

Schweizer Elektronik - Webshops vernachlässigen Suchmaschinenmarketing

Elektronik-Shops im Web verschenken durch mangelhaftes Suchmaschinenmarketing riesige Umsatzchancen, zeigt eine aktuelle Studie von Yourposition und Searchmetrics.

Berlin/Zürich - 5. Mai 2011. Online-Shops im Bereich Consumer-Electronics sind in Suchmaschinenergebnisseiten im Vergleich zu Spezial-Shops, Test- und Vergleichsportalen oder Informationswebsites stark unterrepräsentiert. Das zeigt die aktuelle Branchenstudie „Suchmaschinenmarketing Online-Shops Consumer Electronics“, die der führende Schweizer Anbieter im Suchmaschinenmarketing, Yourposition, jetzt für den Schweizer Markt vorlegt. Das Unternehmen analysierte im Rahmen einer sechswöchigen Überwachung mithilfe der Search-Analytics-Software „Searchmetrics Suite“ anhand von zwanzig vordefinierten Keywords das Abschneiden von zwanzig führenden Schweizer Online-Shops für Unterhaltungselektronik und Computerzubehör in organischen und bezahlten Suchmaschinenergebnissen.

Das Ergebnis: Die Sichtbarkeit der untersuchten Shops in organischen Suchergebnissen ist für die analysierten Keywords nicht zufriedenstellend. Von den 20 untersuchten Shops sind acht bei keinem der Keywords innerhalb der ersten zehn Suchergebnisseiten in Suchmaschinen vertreten. Unter die Top-Ten-Suchergebnisse hat es mehr als die Hälfte der untersuchten Shops nicht geschafft, die restlichen platzierten sich mit lediglich einem von 20 Suchwörtern unter die Top Ten.

Darüber hinaus investieren lediglich acht von 20 Shops ernsthaft in ihre Sichtbarkeit bei Google AdWords und sind für rund 200 bis 250 hochvolumige Short-Tail-Keywords in den bezahlten Suchergebnissen sichtbar. Vier Domains schalten nur sehr eingeschränkt Adwords und acht Webshops verzichten scheinbar komplett auf bezahlte Werbung bei Google.

Branchensieger brack.ch

Sieger der Branchenstudie sind Shops mit vergleichsweise großer Markenbekanntheit. So erfüllen

die Shopbetreiber brack.ch, conrad.ch, digitec.ch, fust.ch, interdiscount.ch, melectronics.ch, misco.ch, pcp.ch und stegcomputer.ch, die grundlegenden Voraussetzungen für eine gute Suchmaschinen-Performance. Im unteren Mittelfeld bewegen sich Shops wie buchmann.ch, felbo.ch, heinigerag.ch, microspot.ch oder techmania.ch. Schlusslichter in der Analyse sind digitaldiscount.ch, electronics3000.ch, mediasky.ch, ohc24.ch, pchc.ch und pettinaro-edv.ch.

Als größte Mängel bei der Suchmaschinenoptimierung identifizierten die Suchmaschinenmarketing-Profis vor allem die Inhalte. „Der überwiegende Anteil der untersuchten Domains offenbart große inhaltliche Optimierungspotenziale“, konstatierten die Tester. In einem ausreichenden Mittelfeld bewegen sich mit fust.ch, iterdiscount.ch, melectronics.ch, microspot.ch und misco.ch nur fünf Shopbetreiber. Bei mehreren Domains kritisieren die Tester außerdem prinzipielle technische Barrieren für Suchmaschinen.

Zur Methodik

Untersucht wurden in der Studie die E-Shops brack.ch, buchmann.ch, conrad.ch, digitaldiscount.ch, digitec.ch, electronics3000.ch, felbo.ch, fust.ch, heiningerag.ch, interdiscount.ch, mediasky.ch, melectronics.ch, microspot.ch, misco.ch, ohc24.ch, pchc.ch, pcp.ch, pettinaro-edv.ch, stegcomputer.ch und techmania.ch. Bei der Auswahl der Domains wurden Online-Shops berücksichtigt, die über ein Produktangebot mit vergleichbarer Ausrichtung und Größe verfügen. Mithilfe der Searchmetrics Suite wurden auch relevante Subdomains in die Beobachtung mit eingeschlossen.

