Corporate Blogs & Erfolgsmessung.

Bei EHA & tedox.

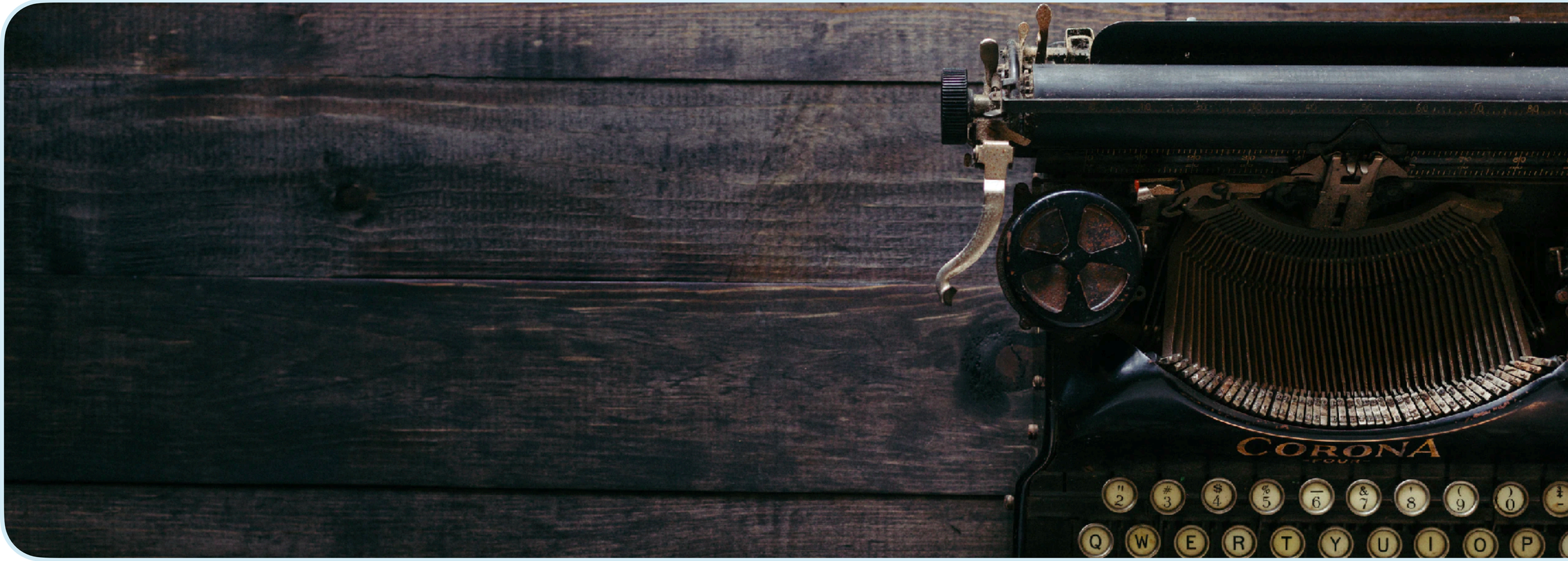
Hamburg, September 2021

Wer arbeitet schon mit Blogs?

Mit welchem Ziel?

HMS CMD

tedox & EHA



Auffindbarkeit.

Die Pflicht: Da sein, wenn der Nutzer weiß, was er will.

HMS CMD

tedox & EHA

Google wird eine Website i. d. R. *automatisch* für navigationale Suchen ranken.

Wenn ein Nutzer zur Website eines bestimmten Unternehmens gelangen will, wird Google ihm das ermöglichen.

Das Reichweitenpotenzial ist bei Markensuchen i. d. R. aber eher gering. Bei Produktsuchen ist das Reichweitenpotenzial zwar größer, aber die Rankings sind deutlich umkämpfter.

Quelle: crowdmedia

Auffindbarkeit.

Die Kür: informationale Suchen.

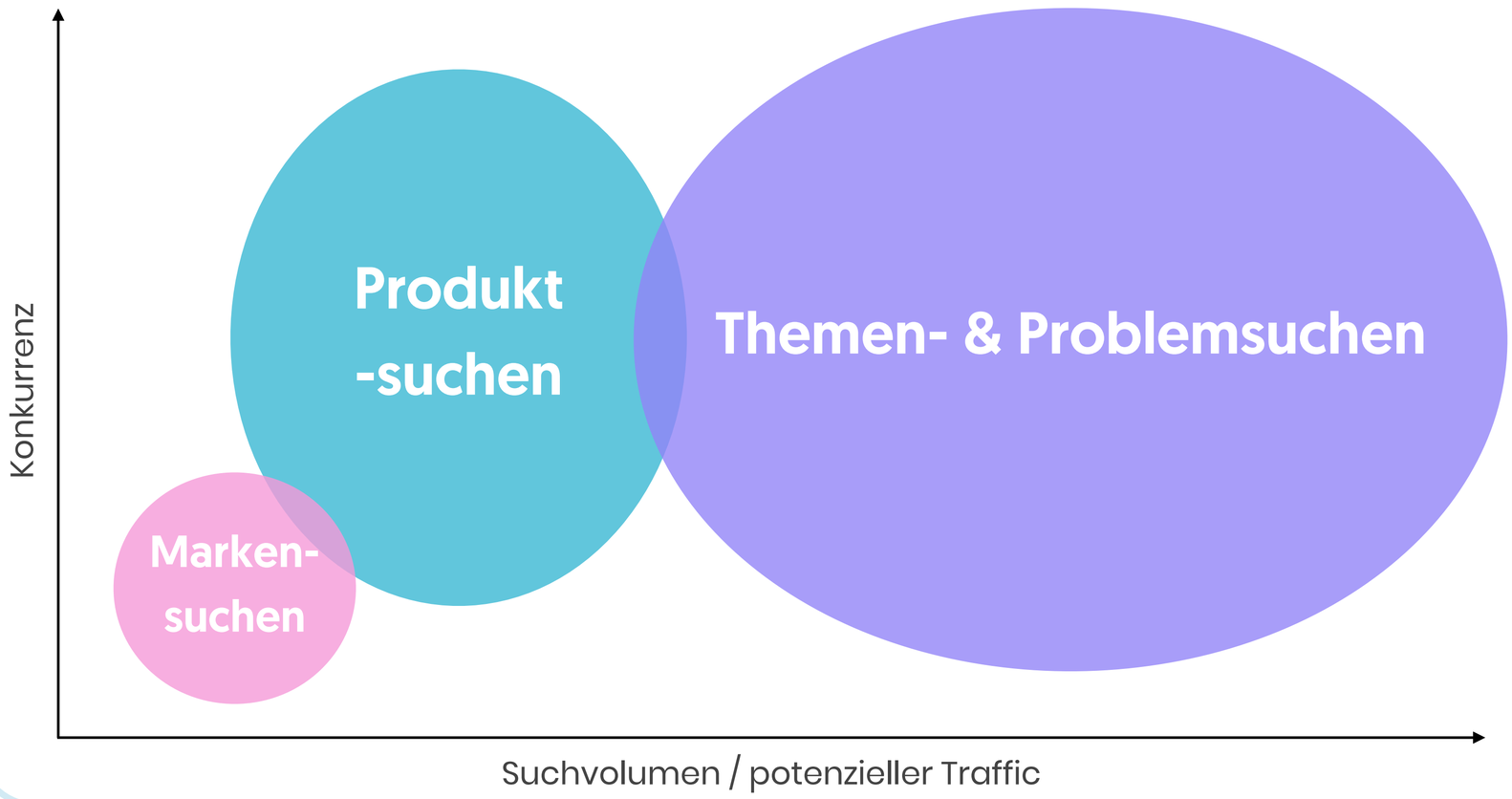
HMS CMD

tedox & EHA

Die größten Reichweitenpotenziale bieten Inhalte, welche die Nutzer im oberen Teil des Funnels ansprechen.

Hierzu gehören zum Beispiel:

- Erklär-Artikel oder Wissens-Artikel: Ein Thema oder ein Begriff wird ganz grundsätzlich erklärt.
- Tutorials: Wie mache ich was? Wie richte ich X ein?
- Zahlen, Daten, Fakten: Wie entwickelt sich der Preis von X? Was ist der aktuelle Stand bei Gesetz B?



Quelle: crowdmedia

Bloggen.

Warum sollte ich?

HMS CMD

tedox & EHA

Google-Sicht

Aus Sicht der Suchmaschinenoptimierung (SEO) sind Blogs zu empfehlen. Sowohl aus technischen als auch inhaltlichen Gesichtspunkten sind Blogs häufig Teile einer SEO-Strategie.

Kundensicht

Blogs sind interaktiv.
Blogs liefern mehrwertige Inhalte aus Kundensicht.
Blogs suggerieren aktuell, nah.

Unternehmenssicht

Das Betreiben eines Blogs ist eine nachhaltige Investition vor allem in das Thema SEO. Blogs sind vertrauensbildend.
Blogs eignen sich eine Themenführerschaft zu erlangen.

Mitarbeitersicht

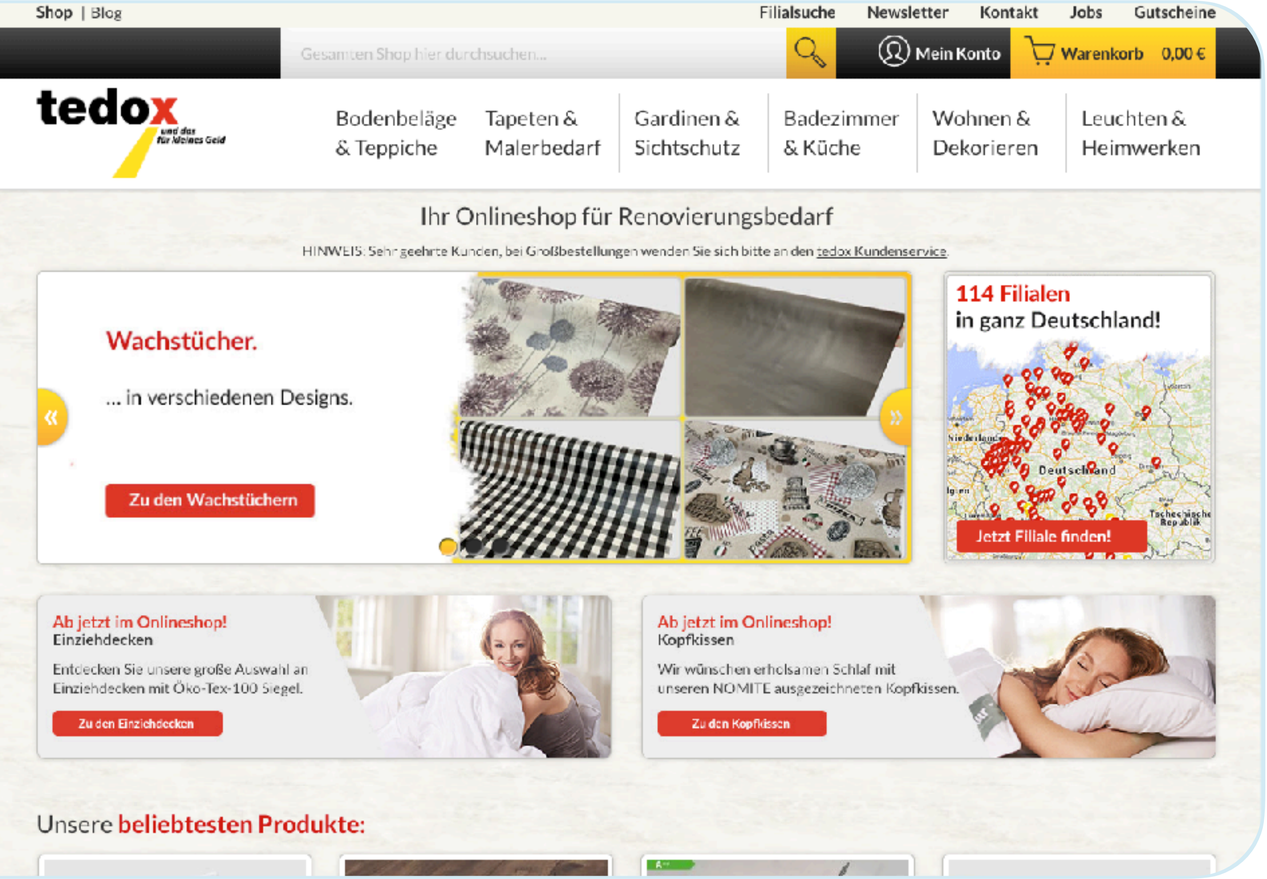
Auch nach innen gerichtet kann ein Blog ein sehr sinnvolles Kommunikationsmittel sein. Mitarbeiter können eingebunden werden und es erhöht so die Identifikation.

