

BaumaschinenVergleich.net

Erreichen Sie Ihre Zielgruppe in der erfolgsentscheidenden Informations- und Entscheidungsphase – präzise und nachhaltig.



Herausgeber

Silbermann Online Marketing
Johann-Krane-Weg 23
48149 Münster

Ansprechpartner

Sascha Silbermann
Telefon: 0251 93258532
E-Mail: s.silbermann@baumaschinenvergleich.net

BaumaschinenVergleich.net

Erreichen Sie Ihre Zielgruppe in der erfolgsentscheidenden Recherche-, Informations- und Evaluationsphase – präzise und nachhaltig.



Einleitung

Mit dieser kurzen aber fundierten Analyse über die Website-Nutzung von BaumaschinenVergleich.net möchten wir unsere Strategie und Konzept mit harten Fakten untermauern.

Die Analyse zeigt, dass das Internet auch in der Baumaschinenbranche insbesondere als Recherche- und Informationskanal von der relevanten Zielgruppe genutzt wird.

Der BaumaschinenVergleich.net startete als großer Testballon. Die Zahlen zeigen, dass das Portal das halten kann, was es verspricht. Das macht uns Stolz und motiviert uns weiter zu machen, auch als innovativer Vorreiter in dieser Branche zu agieren und unser Wissen darüber im angemessenen Rahmen zu teilen.

Wichtige Hinweise

Um eine tatsächliche Aussage über die Effektivität eines Kanals machen zu können, ist eine vernünftige Segmentierung und deren Betrachtung sehr wichtig.

Wichtige Segmente in unserer Analyse:

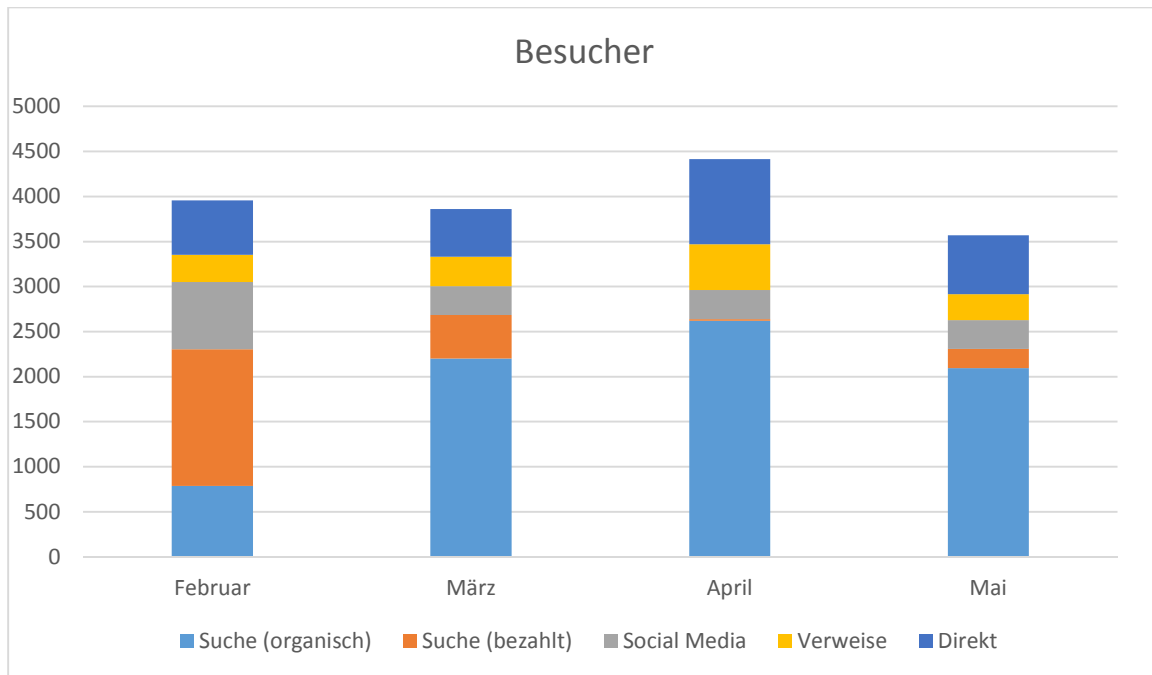
Filter genutzt	Vergleich geöffnet	Datenblätter heruntergeladen
Der Nutzer hat auf den Menü Vergleich geklickt und nach bestimmten Kriterien nach Baumaschinen gefiltert	Der Nutzer hat in den Ergebnisseiten Maschinen ausgewählt und anschließend den Vergleich geöffnet	Der Nutzer hat Datenblätter geöffnet bzw. gespeichert.

