

Success Story

Case Study: SEO für Affiliate Blogs – Verdreifachung der Sichtbarkeit und Verdoppelung des organischen Traffics in drei Monaten

Kunde

- Inhabergeführtes Start-Up im Touristiksektor
- Affiliate Blog in der Campingbranche
- Online seit Ende 2015

Ziele

- Steigerung des organischen Traffics
- Allgemeine Steigerung der Sichtbarkeit
- Diversifizierung der Trafficquellen

Ansatz

- Umsetzung von Quick-Wins zur ressourcenschonenden Zielerreichung
- Überarbeitung von Seitentiteln und Meta Descriptions
- Verbesserung des URL- Managements
- Verringerung der Ladezeiten

Ergebnis

- Steigerung der organischen Besuche um 130%
- Steigerung der Sichtbarkeit um 300%
- Steigerung des Anteils des organischen Traffics am Gesamttraffic von 4,7 % auf 7,0%

Ausgangslage:

In dieser Case Study wollen wir darstellen, wie wir für einen kleineren Affiliate Blog durch die konsequente Umsetzung von Quick-Wins im SEO die Sichtbarkeit in drei Monaten mehr als verdreifachen und den organischen Traffic mehr als verdoppeln konnten.

Bei unserem Kunden handelt es sich um ein inhabergeführtes Unternehmen, das einen Affiliate Blog in der Campingbranche betreibt. Bisher hatte das Blog den Großteil seines Traffics über Facebook generiert und das Thema Suchmaschinenoptimierung komplett vernachlässigt.

Da ein nachhaltiges Wachstum angestrebt wird, sollte der organische Traffic gesteigert werden, um eine zu große Abhängigkeit von Facebook zu vermeiden.

Das Problem:

Als junges Unternehmen mit wenig Mitarbeitern und ohne große Investoren im Rücken stellt der Einstieg in die Suchmaschinenoptimierung oftmals eine Hürde dar: Weder ist das nötige Know-How im Unternehmen vorhanden, noch können hierfür Inhouse-Mitarbeiter angestellt werden. Die Zusammenarbeit mit einer Agentur kann in einer solchen Situation eine gute Lösung sein.

Angesichts der Tagessätze etablierter, vertrauenswürdiger Agenturen und den begrenzten Marketingbudgets kleiner Unternehmen muss die Zusammenarbeit jedoch möglichst schnell handfeste Ergebnisse liefern, die sich auch im Umsatz bemerkbar machen. Aus diesem Grund konnten wir nicht wie bei größeren Webseiten üblich mit einem tiefgreifenden Analyseteil in die Arbeit einsteigen.

Stattdessen haben wir noch in der Anbahnungsphase Quick-Wins identifiziert und diese mit dem Start der Zusammenarbeit konsequent und schnell umgesetzt.

Die Lösung:

Wir haben in den ersten drei Monaten der Zusammenarbeit folgende Maßnahmen umgesetzt:

1. Optimierung von Seitentiteln und Meta-Descriptions
2. Verbesserung des URL-Managements
3. Reduzierung der Ladezeiten
4. Einführung von Länder- und Regionsseiten
5. Verbesserung der Indexierbarkeit

Als ersten Schritt haben wir eine Optimierung der Seitentitel und Meta-Descriptions vorgenommen. Hierbei haben wir den Kunden eng in die Umsetzung eingebunden, um so Ressourcen effizient zu nutzen und ein hohes Tempo der Optimierung zu gewährleisten.

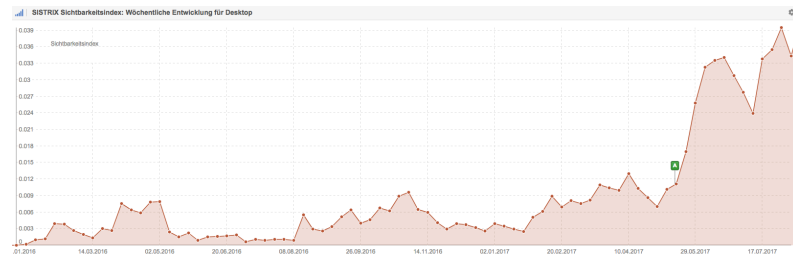
In einem zweiten Schritt wurden die drängendsten technischen Probleme angegangen: Das waren zum einen die Verbesserung der Ladezeiten, zum anderen die Beseitigung von Fehlern im URL-Management und eine Verbesserung der Indexierbarkeit.

Als dritter Schritt wurde die Einführung eines Categoriesystems auf geografischer Ebene in Angriff genommen.

Im Folgenden zeigen wir die Ergebnisse dieser ersten Optimierungsschritte:

Die Ergebnisse:

Der Sichtbarkeitsverlauf:



Der Sichtbarkeitsverlauf der Domain konnte in den ersten anderthalb Jahren des Bestehens die Marke von 0,01 Punkten nie dauerhaft durchbrechen. Kurzzeitige Aufwärtstrends wurden immer durch darauffolgende Sichtbarkeitseinbußen zunichtegemacht.

Seit dem Beginn der Zusammenarbeit (grüner Pin – Mitte Mai 2017) konnten wir bis heute (Mitte August 2017) nahezu eine Vervierfachung der Sichtbarkeit auf 0,04 Punkte erreichen. Den größten Anteil hieran hatte sicherlich die Optimierung der Seitentitel sowie eine drastische Reduzierung der Ladezeiten.

Wir erwarten für die Zukunft einen weiteren deutlichen Anstieg der Sichtbarkeit durch eine Ausweitung des Keywordfokus mittels der neu erstellten Categorieseiten.

Der organische Traffic:



Seit Beginn der Zusammenarbeit konnte der organische Traffic von circa 1.300 Besuchern pro Woche auf über 3.000 Besucher pro Woche mehr als verdoppelt werden. Auch hier erwarten wir eine weitere deutliche Steigerung, da die Domain beginnt, mit den neuen Kategorieseiten für Keywords mit hohem Suchvolumen zu ranken.

Fazit:

Durch die konsequente Umsetzung von Quick-Wins ist es uns gelungen, innerhalb von drei Monaten die Anzahl der Besucher aus der organischen Suche mehr als zu verdoppeln und die Sichtbarkeit nahezu zu vervierfachen.

Grundlage dieser Erfolge war zum einen die gründliche Planung der einzelnen Schritte, zum anderen eine sehr enge Zusammenarbeit mit dem Kunden. Hierdurch konnten sowohl inhaltliche als auch technische Maßnahmen schnell und gründlich umgesetzt werden.

Die anfänglichen Erfolge bieten die Grundlage für eine dauerhafte Zusammenarbeit, indem sie beim Kunden Vertrauen schaffen und ein Gefühl für den Stellenwert und das Potenzial der Suchmaschinenoptimierung vermitteln.

In den folgenden Schritten arbeiten wir jetzt an einer verbesserten Darstellung und Auszeichnung der Inhalte sowie an der weiteren technischen Optimierung und einem Ausbau der Inhalte, um ein weiteres konstantes Wachstum von organischem Traffic und Sichtbarkeit zu gewährleisten.