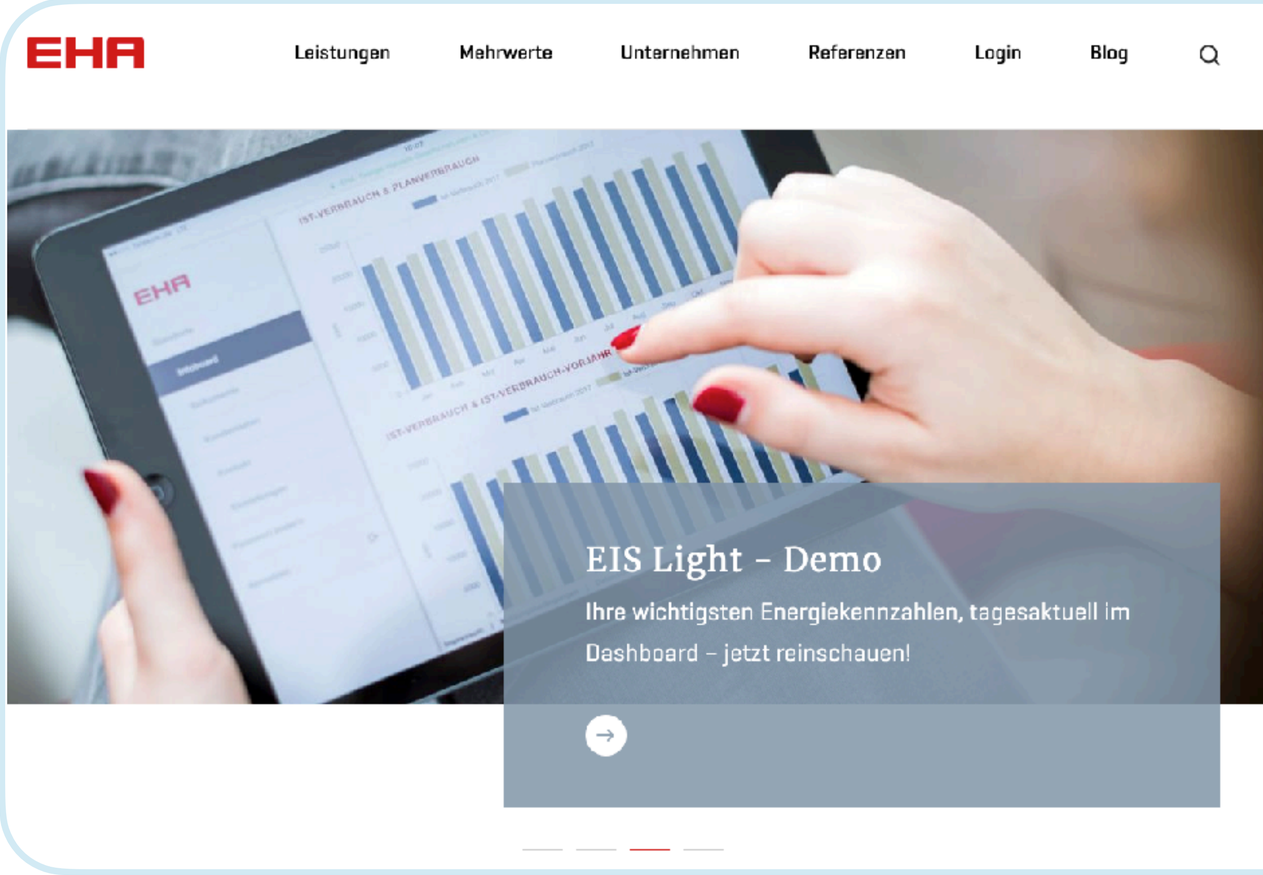
Zwei Unternehmen.

Einmal B2B und einmal B2C.

HMS CMD

tedox & EHA





Quelle: tedox.de

Quelle: eha.net

Ein Vorgehen.

Strategie-Entwicklung: Basis SCOM-Framework.

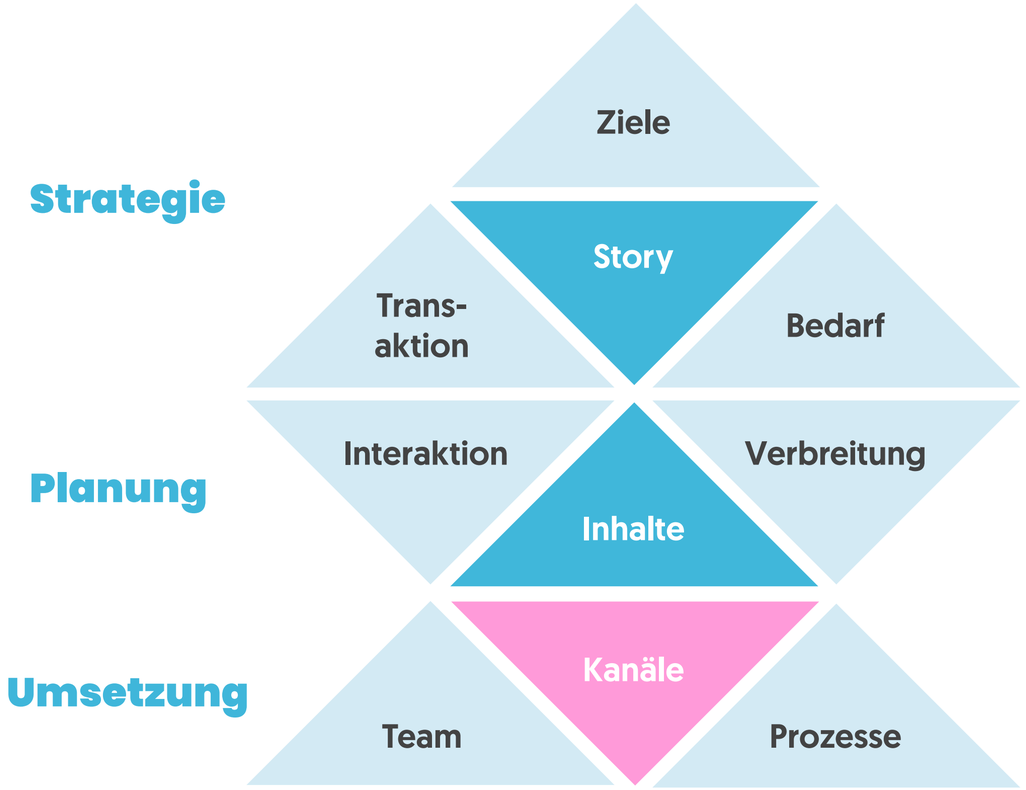
HMS CMD

tedox & EHA

Für beide Blogs wurde die strategische Basis anhand des SCOM-Frameworks von Mirko Lange erarbeitet.

Wichtig für beide Blogs bzw. beide Unternehmen ist es gewesen, nachhaltig mehr Nutzer auf die Websites zu bekommen, um die Website-Ziele besser zu erreichen.

Für beide Unternehmen ist der Weg Blog-Content mit SEO-Fokus gewesen.



Quelle: https://www.slideshare.net/talkabout/strategisches-content-marketing-das-scom-framework

Die Ziele & die Kern-Story.

Die Basis für die Content-Entwicklung.

HMS CMD

tedox & EHA

Quelle: crowdmedia

Quelle: crowdmedia

Themen sind überall.

Recherchetools.

Google Trends.

Überblick auf der Meta-Ebene.

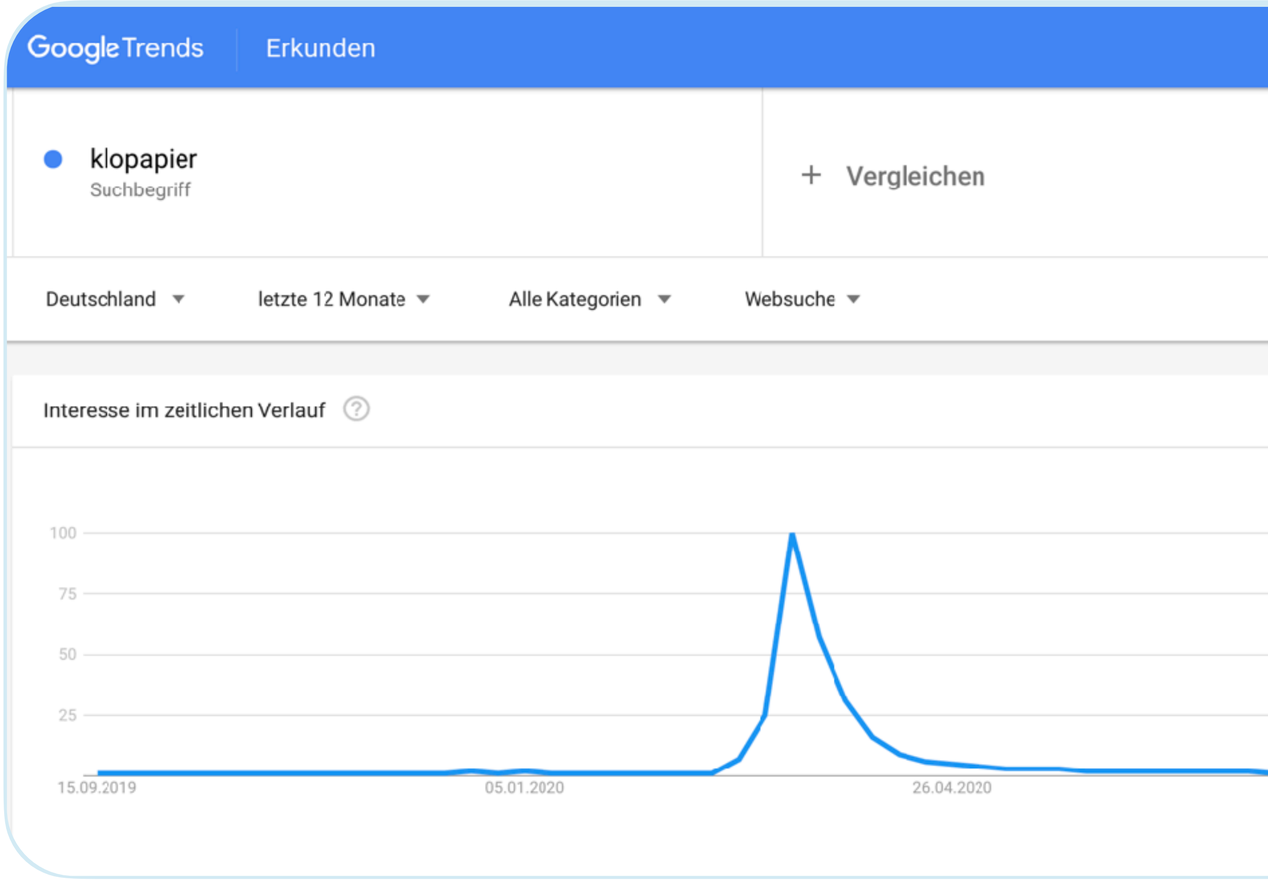
HMS CMD

tedox & EHA

Google Trends stellt öffentlich Daten über die Suchanfrage in Form von Volumina nach Begriffen als Indexwert bereit. Sie sind filterbar nach Ländern und Regionen.

Die historischen Daten gehen zurück bis 2006 und sind fast tagesaktuell verfügbar.

Das Tool aggregiert tendenziell Daten und ist nicht sehr genau auf einzelnen Suchbegriffen.



Quelle: google.com/trends

Answer the Public.

Die Verdichtung von Fragen.

