

Erste Studie zum Suchmaschinenmarketing im E-Commerce 2011

SEM Deutschland erstellt Datenerhebung mit der Search Analytics-Softwarelösung Searchmetrics Suite

Berlin/Hannover, 14. April 2011 Der über Suchmaschinen gewonnene Traffic spielt aufgrund der daraus resultierenden überdurchschnittlichen Conversion Rates eine wichtige Rolle im E-Commerce - folglich auch für die Online Marketing-Aktivitäten von Unternehmen. Die erste große Studie zum Thema Suchmaschinenmarketing, -optimierung und -analyse im Bereich des E-Commerce wurde im Rahmen einer Partnerpräsentation auf der Konferenz SMX in München von der Online Marketing Agentur SEM Deutschland einem ausgewählten Fachpublikum vorgestellt. Die Erhebung der Daten wurde ermöglicht durch die Search Analytics-Softwarelösung Searchmetrics Suite des weltweit führenden Anbieters von Search Analytics-Lösungen.

Die aktuelle Studie untersucht den Status Quo hinsichtlich Suchmaschinenwerbung (SEA) und Suchmaschinenoptimierung (SEO) (Stand Januar 2011) der 97 führenden Online-Shops in Deutschland.

„Suchmaschinenmarketing in Form von SEO und AdWords ist für E-Commerce Unternehmen und Online Shops das wichtigste Online Marketing-Instrument um den direkten Abverkauf zu beeinflussen,“ sagt Olaf Kopp, Geschäftsführer SEM Deutschland. „Noch immer werden SEM-Potentiale von Online Shops nicht genutzt. Auch die Möglichkeit, mit der Google Shopping-Suche direkte Sales zu erwirtschaften, ist bei vielen E-Commerce-Unternehmen noch nicht angekommen. Mit dem Einsatz der Software von Searchmetrics können wir die Potentiale für SEO, Google AdWords und die Universal Search erkennen und analysieren.“

Die Ergebnisse der Studie im Überblick:

- Die organischen Suchergebnisse sind die wichtigsten Suchmaschinen-Traffic-Lieferanten für Online Shops – noch vor Google AdWords und der Google Shopping Suche.

- Die Google Shopping-Suche hat sich als die relevanteste Universal Search-Zugriffsquelle herausgestellt und rangiert somit noch vor Google Places.
- BtoB-fokussierte E-Commerce-Unternehmen sind stark in der organischen Sichtbarkeit, aber schwach bei den Google AdWords.
- Im Bereich der Google AdWords sind Shops für Bürozubehör sehr aktiv, bei ihnen zeigt sich jedoch Ausbaupotential im Rahmen der Suchmaschinenoptimierung.
- Am aktivsten im Suchmaschinenmarketing anhand von AdWords und Suchmaschinenoptimierung sind Online-Shops für Kleidung und mit Komplett-Sortiment sowie BtoB-orientierte E-Commerce Unternehmen.
- Bei Online-Shops die Bücher anbieten, ruhen in Bezug auf den Einsatz von Google AdWords noch ausbaufähige Potenziale.

Dr. Horst Joepen, Geschäftsführer von Searchmetrics: „Die Ergebnisse der Studie mit SEM Deutschland zeigt, dass viele E-Commerce Unternehmen einfach Geld auf dem Tisch liegen lassen, dass sie mit einer – im Vergleich zu den Benchmarks – optimal ausbalancierten Strategie für organische und bezahlte Suche leicht verdienen können. Sie zeigt auch, dass wir mit unserem Search Analytics Werkzeug Searchmetrics Suite heute die Grundlagen liefern können, die erforderlichen Investitionen genau zu lenken.“

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

Über SEM Deutschland:

SEM Deutschland ist eine Online Marketing Agentur mit Sitz in Hannover. SEM Deutschland hat sich auf performanceorientierte Suchmaschinenoptimierung (SEO) und AdWords Optimierung für Online Shops und KMUs spezialisiert. Zudem bietet die Agentur Beratung in Sachen Web Analytics, Usability und ganzheitlichem Online

Marketing. SEM Deutschland begleitet E-Commerce Projekte vom Pitching einer geeigneten E-Commerce Agentur, über die CMS Auswahl bis zum Launch mit Blick auf SEO, Web Analytics und Usability. Die derzeit sechsköpfige Agentur um den Inhaber Olaf Kopp wurde im Oktober 2009 in Hannover als reine Suchmaschinenmarketing Agentur gegründet. Olaf Kopp ist diplomierter Kaufmann und arbeitete nach seinem Studium mehrere Jahre als Online- und Offline Marketing Manager im Versandhandel. Für Online Shops bietet SEM Deutschland flexible und erfolgsbasierte Agentur Vergütungsmodelle. Zu Kunden der Hannoveraner Agentur gehören in erster Linie kleine- und mittelständische E-Commerce Unternehmen und Großunternehmen wie Universal Music, TUI InfoTec oder die digicon AG.