Desweiteren analysieren und segmentieren wir nach

- Herkunft,
- Zeitpunkt,
- Gerätenutzung,
- Rubriken

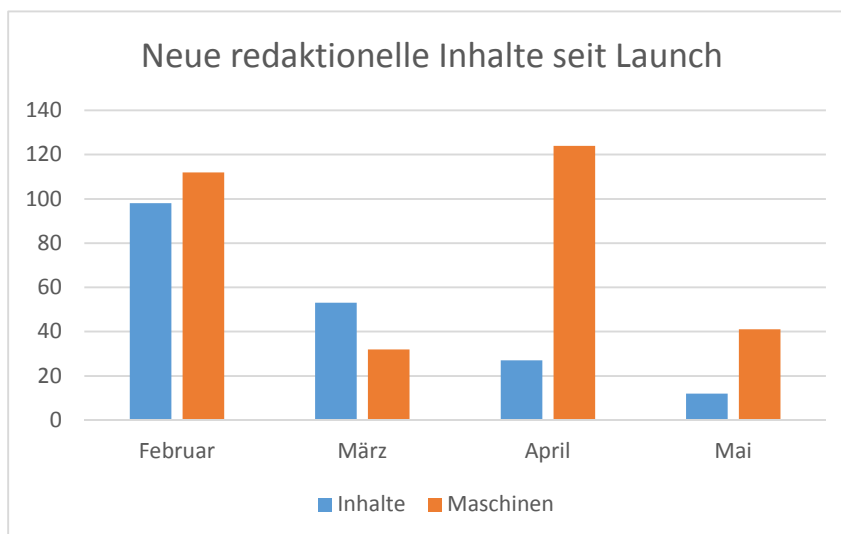
Mit organischer Suche sind die regulären, unbezahlten Ergebnisse in der Suchmaschine gemeint.

Erreichen Sie Ihre Zielgruppe in der erfolgsentscheidenden Recherche-, Informations- und Evaluationsphase – präzise und nachhaltig.



Saisonale Effekte:

- bauma im April
- Viele Feiertage im Mai



Ausgangslage:

Dank erfolgsorientiertes Content Marketing zum Launch des Portals und die richtige Technik, konnten wir innerhalb kürzester Zeit relevanten Traffic erzeugen.

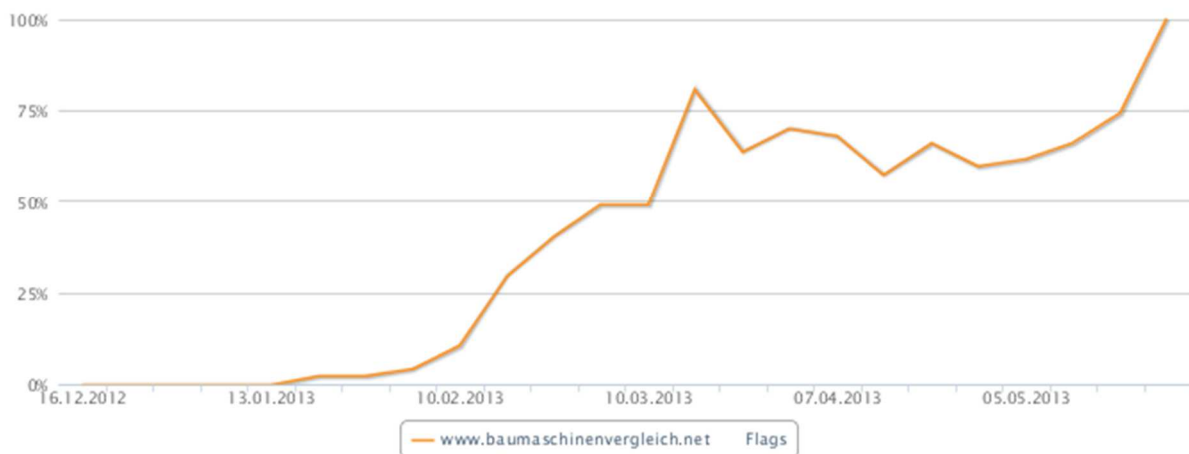
Das können wir ausbauen und unsere Bemühungen mit Ende der Beta-Phase wieder verstärken.