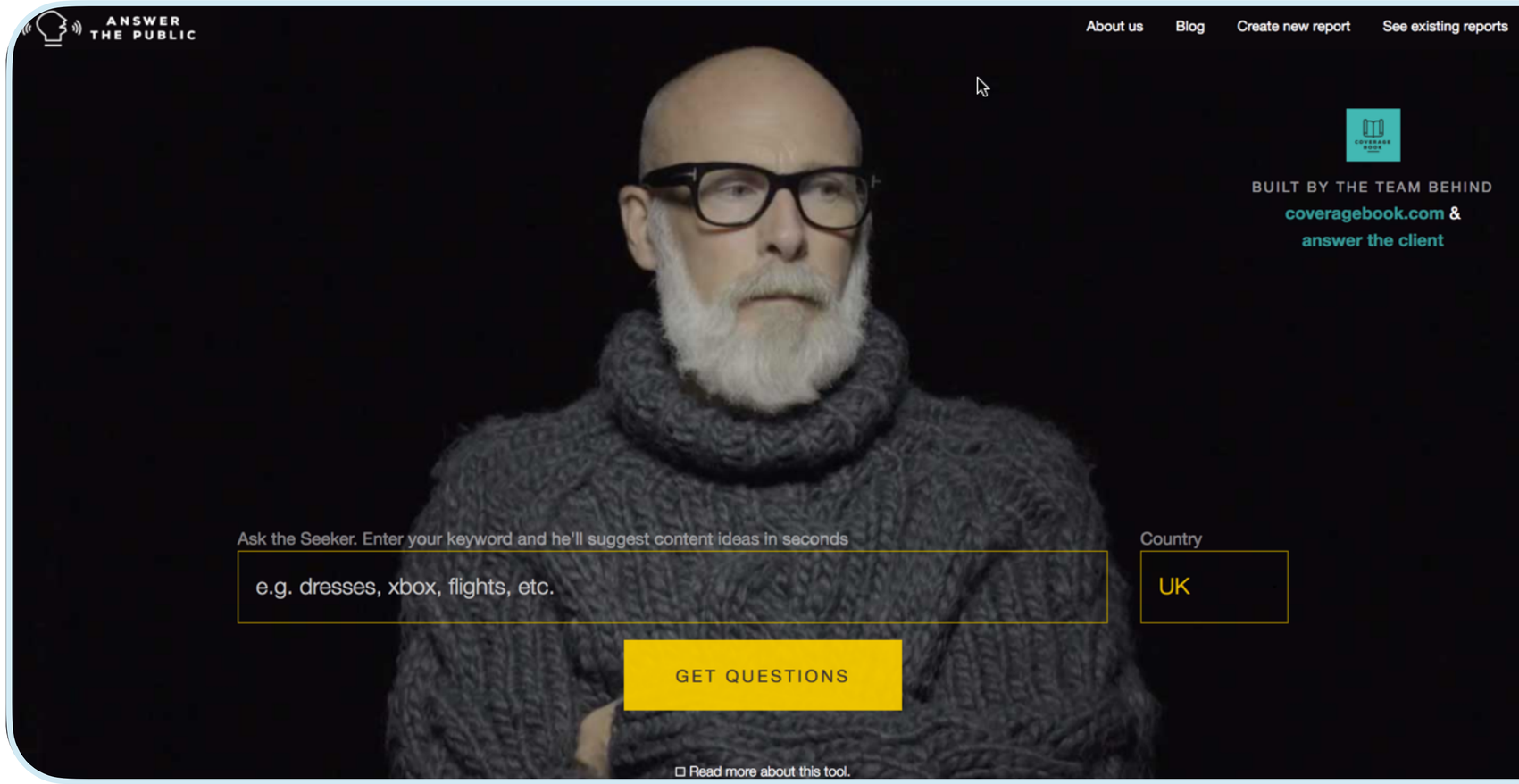
HMS CMD

tedox & EHA

Answer the public verdichtet die Informationen aus Google Suggest.

Es liefert zu einem Begriff alle möglichen Fragen zurück, die von Nutzern gestellt werden.

Es gibt zwar keine Informationen zu Volumen und Kosten aber eine gute Übersicht zu Themenfeldern.



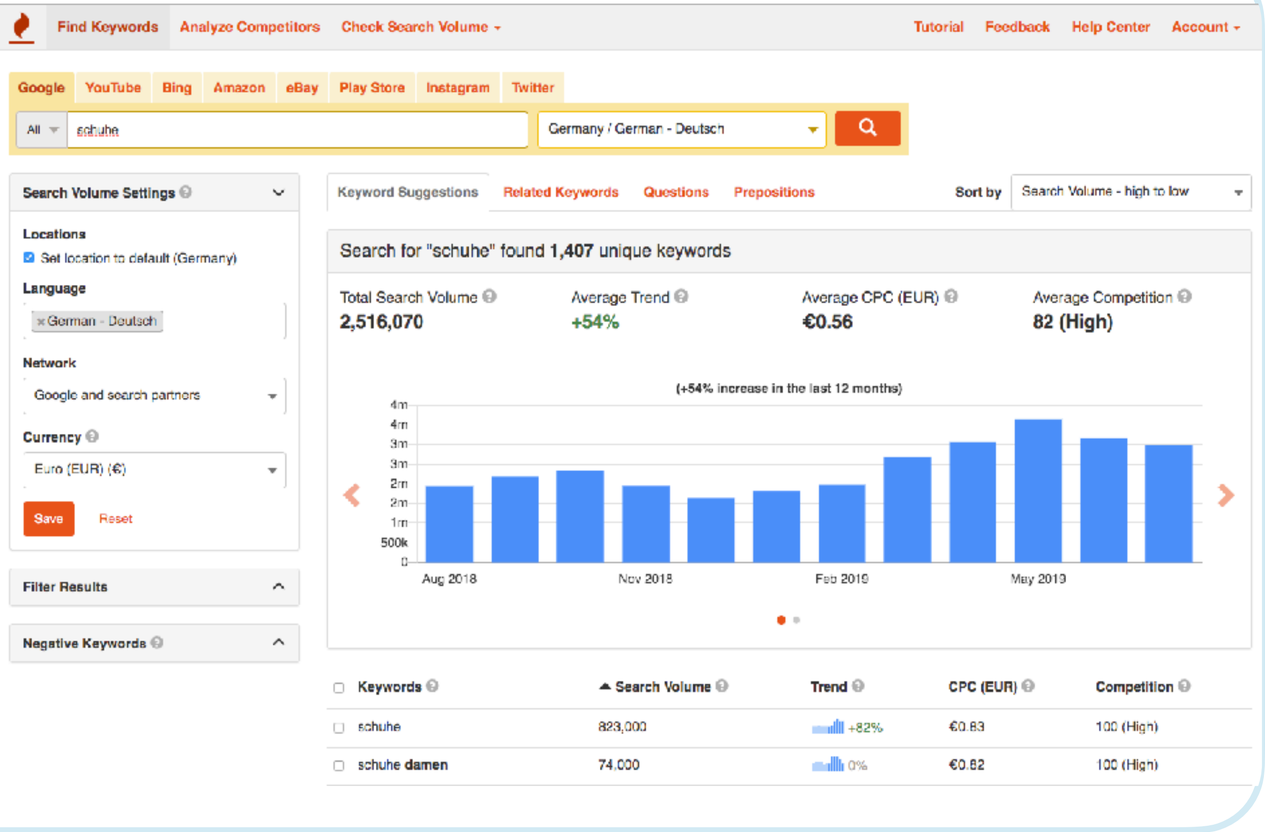
Quelle: answerthepublic.com

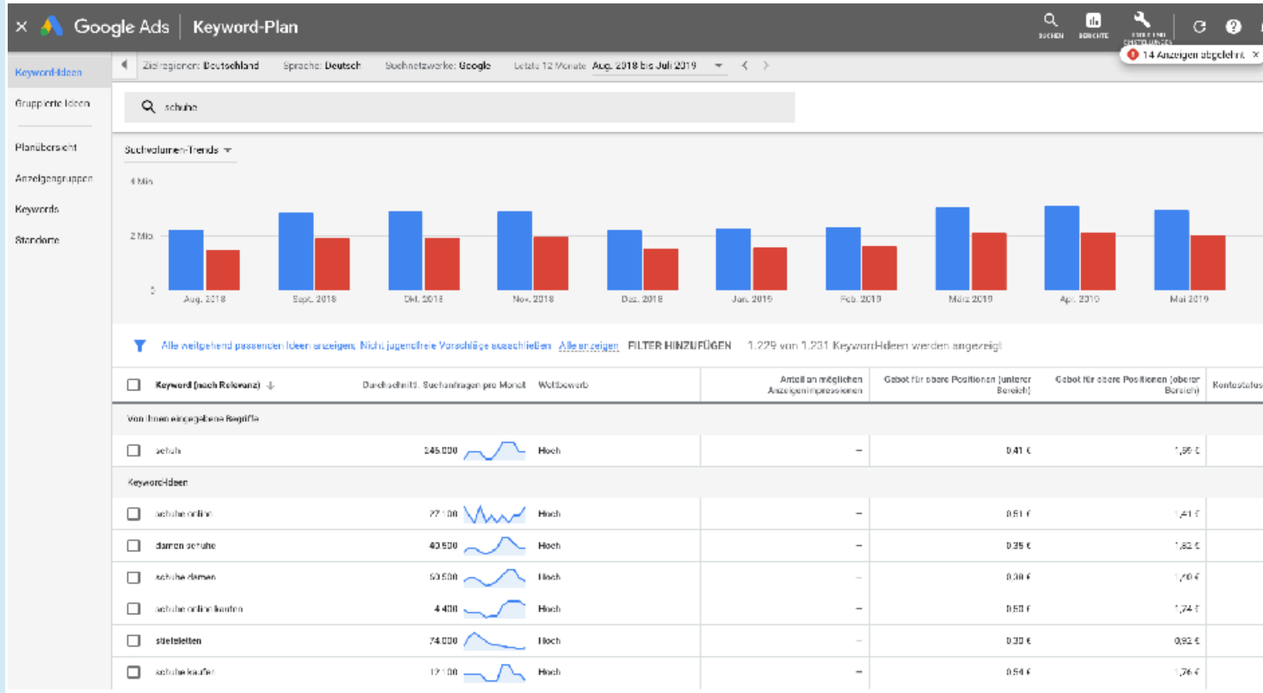
Tools zur Keyword-Recherche.

Keywords nach Suchvolumen.