Die analysierten Keywords waren „Blu-Ray Player“ (5.400 Suchanfragen innerhalb eines Monats in der Schweiz), „Camcorder HD“ (2.900), „Computer kaufen“ (880), „Computer Zubehör“ (590), „Digital Filmkamera“ (480), „Digitale Spiegelreflexkamera“ (2.400), „digitaler Bilderrahmen“ (2.900), „Drucker Zubehör“ (320), „externe Festplatten“ (14.800), „Fotokamera“ (2.900), „günstiges Notebook“ (100), „Heimkino System“ (1.900), „Laserdrucker Farbe“ (260), „LCD Fernseher“ (5.400), „Monitor mit Touchscreen“ (720), „Navigationsgeräte“ (9.900), „Tintenpatronen Canon“ (880), „Tragbarer DVD-Player“ (1.600), „Universal Fernbedienung“ (1.900), „Xbox 360 kaufen“ (880).

Über Yourposition:

Yourposition ist der führende Schweizer Anbieter im Suchmaschinenmarketing. 2003 als yourposition gegründet, betreut die Agentur heute rund 100 Kunden in den drei Geschäftsbereichen Google AdWords, Suchmaschinenoptimierung und Web Analytics. Zu den Kunden von Yourposition zählen namhafte Schweizer Unternehmen verschiedenster Branchen wie Flughafen Zürich, Die Schweizerische Post, Ex Libris AG, WWF Schweiz, Blacksocks SA, Sulzer Ltd oder Hapimag. Die SEO-Dienstleistungen von Yourposition reichen von der technischen und inhaltlichen Analyse über das Consulting bei Optimierungsmassnahmen bis hin zu Monitoring- und Betreuungsmandaten. Im Bereich Google AdWords bietet Yourposition Full Service inklusive Keyword-Analyse, Kampagnenkonzepion, Anzeigentexte, Tracking und Reporting. Yourposition ist Google AdWords Certified Partner, Microsoft adExcellence Member und Mitglied der Web Analytics Association. Weitere Informationen bekommen Sie unter: www.yourposition.ch.

Über Searchmetrics:

Die Searchmetrics GmbH ist der Pionier und heute führende Anbieter von Search Analytics Software für Unternehmen. Searchmetrics verfügt über eine einzigartige Server-Infrastruktur und Softwarelösung — die Searchmetrics Suite — mit der für Searchmetrics Kunden und Partner ständig sehr große Datenmengen über das Ranking von Websites, Such-Stichworten und der jeweils relevanten Wettbewerbergruppen aggregiert und auswertbar gemacht werden. Neben diesem Software Service bietet Searchmetrics auch High-End SEO-Consulting Dienstleistungen, die Kunden gewährleisten, dass ihre Webinhalte auf den ersten Plätzen der führenden Suchmaschinen gefunden werden. Das schnell wachsende Berliner Unternehmen, an dem die Verlagsgruppe Holtzbrinck und die renommierte Risikokapitalgesellschaft Neuhaus Partners beteiligt sind, beschäftigt heute 70 Mitarbeiter und trägt mit seinen Software-Services bei Kunden wie bild.de, ProSiebenSat.1, ImmoWelt, Siemens, T-Online und Hexal zu hervorragenden Suchmaschinenrankings bei. Ziel von Searchmetrics ist der Aufbau eines weltweiten Geschäfts mit der Vermarktung der Searchmetrics Suite als SaaS-Lösung („Software as a Service“) über ein Netzwerk von Partnern. Weitere Informationen zu Searchmetrics und zum Searchmetrics-Partnerprogramm unter: www.searchmetrics.com