BaumaschinenVergleich.net

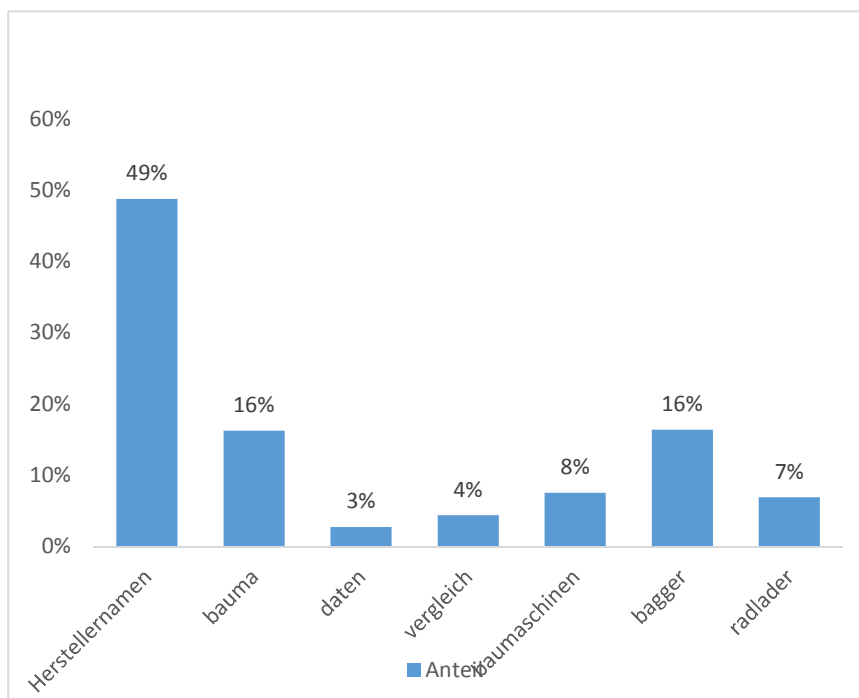
Erreichen Sie Ihre Zielgruppe in der erfolgsentscheidenden Recherche-, Informations- und Evaluationsphase – präzise und nachhaltig.



Verlauf der Top 10 Rankings



Suchanfragen



Anteil der organischen, also unbezahlten Suchanfragen, die die jeweiligen Begriffe enthielten