HMS CMD

tedox & EHA





Quelle: keywordtool.io

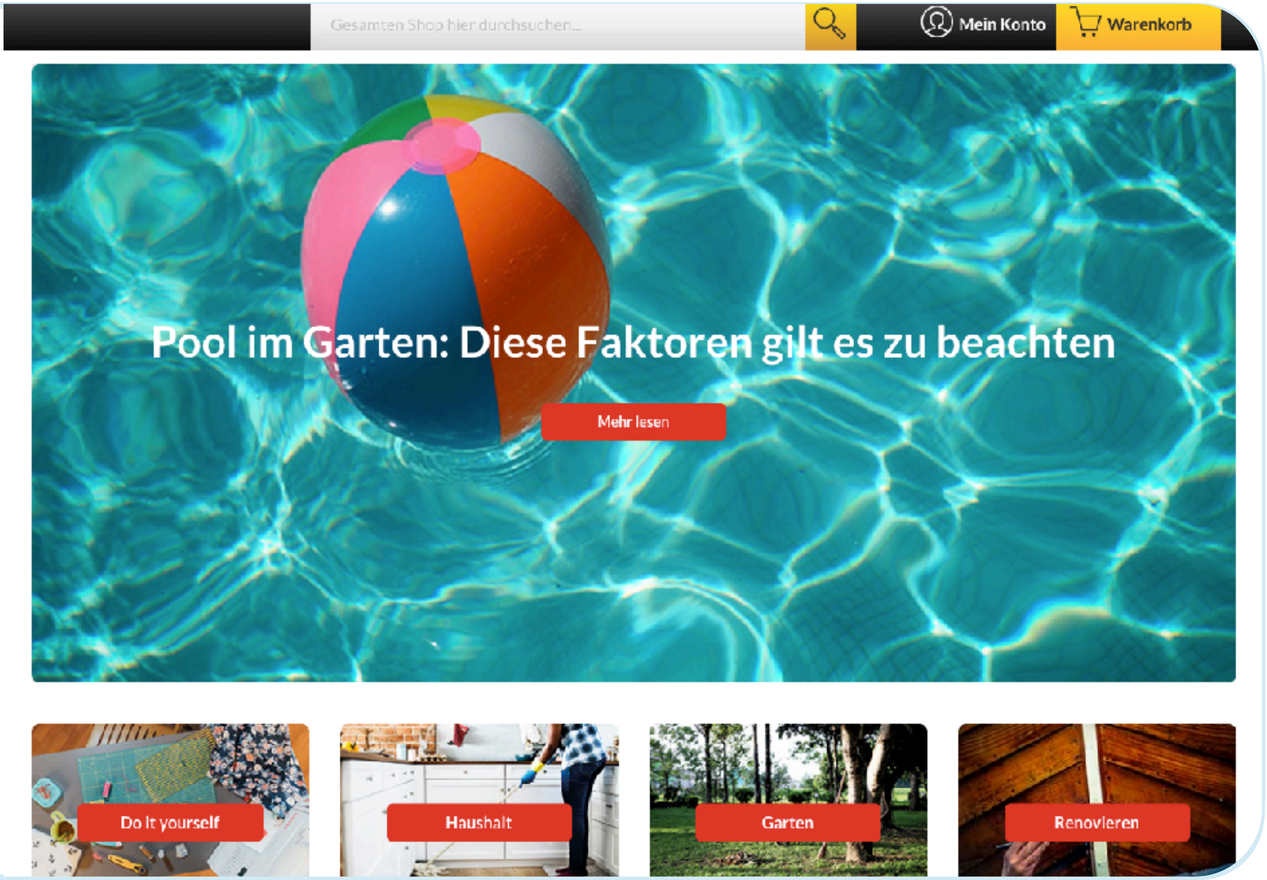
Quelle: Google Keyword Planner

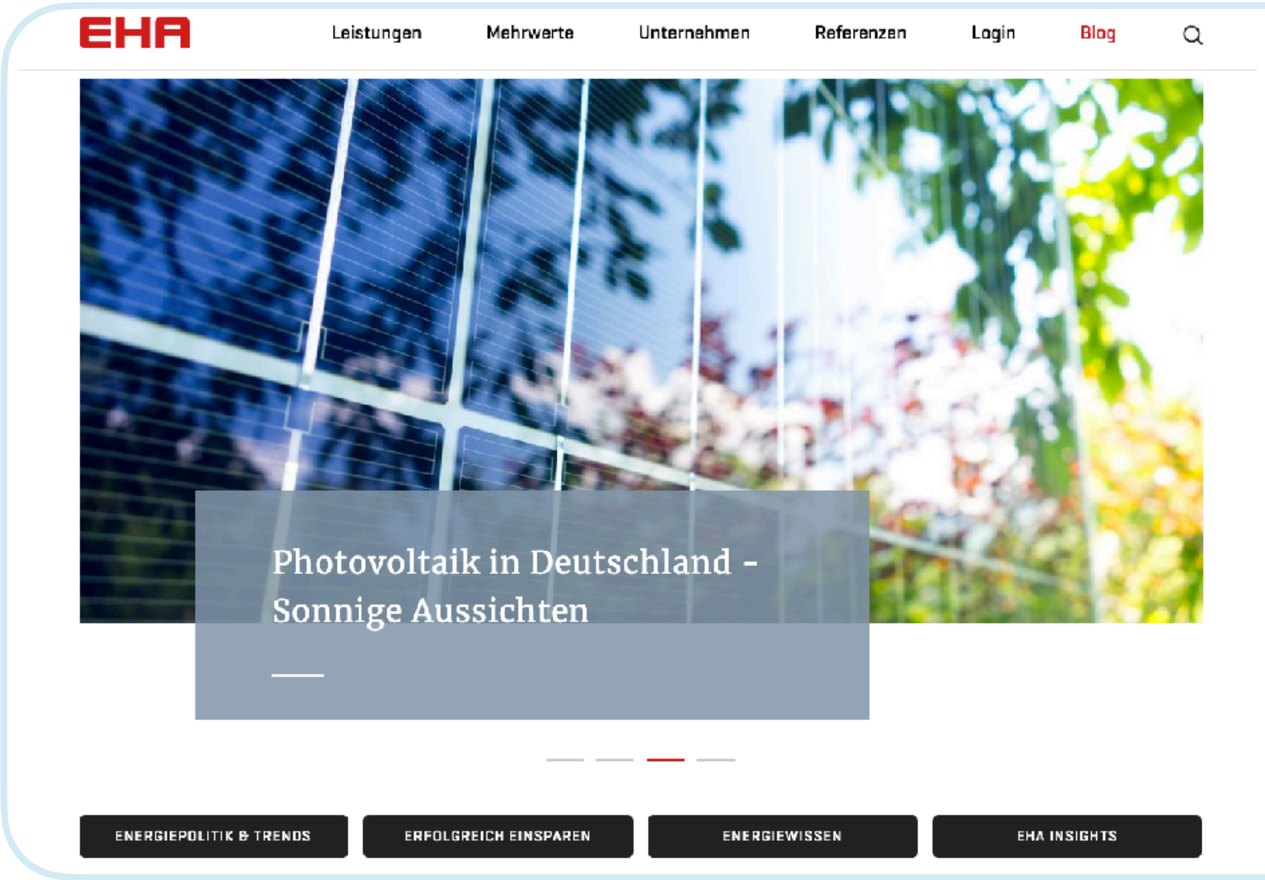
Zwei Blogs.

Mit den unterschiedlichsten Themen.

HMS CMD

tedox & EHA





Quelle: tedox.de

Quelle: eha.net

Im Mittelpunkt: der Nutzer.

Was interessiert die tedox-Zielgruppe?

HMS CMD

tedox & EHA

welches laminat

- welches laminat zu kiefermöbeln
- welches laminat bei fußbodenheizung
- welches laminat passt zu kiefermöbeln
- welches laminat für kleine räume
- welches laminat für weisse möbel
- welches laminat passt zu sonoma eiche möbel
- welches laminat passt zu buchemöbeln
- welches laminat zu dunklen möbeln
- welches laminat ist das beste
- welches laminat passt zu kirschbaummöbel
- welches laminat bei hunden
- welches laminat für wohnzimmer
- welches laminat für küche
- welches laminat kaufen
- welches laminat passt zu weiß
- welches laminat passt zu eiche sägerau
- welches laminat ist gut
- welches laminat passt zu buche türen
- welches laminat passt zu eiche
- welches laminat passt zu buche

welche laminat

- welche laminat dicke
- welche laminat klasse
- welche laminat farbe zu kernbuche
- welche laminat unterlage
- welche laminat nutzungsklasse
- welche laminatfarbe zu buche
- welche laminat trittschalldämmung
- welche laminat für fußbodenheizung
- welche laminat ist gut
- welche laminat
- welche laminat farbe zu nussbaum
- welche laminat farben gibt es
- welche laminat größen gibt es
- welche laminat farbe ist in
- welche laminat marke ist gut
- welche laminat sorten gibt es
- welche laminat farbe zu dunklen möbeln
- welche laminat ist besser
- welche laminat stärke
- welche laminat marke

welcher laminat

- welcher laminat passt zu buche
- welcher laminat passt zu erle
- welcher laminat zu hellen möbeln

die laminat

- das laminat die sabine und ich
- die letzte reihe laminat verlegen
- die erste reihe laminat verlegen

Thema / Hauptkeyword	Kategorie	Art der Seite	Art des Artikels	Keyword(s)	Suchvolumen
Renovieren Tipps	Renovieren	Beitrag	Longread	renovieren tipps	210
				renovierungstipps	90
				wohnung renovieren tipps	70
				haus renovieren tipps	70
				badezimmer renovieren tipps	70
				küche renovieren tipps	40
				haus umbauen tipps	30
				altes haus renovieren tipps	20
				günstig renovieren tipps	30
				wohnzimmer renovieren tipps	20
				tipps zum renovieren	20
				alte wohnung renovieren tipps	10
				wohnung sanieren tipps	10
				schlafzimmer renovieren tipps	20
				renovieren tipps und tricks	10
				küchenrenovierung tipps	10
				renovierungstipps wohnzimmer	10
				wände renovieren tipps	10
				tipps renovieren	20
				zimmer renovieren tipps	10
Bad renovieren	Renovieren	Beitrag	Longread	bad renovieren	3600
				badezimmer renovieren	2400
				bad renovieren kosten	1000
				badezimmer renovieren kosten	720
				kleines bad renovieren	480
				bad renovieren ohne fliesen	320
				bad renovieren ideen	260
				bad renovieren kosten rechner	260
				bad renovieren vorher nachher	170
				kosten bad renovieren	170
				kleines badezimmer renovieren	170
				kosten badezimmer renovieren	170

Quelle: answerthepublic.com

Quelle: crowdmedia

Im Mittelpunkt: der Nutzer.

Was interessiert die EHA-Zielgruppe?

HMS CMD

tedox & EHA

smart meter

- smart meter rollout 2017
- smart meter auslesen
- smart meter datenschutz
- smart meter gas
- smart meter definition
- smart meter energie ag
- smart meter gateway kaufen
- smart meter evn
- smart meter deutschland
- smart meter kosten
- smart meter fronius
- smart meter opt out
- smart meter hersteller
- smart meter österreich
- smart meter stromzähler
- smart meter gesetz
- smart meter gateway administrator
- smart meter kaufen
- smart meter rollout
- smart meter gateway

energieaudit

- energieaudit deutschland
- energieaudit alle 4 jahre
- energieaudit schweiz
- energieaudit bericht vorlage
- energieaudit 16247-1
- energieaudit bußgeld
- energieaudit gesetz
- energieaudit software
- energieaudit wiki
- energieaudit din 16247
- energieaudit definition
- energieaudit nach din en 16247
- energieaudit beispiel
- energieaudit din en 16247-1
- energieaudit 50001
- energieaudit kosten
- energieaudit kmu
- energieaudit bafa
- energieaudit nach din en 16247-1
- energieauditpflicht

Thema / Hauptkeyword	Kategorie	Keyword(s)	Suchvolumen
energieaudit	*tba*	energieaudit	2400
		energieaudit kosten	50
		energieaudit definition	50
		energieaudit kmu	50
		energieaudit beispiel	20
smart meter rollout	*tba*	smart meter rollout	480
		smart meter gesetz	170
		smart meter rollout 2017	10
smart meter rollout	*tba*	smart meter rollout	480
		smart meter gesetz	170
		smart meter rollout 2017	10
din 16247	*tba*	din 16247	170
		energieaudit nach din en 16247 1	70
		din 16247 1	50
		energieaudit nach din en 16247	40
		din 16247 durchführungsverordnung	20
		din 16247 1 download	10
		din 16247 1 pdf	10

Quelle: answerthepublic.com

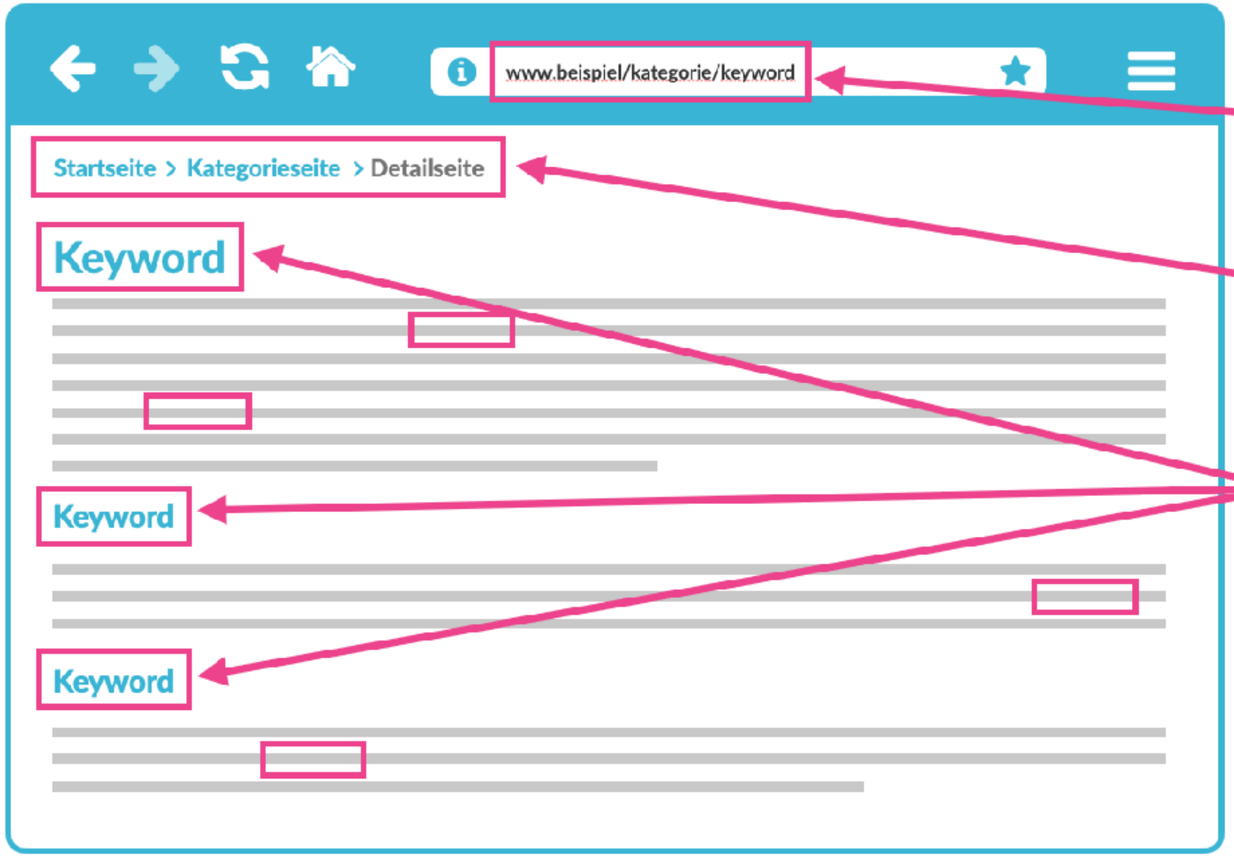
Quelle: crowdmedia

SEO–Grundlagen I.

