

MEDIENINFORMATION

SEO + CX = ERFOLG?!

Vom Suchen, Finden und Bleiben: Warum Customer Experience schon lange beginnt, bevor Sie Ihre Kunden kennen lernen...

Wien, 25. April 2018. Wenn Sie an Ihren letzten Online -Einkauf denken, was haben Sie gekauft? Ein Flugticket, ein paar Laufschuhe oder eine neue Lampe für Ihr Wohnzimmer? Ab welchem Zeitpunkt war für Sie das Unternehmen, bei dem Sie gekauft haben, digital präsent? Und nach welchen Begriffen haben Sie gesucht?

Für die meisten Kunden beginnt die Customer Journey schon bei der Suche nach einem bestimmten Produkt im Netz. „Google, Content und Customer Experience sind daher maßgeblich für den Unternehmenserfolg verantwortlich und ein wesentlicher Bestandteil jeder integrierten Marketingstrategie“, weiß Markus Inzinger, Geschäftsführer von Otago Online Consulting und Experte für Suchmaschinenoptimierung und Onlinekommunikation.

Wie können Unternehmen eine SEO-freundliche Customer Journey entwickeln? Und wie kann Suchmaschinenoptimierung (Search Engine Optimization = SEO) die Customer Experience (CX) verbessern? Und umgekehrt...

Customer Experience ist die Summe aller Erlebnisse, die ein Kunde an verschiedenen Kontaktpunkten mit einem Unternehmen hat. Unternehmen müssen heute lernen, wie Prozesse optimal ablaufen und quer über alle Kontaktpunkte ineinandergreifen – vor allem aber, wie Menschen diese erleben. Wer dabei einen guten Überblick bewahrt und die Prioritäten richtig setzt, sichert seinen Geschäftserfolg am besten.

„Eine gute Customer Journey beginnt nicht erst mit einer konkreten Anfrage oder mit dem Kauf eines Produktes. Wenn sich Kunden im Web auf die Suche machen, geht es in der Regel immer darum, ein bestimmtes Bedürfnis zu befriedigen. Wer die Bedürfnisse seiner Kunden schon kennt und weiß, wie er sie erfüllt, hat viel gewonnen. Das beginnt schon bei der Überlegung, was der Kunde suchen könnte. Daher ist SEO ein wichtiges 'Weichenstellen', weil man die User sonst schon früh im Prozess verliert“, betont Christine Krimmel, Co-Gründerin der CX-Agentur und Expertin für Customer Experience.

Wer sucht, der findet.

Unabhängig davon, ob die Österreicher ihren Einkauf online oder in einem Geschäft tätigen wollen, informieren sie sich vorab über das Produkt im Internet. Dabei spielen weder Alter, Geschlecht noch Bildungsgrad eine signifikante Rolle. Über 90 Prozent der Internetnutzer verwenden dabei Suchmaschinen. Laut Otago Online Trendreport 2017* ist sogar für 97 Prozent der Österreicher die Online-Produkt-Recherche über Google selbstverständlich. Die überwiegende Mehrheit klickt maximal die ersten fünf Suchergebnisse an. Wer also bei Google ganz vorne liegt, hat klar einen massiven Wettbewerbsvorteil.

Mit Suchmaschinenoptimierung kann man alle relevanten Faktoren optimieren, die das Ranking beziehungsweise die Sichtbarkeit einer Website beeinflussen. Das sind zum Beispiel Seitengeschwindigkeit, ein sauberer technischer Aufbau, Nutzerfreundlichkeit, passende Inhalte für die Suchanfragen der Zielgruppen und Verlinkungen auf die Seite.

Mobile First!

Gesucht wird heute unterwegs. 89 Prozent aller Österreicher verwenden dafür ein mobiles Endgerät (siehe dazu Otago Online Trendreport*). Eine gut funktionierende, leicht bedienbare mobile Website ist daher essenziell, um für Kunden im richtigen Moment die erwünschten Informationen zu liefern. Laut Google wechseln 29 Prozent der Smartphone-Benutzer sofort auf eine andere Website oder App, wenn die Seite/App nicht ihrem Bedarf entspricht. Zum Beispiel, wenn sie nicht die gesuchte Information finden oder die Seite/App zu langsam ist. Markus Inzinger: "Responsive Design, leicht auffindbare Kontaktmöglichkeiten und vor allem schnelle Ladezeiten entscheiden hier über den Erfolg."

Positive Erlebnisse machen den Unterschied.

Die meisten Kunden sind dankbar für eine Vereinfachung ihres Lebens. Schnell eine Lösung zu finden ist ein positives Erlebnis. Je genauer man das Suchverhalten der Nutzer versteht, desto besser kann man schon früh in der Customer Journey als ‚hilfreich‘ wahrgenommen werden“, so Christine Krimmel. Und Markus Inzinger ergänzt: Deshalb ist SEO eine relevante Marketingmaßnahme, um eine erfolgreiche Customer Experience zu erzeugen. Denn: Nur wer gut im Web gefunden wird, kann hier auch erfolgreich sein.“

Die CX Agentur unterstützt Unternehmen bei der Entwicklung und Umsetzung von kundenzentrierten Strategien, Produkten und Prozessen. Dabei werden Kunden mit innovativen Methoden in den Designprozess eingebunden. Unternehmen erleben die Welt mit den Augen ihrer Kunden – das eröffnet neue Blickwinkel und Perspektiven. Die Expertise umfasst sowohl die methodische Kompetenz von kundenzentriertem Design als auch die inhaltliche Expertise aus Marketing, Projekt- und Prozessmanagement – mit jahrelanger Erfahrung und nachweisbaren Erfolgen. Christine Krimmel, Co-Gründerin der CX-Agentur, CX-Designerin und zertifizierte PCM-Trainerin/Coach, begleitet Unternehmen, die ihren Fokus nachhaltig auf Kunden ausrichten. Mehr Informationen unter www.cx-agentur.at.