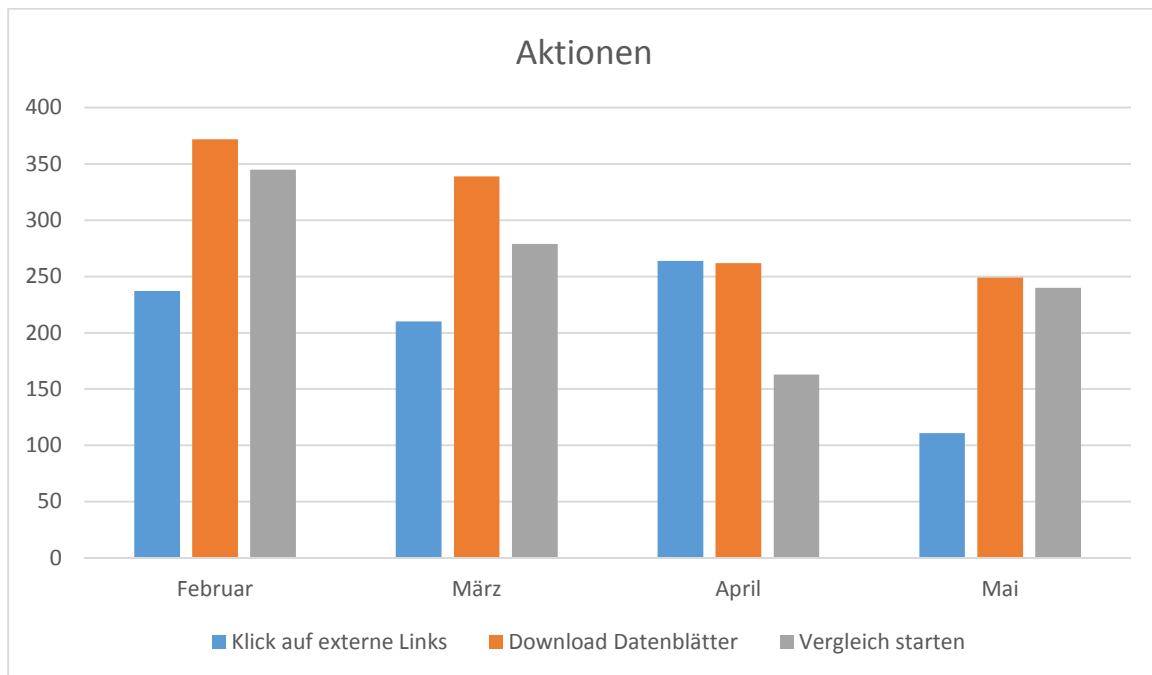
Das Portal ist insbesondere im Long Tail* stark. Mehr als 48 % der Keyword-Kombination tauchte lediglich 1 x mit einem Zugriff in der Statistik auf.

Dort besteht mit Ausbau des Portals noch deutlich Potenzial im Hinblick auf die Suchmaschinen-sichtbarkeit.

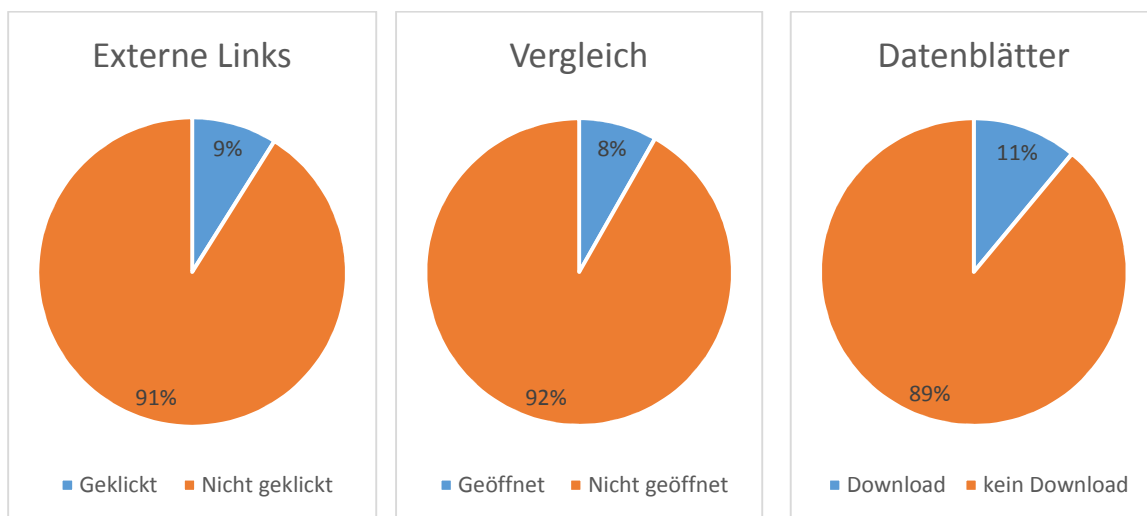
** Es gibt einige Keywords, die eine Menge Traffic auf sich vereinen, z.B. „minibagger“. Mit Long Tail werden die Keyword-Kombinationen bezeichnet, die häufig sehr spezifisch sind und die für sich genommen damit selten eingegeben werden, z.B. „vergleich kettenbagger kurzheck“, aber alle zusammen in der Summe eine hohes Suchvolumen ausmachen.*