OnPage.

HMS CMD

tedox & EHA



Statische, sprechende URL muss für jeden Beitrag pflegbar sein – idealerweise pro Land.

Breadcrumb-Navigation als Orientierungshilfe für User und Suchmaschine.

Die Hauptüberschrift (H1) sollte automatisch generiert und im Text eingefügt werden.

Weitere Überschriften (H2, H3, H4) müssen vorformatiert in den Text eingefügt werden können.

Quelle: sistrix.com

SEO–Grundlagen II.

OnPage.

HMS CMD

tedox & EHA

Verwendung zusätzlicher Medien (Bilder, Videos, Graphen) muss möglich sein.

Zusätzlich müssen der Titel und die Alt-Tags von Bildern gepflegt werden können.

Social Media Buttons sollten sinnvoll in den Beiträgen platziert sein.

SEO-gerechte Umsetzung.

Wordpress als CMS.

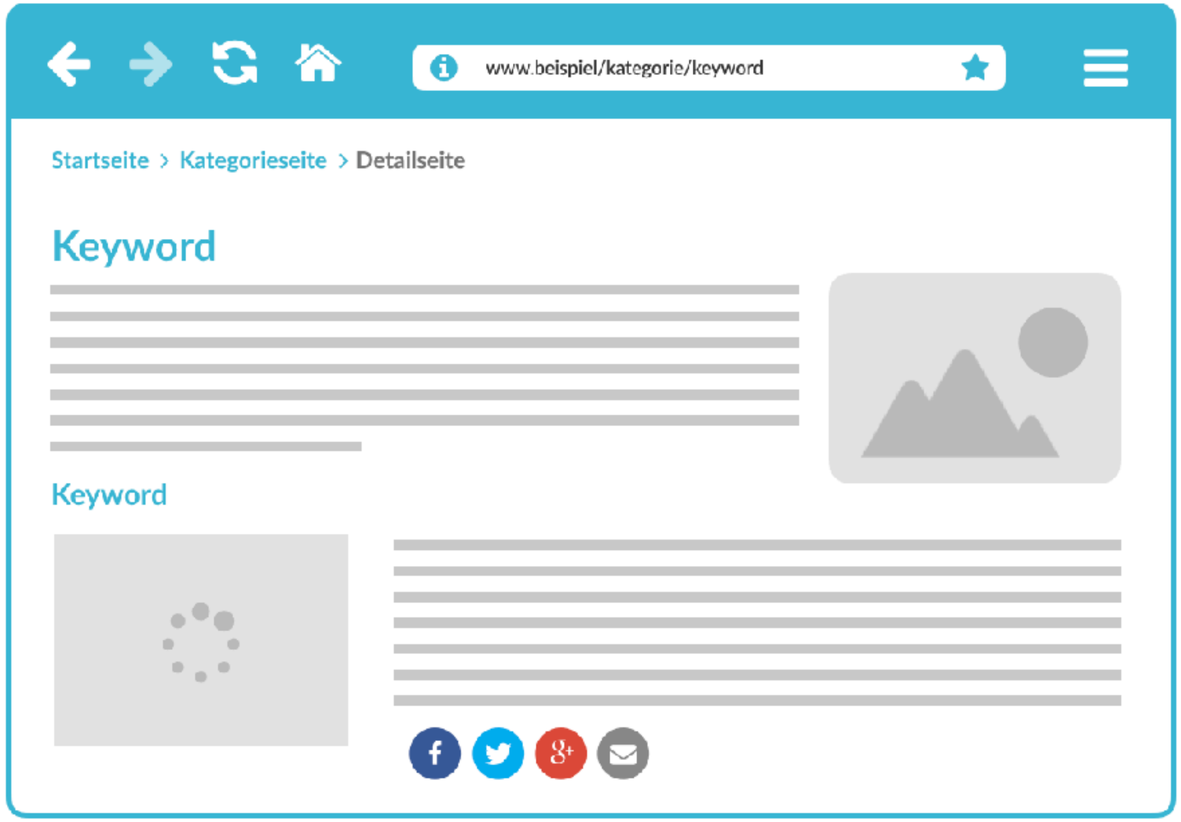
HMS CMD

tedox & EHA

Verwendung des relevanten Keywords sowie von Abwandlungen und Synonymen schafft Relevanz.

Verwendung zusätzlicher Medien (Bilder, Videos, Graphen) werten den Content auf und schafft einen USP bei den Suchmaschinen.

Social-Media-Buttons erleichtern die Verbreitung des Contents und schaffen Reichweite.



Quelle: crowdmedia

Content aus SEO-Sicht.

Die Grundlagen.

HMS CMD

tedox & EHA

Beachte beim Webtexten folgendes:

- Führe eine Keywordrecherche durch
- Wähle Überschriften mit Keywords
- Achte auf eine korrekte Hierarchie der Überschriften
- Verfasse eine Meta-Description mit Keyword
- Reduziere die Bildgröße
- Benenne Bilder vor dem Upload korrekt
- Lege einen Alt-Tag für Bilder fest
- Nutze SEO-Plugins, wie YOAST für Wordpress

<H1> Die 4 Säulen einer Social-Media-Strategie

- **<H2>** Die Kernfragen eine Social-Media-Strategie
- **<H2>** 1. Säule: Stecke dir realistische Ziele
- **<H2>** 2. Säule: Kenne deine Zielgruppe
- **<H2>** 3. Säule: Wähle deine Kanäle anhand deiner Themen
- **<H2>** 4. Säule: Arbeite als Team und kenne die Prozesse

Learnings EHA:

Sichtbarkeit & Lösen von Budget.

Zielsetzung EHA.

Leads über thematische Landingpages.

HMS CMD

tedox & EHA

EHA

Laden Sie sich hier unser Whitepaper herunter

VOR- UND NACHNAME*

FIRMA*

TELEFON*

E-MAIL*

Quelle: www.eha.net/LP/msbg

Sichtbarkeitsindex.

www.eha.net

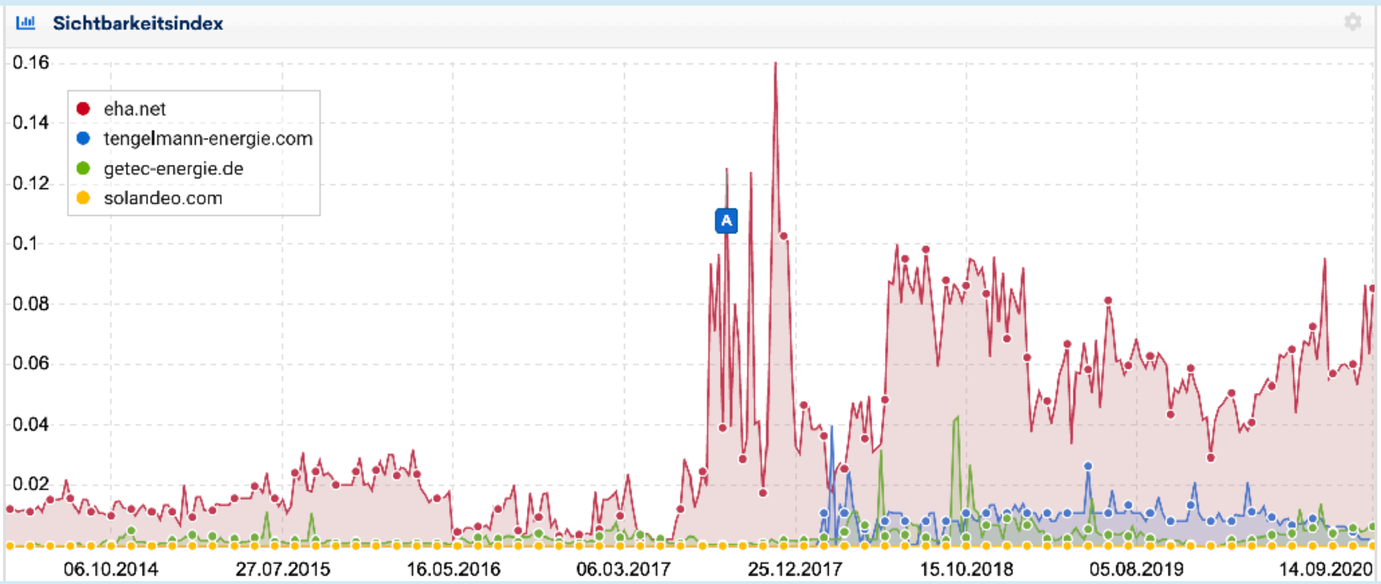
HMS CMD

tedox & EHA

Die Steigerung der Zugriffe über die organische Google-Suche lässt sich auch über den Sichtbarkeitsindex (SI) der Website www.eha.net ablesen.

Gerade seit der Zeit kurz nach Start des Blogs (2014) hat sich der SI, zwar schwankend, aber dennoch gut entwickelt und sich in den letzten Monaten stabilisiert.

Der Sichtbarkeitsindex (SI) ist eine Kennzahl für die Sichtbarkeit einer Domain bei Google. Je höher der SI einer Domain ist, desto höher sind in der Regel auch die Zugriffe über Google.



Quelle: Sistrix

Verbesserte Rankings.

Nach Keywords.

HMS CMD

tedox & EHA

Ganz wichtig für einen Blog: es braucht Zeit.

Gerade für umkämpfte Suchbegriffe mit hoher Konkurrenz braucht es Zeit, bis die entsprechenden Blog-Artikel in Suchmaschinen „gut“ ranken.

Die Geduld zahlt sich in der Regel aber immer aus.

Keyword	30.09.2018	31.10.2018	Verän...	URL
strommarkt	2	1	+1	www.eha.net/blog/details/strommarkt-deut...
digitalisierung der energiewende gesetz	4	3	+1	www.eha.net/blog/details/gesetz-digitalisie...
strombranche	6	5	+1	www.eha.net/blog/details/strommarkt-deut...
unabhängiger handelspartner	24	5	+19	www.eha.net/energie/gas.html
intraday strom	9	6	+3	www.eha.net/blog/details/handel-mit-strom...
standardlastprofil strom	12	6	+6	www.eha.net/blog/details/rlm-zaehler-slp-z...
netznutzungsentgelte	8	7	+1	www.eha.net/blog/details/netznutzungsent...
energiemix in deutschland	9	7	+2	www.eha.net/blog/details/strommix-in-deut...
leistungsmessung strom	10	7	+3	www.eha.net/blog/details/rlm-zaehler-slp-z...
stromzähler wechseln	12	7	+5	www.eha.net/LP/messstellen.html
energie hamburg	22	7	+15	www.eha.net/
lastgang strom deutschland	12	8	+4	www.eha.net/blog/details/produkte-stromm...
liberalisierung strommarkt	16	8	+8	www.eha.net/blog/details/strommarkt-deut...
liberalisierung strommarkt deutschland	13	9	+4	www.eha.net/blog/details/strommarkt-deut...

