 25% steigern. Er schätzt vor allem auch die kompetente Unterstützung und Beratung in Marketingfragen, welche immer auch darauf ausgelegt sind, einen Know-how-Transfer zu vollziehen. Damit wird das Wissen über erfolgreiches Onlinemarketing in seinem Unternehmen vertieft. Er hat also nicht nur neue Kunden gewonnen, auch seine Wahrnehmung der Kundenbedürfnisse wurde geschärft. Durch ein noch kunden- und praxisorientierteres Denken schafft es Translation-Probst heute mehr denn je, den Mitbewerbern eine Nasenlänge voraus zu sein. ■



■ Weitere Informationen



TRANSLATION-PROBST AG
 Jägerstrasse 2, 8406 Winterthur
 Tel. 0840 123 456
www.translation-probst.com
info@translation-probst.com



Worldsites GmbH
 Lettenstrasse 7, 6343 Rotkreuz
 T +41 (0)41 799 80 00
www.worldsites-schweiz.ch
info@worldsites-schweiz.ch