

CASE STUDY

# Umsatz um 44 % gesteigert – dank Redesign und SEO

Nicht nur Bücher, Unterhaltungselektronik und Kleider, sondern auch Kosmetika und Nahrungsergänzungsmittel werden immer öfter online bestellt anstatt im Laden gekauft. Dank einem Redesign, SEO sowie der Optimierung der AdWords-Kampagnen konnte die Würzenbach-Drogerie den Umsatz ihres Online-Shops um 44 % steigern – über Smartphones sogar mehr als verdoppeln!

■ Je nach Branche werden über 90 % der Kaufentscheidungen im Internet gefällt oder davon beeinflusst. Zu den Pionieren im Online-Handel gehört auch Drogist Markus Wildisen, der Anfang des Jahrtausends begann, den Verkauf seiner Produkte wie Naturkosmetika und Nahrungsergänzungsmittel über den Online-Shop [www.nurnatur.ch](http://www.nurnatur.ch) anzukurbeln.

## Viele Kosten, wenig Umsatz

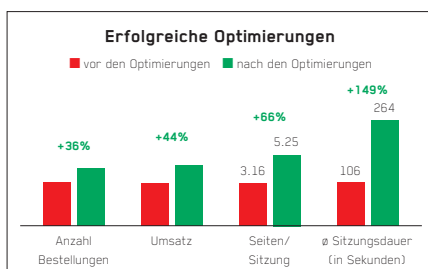
Trotz beträchtlichem Verkaufserfolg über das Internet war er mit der Performance der eigenen Website und vor allem der Google-AdWords-Kampagnen nicht zufrieden. Deswegen suchte der erfahrene Naturheilmittelspezialist im Internet nach professioneller Unterstützung und stiess dabei auf Worldsites, eine Agentur für performanceorientiertes Suchmaschinenmarketing. «Nach einer Beratung vor Ort überzeugten mich die Worldsites-Spezialisten durch ihre hohe Fachkompetenz und die langjährige Erfahrung im Online-Marketing», begründet Wildisen den Entscheid für die Zusammenarbeit mit der Agentur in Rotkreuz.

## Web Analytics als Basis

Bevor die AdWords-Experten jedoch die Kampagnen überprüfen und optimieren konnten, mussten sie zuerst Google Analytics so einrichten, dass alle Zahlen stimmten und gemessen werden konnte, welche Suchbegriffe und Botschaften wirklich am meisten Besucher und die grössten Bestellungen brachten. «Anhand der Daten des Controlling-Tools erkannten wir, dass die Kampagnen zwar viele Besucher anlockten, diese aber zu wenig Umsatz brachten», erklärt Jürg Schmutz, E-Commerce-Experte und langjähriger Mitarbeiter der Worldsites.

## Usability-Check und Redesign

Mit einem ausführlichen Usability-Check überprüfte Worldsites, wo die Benutzerfreundlichkeit des Online-Shops ungenügend war, dieser nicht überzeugte und wie das Navigieren und der Bestellprozess optimiert werden konnten. Auf Basis dieser Usability-Analyse schlugen die Spezialisten ein Redesign vor, um den Shop auf den neuesten Stand zu bringen und so die Performance messbar zu steigern. Durch das Redesign wurden Layout und Design sowie die Struk-



Dank den Optimierungen hat sich das Besucherverhalten zwischen den dreimonatigen Vergleichszeiträumen stark verbessert und die Anzahl Bestellungen sowie der Umsatz im Online-Shop [www.nurnatur.ch](http://www.nurnatur.ch) haben enorm zugenommen.

ture des Auftritts an das Benutzerverhalten angepasst und der Bestellprozess optimiert. Zudem profitierte der Online-Shop von zwei weiteren Vorteilen: Einerseits konnten technische Fehler und Hürden für Google behoben werden, was eine wichtige Grundlage bei der späteren Optimierung des Online-Shops für die umsatzstärksten Suchbegriffe bildete. Andererseits erlaubte das neue Shop-System die Einbindung der Produkte inklusive Produktbilder bei den attraktiven Einblendungen von Google Shopping.

## Migration: Gefahr und Chance

Dass ein Redesign für die organischen Positionen bei Google aber auch gefährlich sein kann, sind sich viele Unternehmen nicht bewusst. «Denn auch wenn dabei kein Domainwechsel vorgenommen wird, können ohne professionelle Unterstützung vorher langerkämpfte Positionen sowie die Reputation bei Google verloren gehen und Bestellungen einbrechen», weiss Jürg Schmutz. Das konnte dank der professionellen Begleitung der Migration durch die SEO-Spezialisten der Worldsites verhindert werden. Die Positionen bei Google konnten beibehalten und mittels einer optimierten URL-Struktur und weiteren Overall-SEO-Massnahmen sogar verbessert werden. Der Umsatz, der über die organische Google-Suche ausgelöst wird, konnte beträchtlich gesteigert werden.

## Massive Umsatzsteigerung

All die Optimierungen zeigten rasch Wirkung. Während sich die Absprungrate stark verbesserte, nahmen die betrachteten Seiten

pro Sitzung massiv zu und die durchschnittliche Sitzungsdauer verbesserte sich um das eineinhalbfache. «Vor allem nahmen auch die Anzahl Bestellungen um 36 % und der Umsatz im dreimonatigen Vergleichszeitraum zum Vorjahr um 44 % zu», freut sich Drogist Markus Wildisen. Wie wichtig das Redesign und die Umstellung auf eine mobiloptimierte Website waren, zeigt die Entwicklung bei den Besuchern über Smartphones. «Bei diesen haben sich die Bestellungen und der Umsatz mehr als verdoppelt», so Wildisen. Für den Naturheilmittelspezialisten ist klar: «Es ist unglaublich viel möglich mit professionellem Online-Marketing.»

## Dynamisches Remarketing

Eine weitere wichtige Massnahme ist dynamisches Remarketing. So kann man einem Besucher, der die Website ohne Kauf wieder verlässt, gezielt und automatisiert Banner mit denjenigen Produkten anzeigen, für die er sich zuletzt interessiert hat. «Dadurch kann man Interessenten gezielt ansprechen, auf den Shop zurückbringen und zu Kunden machen», erklärt Jürg Schmutz. Ihm ist es wichtig, den Kunden aktiv zu begleiten und ständig nach neuen Möglichkeiten zu suchen, den Umsatz weiter zu steigern. ■

## ■ Weitere Informationen



Würzenbach-Drogerie  
T 041 370 12 66  
[drogerie@nurnatur.ch](mailto:drogerie@nurnatur.ch)  
[www.nurnatur.ch](http://www.nurnatur.ch)



worldsites

Worldsites GmbH  
T +41 41 799 80 00  
[info@worldsites-schweiz.ch](mailto:info@worldsites-schweiz.ch)  
[www.worldsites-schweiz.ch](http://www.worldsites-schweiz.ch)