Quelle: Sistrix

Loslösen von Mediabudget (1).

Erste Effekte im Jahr 2017.

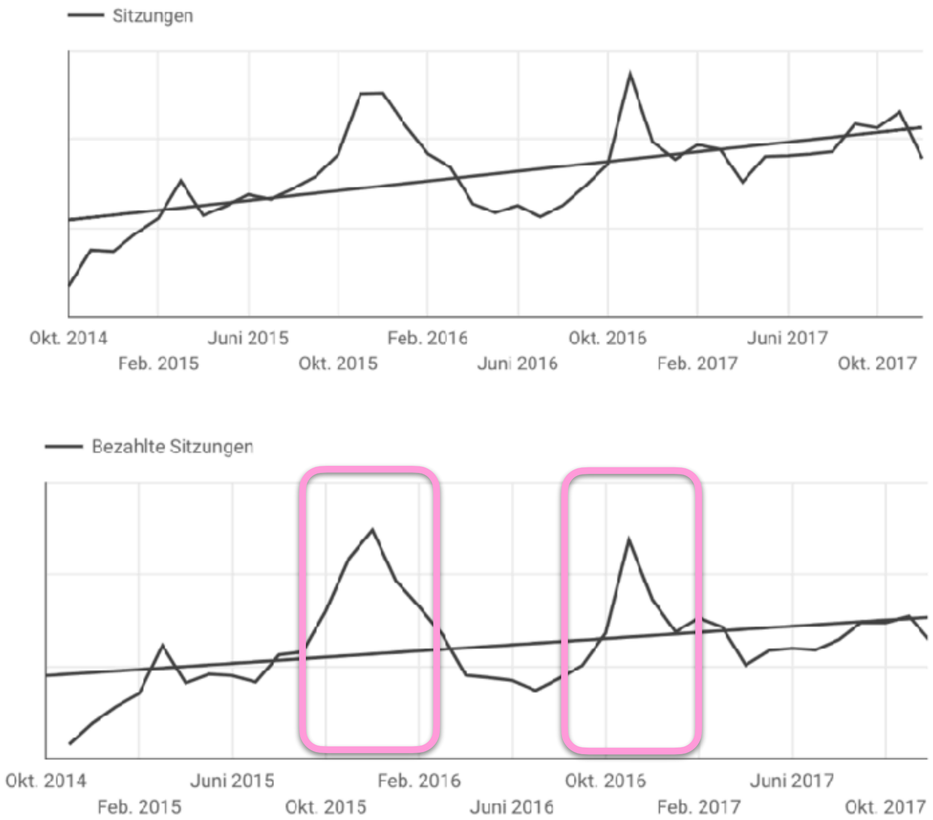
HMS CMD

tedox & EHA

Die Zugriffe bzw. Sitzungen auf die Website sind seit Relaunch im Herbst 2014 kontinuierlich gestiegen.

Es ist deutlich zu erkennen, dass die **Anzahl der Sitzungen klar im Zusammenhang mit den bezahlten Zugriffen** (Grafik rechts unten) bzw. dem eingesetzten Mediabudget steht.

Gerade gegen Ende der Jahre ist dieser Effekt deutlich sichtbar; ein höheres Mediabudget führte zu einer Steigerung der Zugriffe. Wurde das Mediabudget gesenkt, sanken die Zugriffe entsprechend.



Quelle: Google Analytics

Loslösen von Mediabudget (2).

Erste Effekte im Jahr 2017.

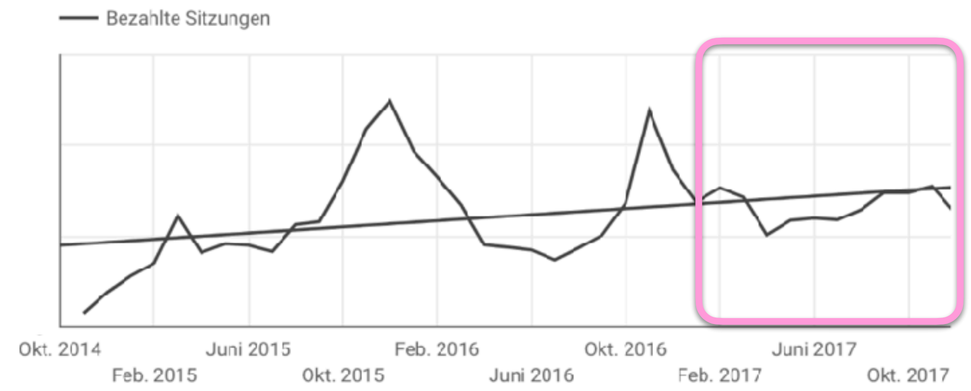
HMS CMD

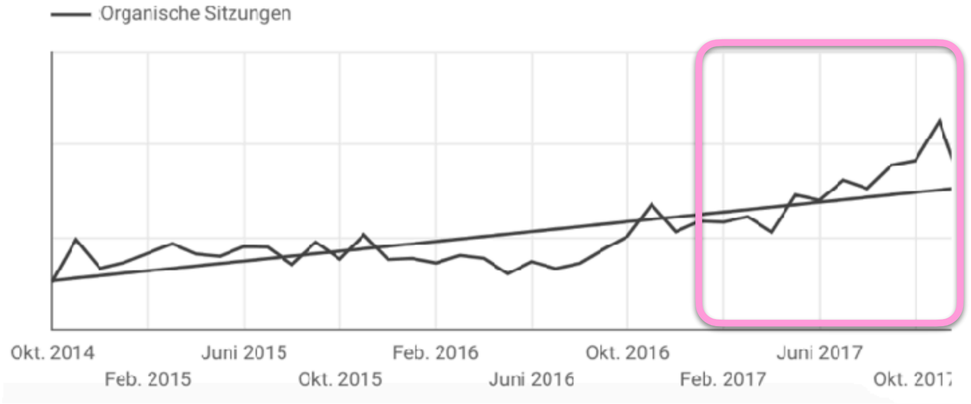
tedox & EHA

Im Jahr 2017 wurde das Mediabudget für Google AdWords um knapp Viertel gesenkt und gegen Jahresende nur moderat erhöht (vergleiche Grafik rechts oben).

Trotz der Senkung des AdWords-Budgets, sind die Sitzungen in 2017 im Vergleich zum Vorjahr insgesamt um 16,4 % angestiegen:

Begründet ist dies durch den Anstieg der organischen Zugriffe – **maßgeblich vorangetrieben durch das Blog** – von über 78 % im Vergleich zum Vorjahr (siehe Grafik rechts unten).





Quelle: Google Analytics

Das Blog & Landingpages.

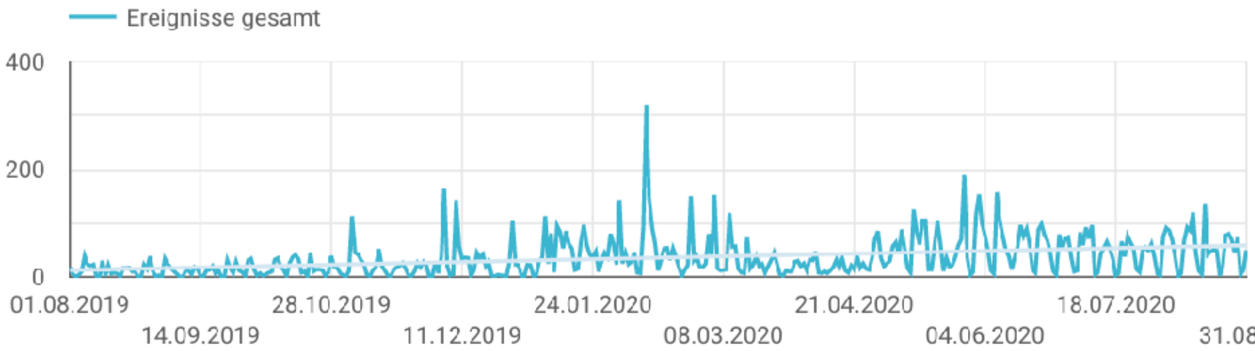
Zusammenspiel zwischen Blog & Landingpages.

HMS CMD

tedox & EHA

Im Laufe der Zeit wurde verstärkt versucht, **die gesteigerten Zugriffe auf das Blog zu den thematischen Landingpages weiterzuleiten, um dort Leads zu generieren.**

Im ersten Schritt wurden dafür **Störer** in ausgewählten Blog-Atikeln integriert, die über klare CTA-Buttons die Nutzer zu den Landingpages leiten sollen.



*Klicks auf den Störer, heruntergeladene oder Artikel liken, sowie Downloads.

Learnings tedox:

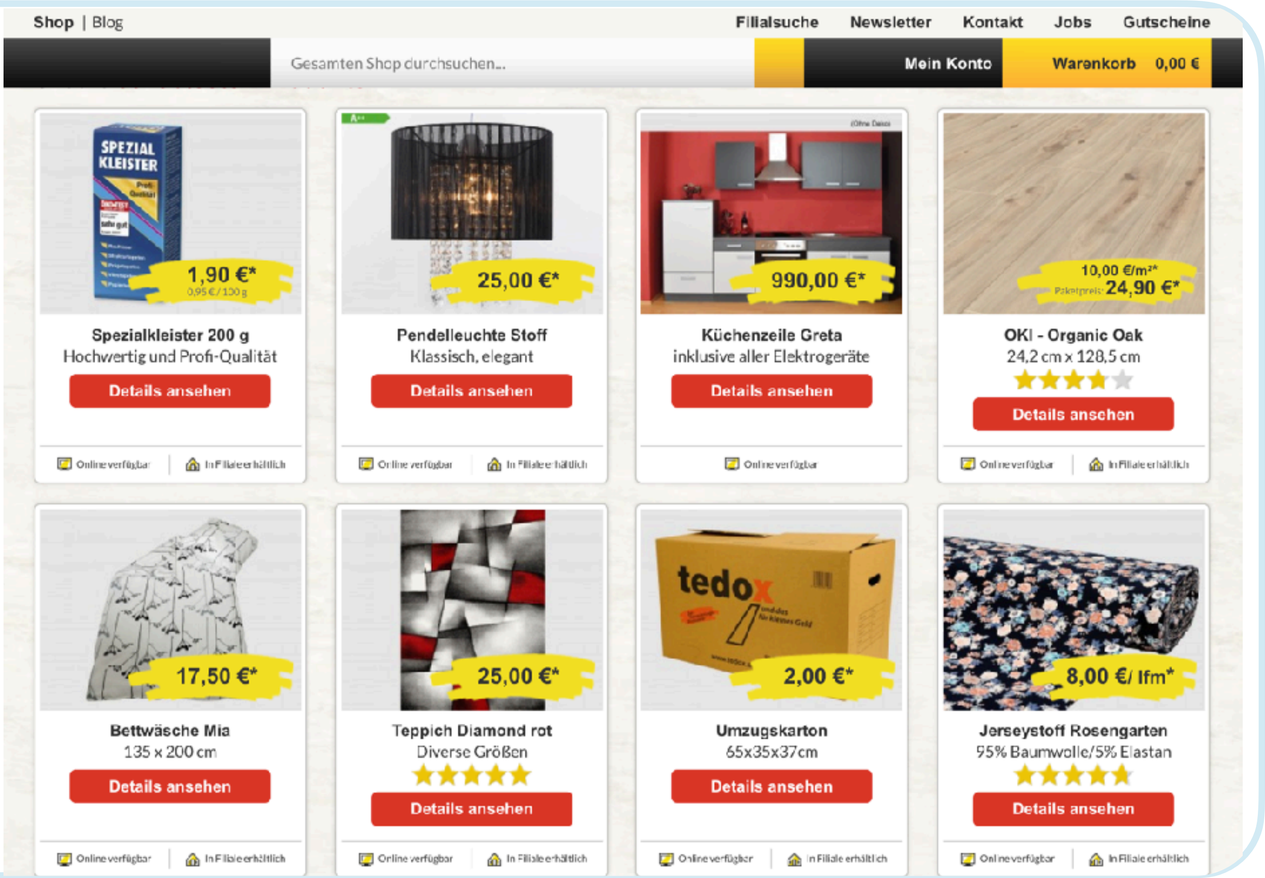
Sichtbarkeit & Lösen von Budget.

Zielsetzung tedox.

Abverkauf, Bekanntheit & Besuche in Filialen.