Website-Nutzung



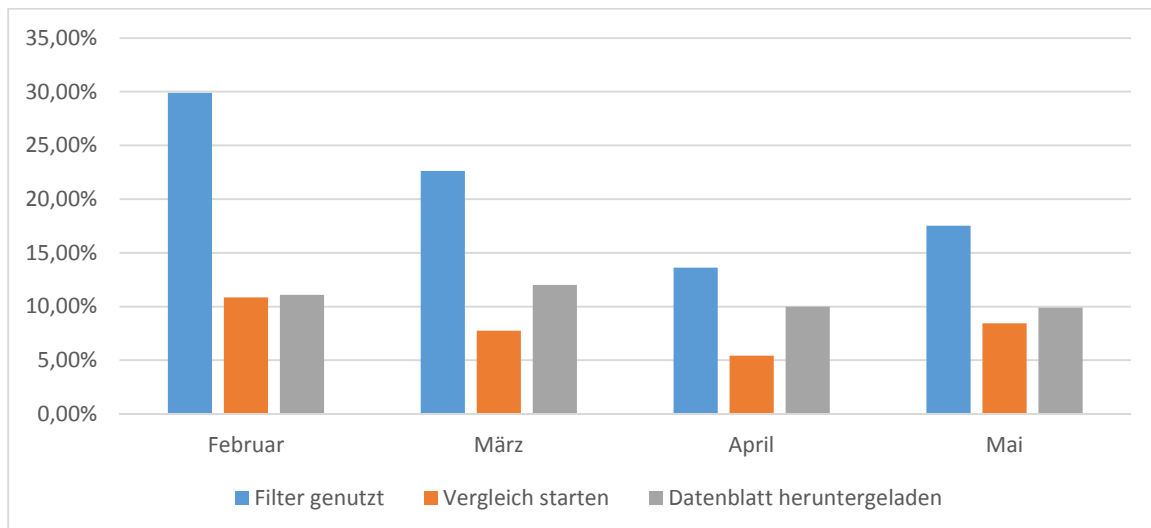
Anzahl der Aktionen je Monat



Anteil der Besucher, die eine Aktion mindestens einmal ausgeführt haben oder gar nicht.