Otago Online Consulting hilft Unternehmen dabei, im Web besser gefunden zu werden. Mittels Suchmaschinenmarketing (Search Engine Marketing = SEM), Suchmaschinenoptimierung und Social Media Marketing werden Maßnahmen gesetzt, die mehr Besucher auf die Websites der betreuten Unternehmen bringen – und damit mehr potenzielle Kunden. Die Angebotspalette von Otago Online Consulting reicht von Website-Checks, SEO-Konzepten zur Optimierung von Websites und laufender Betreuung im SEO-Bereich, bis zur Betreuung von Performance-Marketing- und Social Media-Kampagnen. Unterstützung bietet Otago Online Consulting auch in den Bereichen Google Display-Netzwerk, Re-Marketing und in Form individueller Workshops für SEO, AdWords und Social Media Marketing. Mehr Informationen unter www.otago.at.

** Mehr Informationen im Otago Online Trendreport 2017 – Das digitale Konsumverhalten: So ticken Herr und Frau Österreicher beim Online-Shopping. Im Fokus steht das digitale Such- und Kaufverhalten der Österreicher. Im Auftrag von Otago Online Consulting hat meinungsraum.at dazu 1.000 Österreicher repräsentativ befragt.*

<https://www.otago.at/otago-online-trendreport-2017/>**Medienkontakt: SPIEGL & LEHNER**

OG:

Doris Spiegl, Tel.: 0676/540 15 94, Mail: spiegl@spieglllehner.com

Karin Lehner, Tel.: 0650/555 66 56, Mail: lehner@spieglllehner.com

Vom Suchen, Finden und Bleiben: Damit Nutzer Kunden werden und Kunden bleiben – so gelingt eine erfolgreiche Online Customer Experience:

Kennen Sie Ihre Zielgruppe und Ihr Suchverhalten? Überlegen Sie, mit welchen Begriffen (auch umgangssprachlich) nach Ihren Produkten gesucht wird und nutzen Sie auch diese Begriffe und Phrasen.

Content, Content, Content: Unerlässlich ist guter, aussagekräftiger Content. Denn Seitenbesucher suchen gezielt nach Informationen, die leicht zugänglich und verständlich sein müssen.

Lernen Sie die Bedürfnisse mobiler Besucher kennen: Finden Sie heraus, was Besucher auf Ihrer Website tun und gestalten Sie diese dementsprechend. Platzieren Sie calls to action gezielt und führen Sie Seitenbesucher durch Ihre Inhalte. Mobil sollte der Seitenbesuch besonders einfach gemacht werden: klarer Menüaufbau, schnelle Ladezeiten und wichtige Informationen auf den ersten Blick sind essenziell.

Keep it short! Ladezeiten verkürzen: Komprimieren Sie Bilder auf Ihrer Seite und optimieren Sie die Servereinstellungen – damit verkürzen Sie die Ladezeiten. Für viele Menschen ist eine zu lange Ladezeit der Grund, die Seite sofort wieder zu verlassen.

Zielaktion definieren: Welche Aktion sollen Besucher primär auf Ihrer Seite durchführen? Termin vereinbaren, Produkt oder Newsletter bestellen, Inhalte teilen? Je kürzer es dauert, bis sich ein Besucher zu dieser Aktion durchklickt, umso besser die Nutzererfahrung.

Funktionen reduzieren: Analysieren Sie, welche Funktionen Ihrer mobilen Website wirklich von Besuchern genutzt werden und reduzieren Sie ungenutzte Features. Dies erhöht die Geschwindigkeit und hebt die essenziellen Informationen hervor.

Transparenz bei der Zahlung: Machen Sie Ihren Bezahlungsprozess transparent und nachvollziehbar. Dadurch schaffen Sie Vertrauen bei den Kunden.

Zwischenschritte reduzieren: Je länger bzw. je mehr Klicks Besucher brauchen, um Informationen zu finden, umso schlechter wird die Usererfahrung. Gestalten sie den (mobilen) Weg zur Zielaktion Ihrer Seite so unkompliziert wie möglich. Ein neuer Kunde liegt oft nur einen Klick entfernt!



Online Consulting

Weitere Tipps für den Onlineshop und für E-Commerce finden Sie unter:

<https://www.otago.at/im-digitalen-schaufenster-7-profi-tipps-fur-ihren-onlineshop/>

<https://www.otago.at/suchmaschinenoptimierung-seo-fur-e-commerce/>

Otago Online Consulting hilft Unternehmen dabei, im Web besser gefunden zu werden. Mittels Suchmaschinenmarketing (Search Engine Marketing = SEM), Suchmaschinenoptimierung und Social Media Marketing werden Maßnahmen gesetzt, die mehr Besucher auf die Websites der betreuten Unternehmen bringen – und damit mehr potenzielle Kunden. Die Angebotspalette von Otago Online Consulting reicht von Website-Checks, SEO-Konzepten zur Optimierung von Websites und laufender Betreuung im SEO-Bereich, bis zur Betreuung von Performance-Marketing- und Social Media-Kampagnen. Unterstützung bietet Otago Online Consulting auch in den Bereichen Google Display-Netzwerk, Re-Marketing und in Form individueller Workshops für SEO, AdWords und Social Media Marketing. Mehr Informationen unter www.otago.at.

Medienkontakt: SPIEGL & LEHNER OG:

Doris Spiegl, Tel.: 0676/540 15 94, Mail: spiegl@spiegolehner.com

Karin Lehner, Tel.: 0650/555 66 56, Mail: lehner@spiegolehner.com