HMS CMD

tedox & EHA



Quelle: tedox.de

Quelle: tedox.de/shoplist

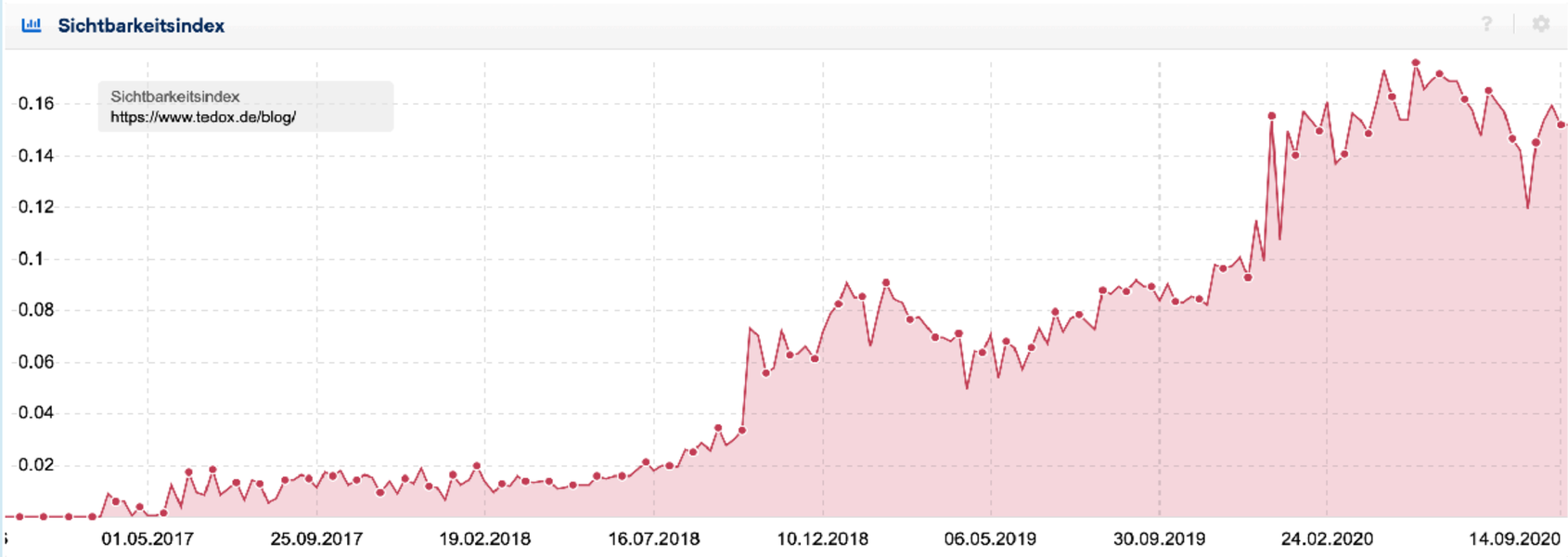
Sichtbarkeitsindex.

SI des Blogs seit Start.

HMS CMD

tedox & EHA

Die Steigerung der Zugriffe über die organische Google-Suche lässt sich auch über den Sichtbarkeitsindex (SI) der Website www.tedox.de/blog/ ablesen.



Der Sichtbarkeitsindex (SI) ist eine Kennzahl für die Sichtbarkeit einer Domain bei Google. Je höher der SI einer Domain ist, desto höher sind in der Regel auch die Zugriffe über Google.

Quelle: Sistrix

Verbesserte Rankings.

Nach Keywords.

HMS CMD

tedox & EHA

Keyword	30.09.2018	31.10.2018	Verän...	URL
farbeimer entsorgen	4	3	+1	www.tedox.de/blog/renovieren/farbe-entsorgen-farb...
tapetenrollen	5	3	+2	www.tedox.de/blog/renovieren/tapezieren/tapetenr...
küchenrückwand ideen	11	3	+8	www.tedox.de/blog/einrichten/kuechenrueckwand-i...
laminat verlegen tipps und tricks	8	4	+4	www.tedox.de/blog/renovieren/laminat-verlegen-anl...
gardinen raffen	9	4	+5	www.tedox.de/blog/dekorieren/gardinen-mit-kraeus...
farbreste entsorgen	9	4	+5	www.tedox.de/blog/renovieren/farbe-entsorgen-farb...
vinyltapeten verarbeiten	6	5	+1	www.tedox.de/blog/renovieren/tapezieren-anleitung...
stifterolle nähen	8	5	+3	www.tedox.de/blog/einrichten/stifterolle-naehen-diy...
laminat fliesenoptik verlegen	8	5	+3	www.tedox.de/blog/renovieren/laminat-verlegen-anl...
laminat verlegen anleitung pdf	8	5	+3	www.tedox.de/blog/renovieren/laminat-verlegen-anl...
laminat verlegen tipps tricks	8	5	+3	www.tedox.de/blog/renovieren/laminat-verlegen-anl...

Quelle: Sistrix

Blog-Inhalte auf Facebook (1).

Weitere Steigerung der Zugriffe.

HMS CMD

tedox & EHA

Die Blog-Artikel dienen u. a. als Content für die tedox Facebook-Fanpage und auch als Content für den zweiwöchentlichen tedox-Newsletter.

Da es bei Facebook allerdings um einen ausgewogenen Content-Mix aus Shop-Inhalten, Blog-Inhalten, Bildern, Videos und auch Fremd-Content geht, **machen die Zugriffe auf das Blog über Facebook im Vergleich zu den Zugriffen über Suchmaschinen nur einen kleinen Teil aller Zugriffe aus**.

Quelle: Google Analytics

Blog-Inhalte auf Facebook (2).

Weitere Steigerung der Zugriffe.

HMS CMD

tedox & EHA

Die Blog-Artikel dienen u. a. als Content für die tedox Facebook-Fanpage und auch als Content für den zweiwöchentlichen tedox-Newsletter.

Da es bei Facebook allerdings um einen ausgewogenen Content-Mix aus Shop-Inhalten, Blog-Inhalten, Bildern, Videos und auch Fremd-Content geht, machen die Zugriffe auf das Blog über Facebook im Vergleich zu den Zugriffen über Suchmaschinen nur einen kleinen Teil aller Zugriffe aus.

	Seitentitel	Seitenaufrufe ...
1.	Ein eingeschränktes Online-Sortime...	1,562
2.	Grillrost reinigen – säubern Sie den ...	813
3.	Gemütlichkeit pur: 8 einfache Laub-...	523
4.	Für den richtigen Durchblick - So wir...	483
5.	Nie wieder Kleiderchaos – So findet...	338
6.	Ob zur Dekoration oder effektiven N...	306
7.	Die Lieblings-Grillrezepte des Redak...	282
8.	Inhalt für die Schultüte – Ideen und ...	282

Quelle: Google Analytics

Blog-Content ohne SEO?

Geht auch. Aber...

Blog geht auch anders. Aber...

HMS CMD

tedox & EHA

WORK

Exklusivinterview mit der Makerin Laura Kampf

Die Makerin, Designerin und YouTuberin Laura Kampf begeistert mit ihren einzigartigen und individuellen Kreationen, die stets unter dem Motto „The process is the product" laufen, ihre halbe Millionen Fans weltweit auf YouTube.

Weiterlesen »

WORK

Aus Liebe zum Holz

Wenn Lisa Marie Martach und Ricarda Mayer mit ihrer Schreinerei & Raumgestaltung Allgäuer Holzliebelei ein Projekt angehen, dann entstehen unter dem Einsatz von Leidenschaft, Können und Einfallsreichtum Möbelunikate aus Alt- und Massivholz. Wir haben die beiden kreativen Schreinerinnen im Allgäu besucht.

Weiterlesen »

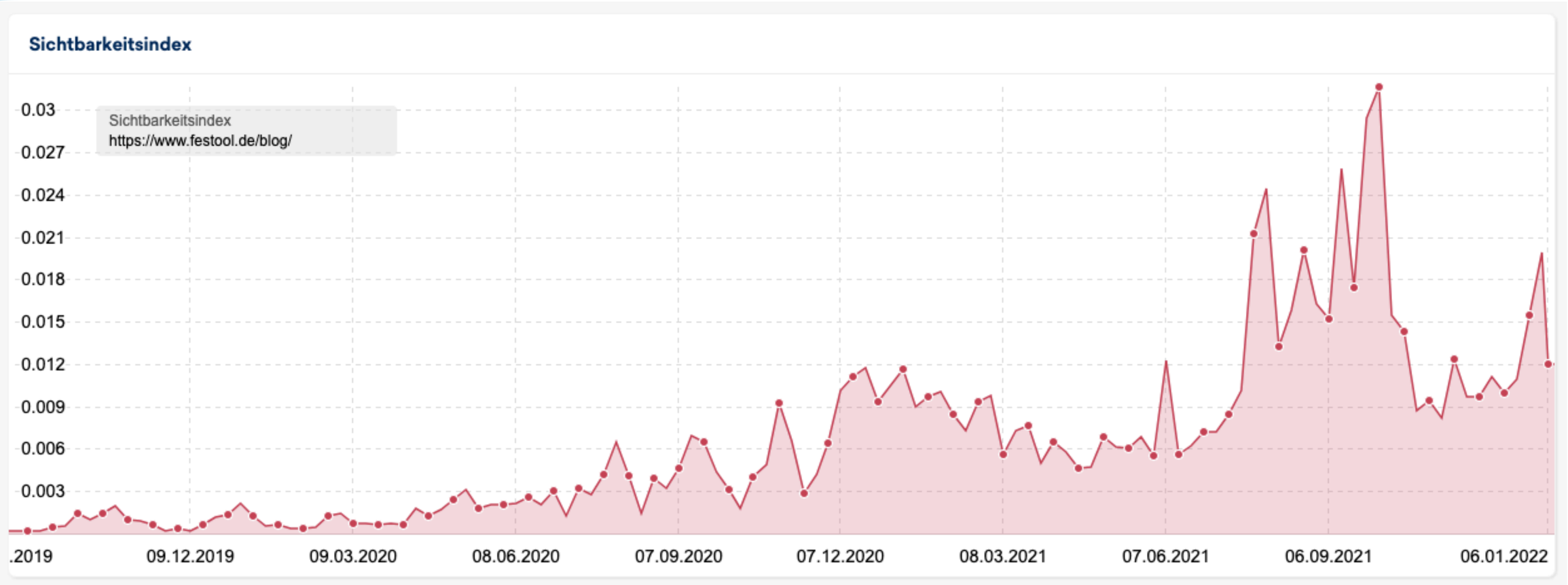
Quelle: https://www.festool.de/blog

Über SEO nicht auffindbar.

Reichweite muss anders generiert werden.

HMS CMD

tedox & EHA



Quelle: www.festool.de/blog/

Erfolgsmessung.

Tools & Dashboards.

SEO-Kennzahlen.

Die 3 Dimensionen.

Suchmaschinenoptimierung sollte im wesentlichen drei Ziele unterstützen:

- **Reichweite**: Bekommen wir mit SEO-Maßnahmen mehr Reichweite und somit einen höheren Erfolg in der gewünschten Zielgruppe?
- **Interaktion:** Setzt sich der Nutzer mit unseren Inhalten bewusst auseinander und informiert sich über das Angebot?
- **Transaktion:** Kommt es zu der gewünschten Transaktion?

Es geht also weder um Textlängen, noch um die Anzahl von Links oder einfache Rankings. Es geht um die **Wirkung der SEO- & Content-Aktivitäten** im Rahmen der gesamten Marketingaktivitäten, die sich mit Hilfe von den drei genannten Dimensionen im Kennzahlensystem messen lässt.

Quelle: https://www.crowdmedia.de/unterschaetzter-erfolgsfaktor-seo-controlling/

KPIs zur Messung.

Die 3 Dimensionen.

Reichweite

- Sichtbarkeit in Google, Bing und Yahoo
- Anzahl der Rankings in den Top 10 der Suchmaschine Google
- Suchvolumen der Rankings in den Top 10
- Sichtbarkeit im Mobilen Google Index
- Sichtbarkeitsindex aus Tools wie Sistrix
- Aufrufe eines Videos, welche durch Anfragen über Suchmaschinen generiert wurden

Interaktion

- Visits auf einer Webseite, die mehr als zwei Minuten dauern
- Anzahl der Anrufe, die über die Landingpage generiert wurden
- Abrufe von e-Books, Whitepaper
- Anzahl der Videoaufrufe auf der Landingpage
- Anzahl der Wiedergaben von mehr als 20 Sekunden eines Videos

Transaktion

- Anzahl der ausgelösten Buchungen
- Umsatz, der generiert wurde
- Anzahl der Anfragen im Verhältnis zum SEO-Budget

Wenn keine Transaktionen, dann Idee des Media-Äquivalenz-Wertes: Was hätte mich die durch SEO generierte Reichweite in einem alternativen Werbe-Medium gekostet z. B. Adwords.

Quelle: https://www.crowdmedia.de/unterschaetzter-erfolgsfaktor-seo-controlling/

SEO-Controlling.

Tools.

- Sistrix
- Seobility
- Google Analytics
- Und viele weitere

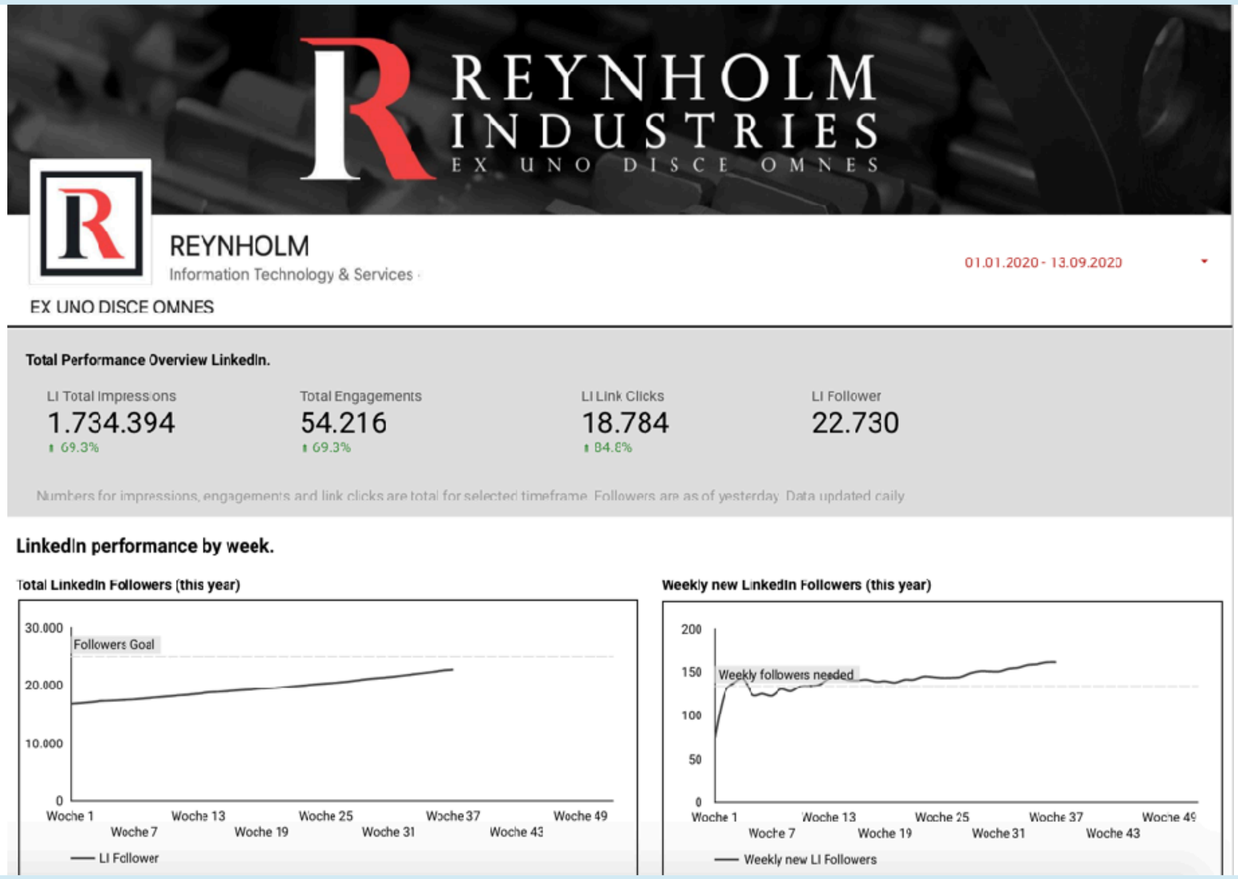
Quelle: https://www.crowdmedia.de/unterschaetzter-erfolgsfaktor-seo-controlling/

Web-Analyse-Tool.

Ein Muss.

Für die Erfolgsmessung auf der Website braucht ihr zwingend ein Web-Analyse-Tool – egal ob es Matomo (ehemals Piwik), Google Analytics, eTracker oder ein anderes Tool ist.

Neben den bloßen Seitenaufrufen und Sitzungen zeigen euch diese Tools auch die Effizienz und die Effektivität einzelner Maßnahmen an.

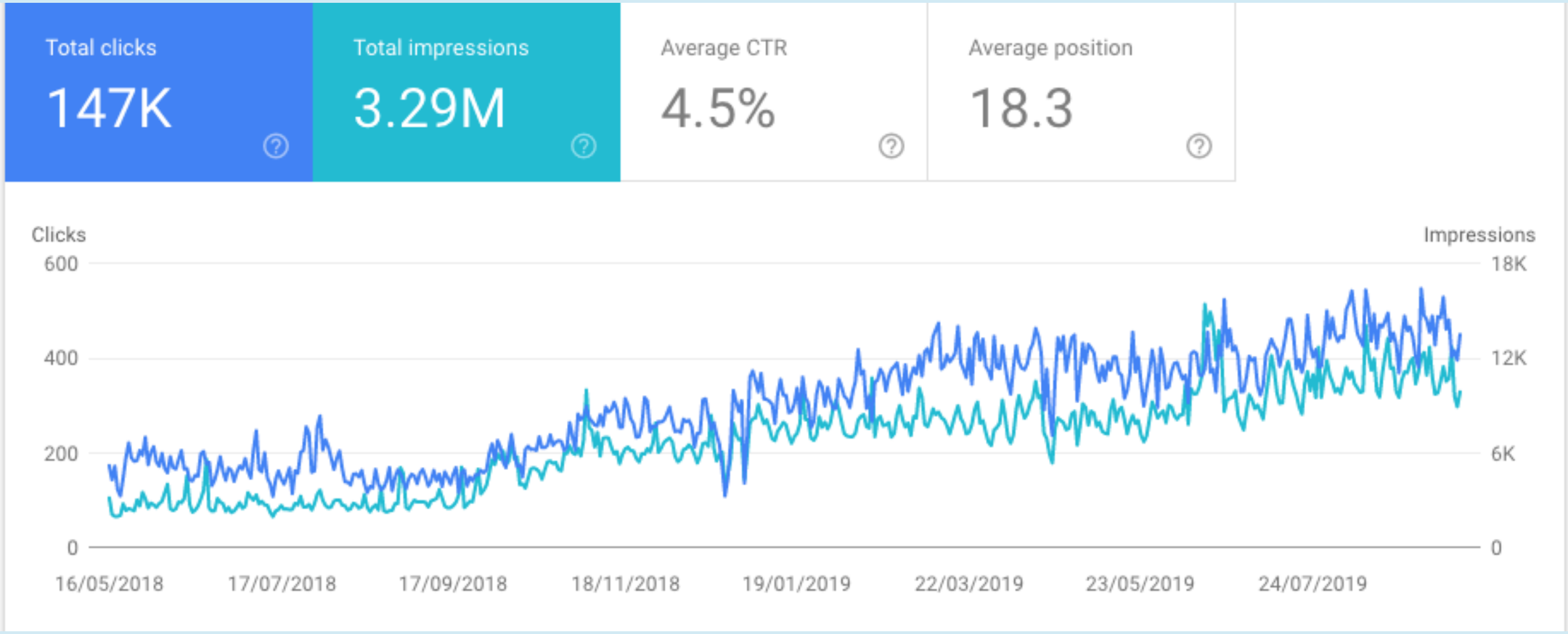


Google Search Console.

Ein Muss für die Suchmaschinenoptimierung.

HMS CMD

Tools & Dashboards



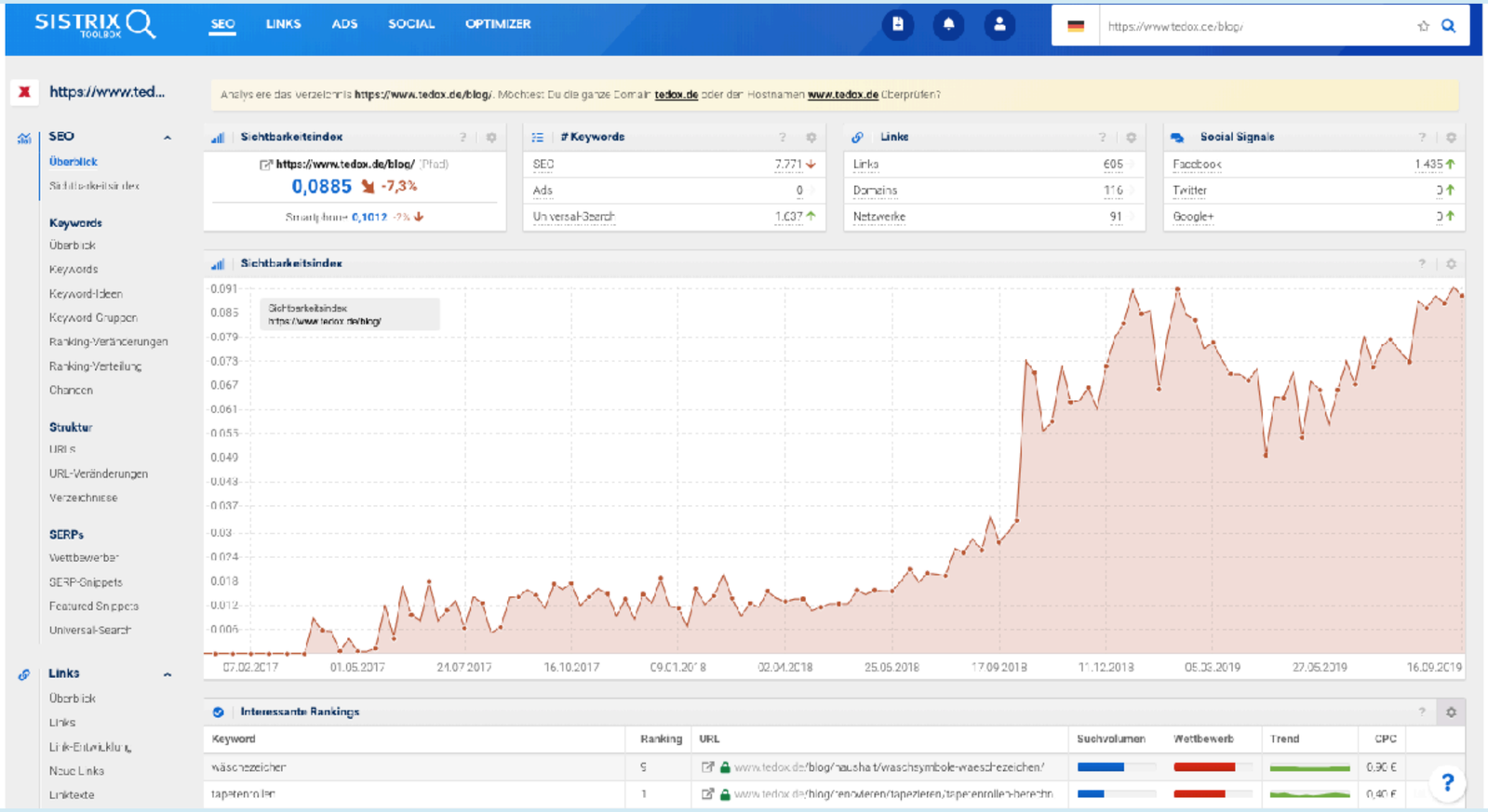
Quelle: Google Search Console

Sistrix.

Extrem hilfreich, aber kostet eben.

HMS CMD

Tools & Dashboards



Quelle: Sistrix

Meine Kontaktdaten.

crowdmedia.de

crowdmedia GmbH
Großer Burstah 50-52
20457 Hamburg

Felix Schlepper
fs@crowdmedia.de
+49(0)40 / 60 94 07 351

Mehr über uns:

crowdmedia.de