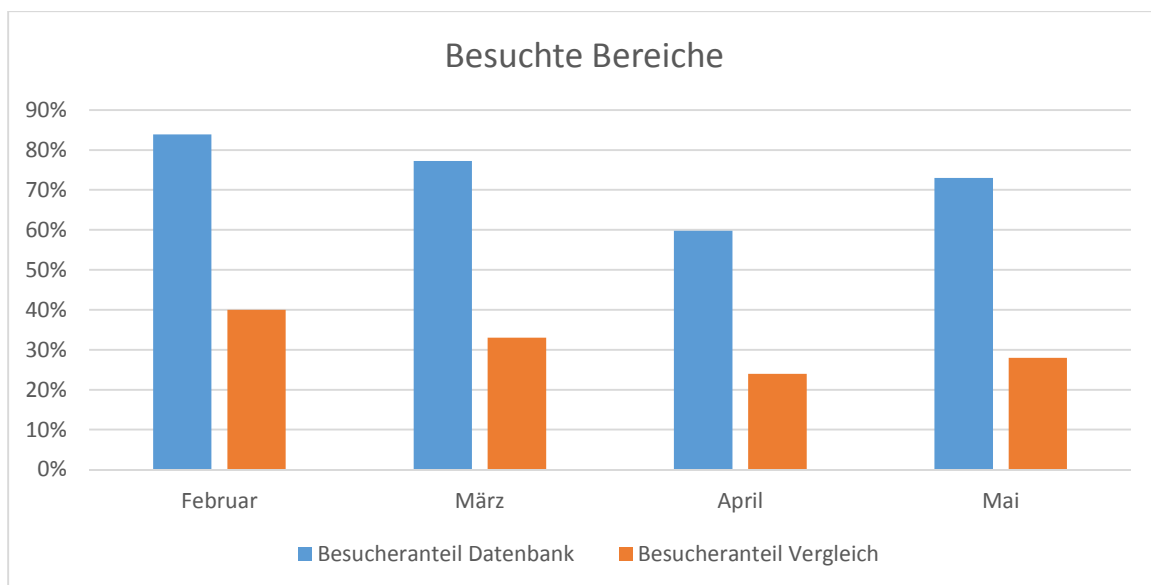
Nutzungsraten



Nutzungsrate der Besucher ohne Absprünge.

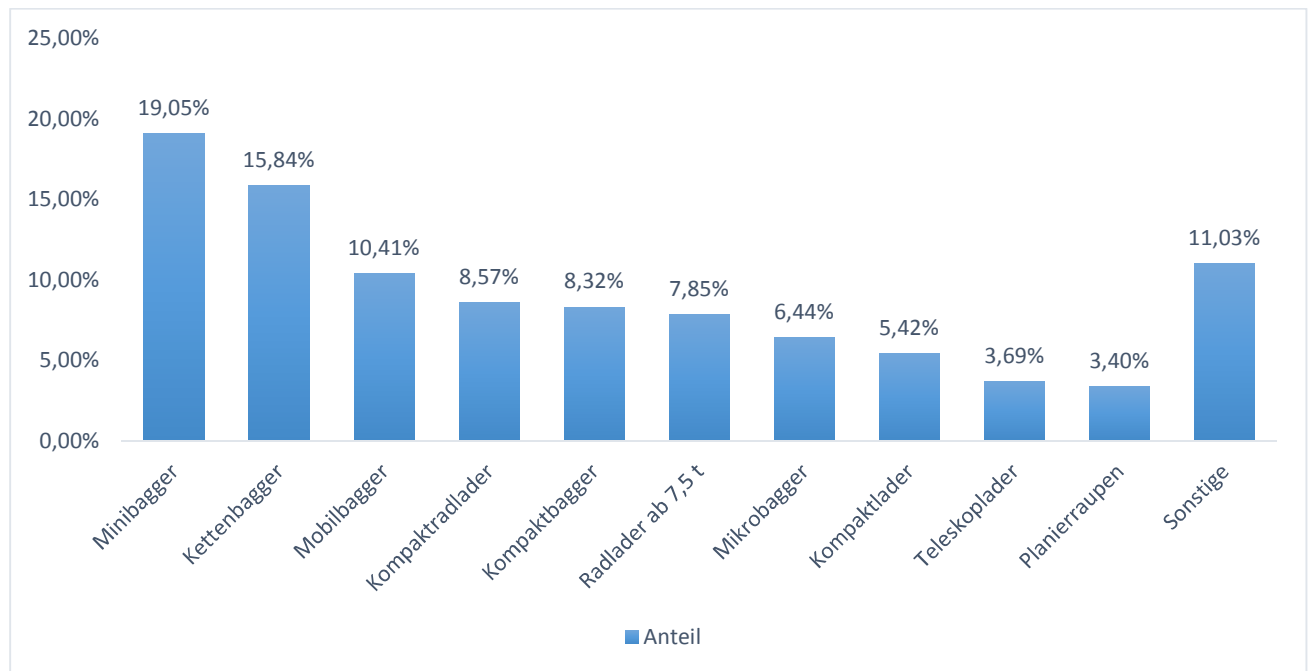
Segmentierung nach Bereich

Ein großer Teil der Besucher ruft die Datenbank direkt auf und klickt sich durch die Kategorien.



Besucheranteil, der den jeweiligen Bereich betreten hat.

Besucheranteile nach Kategorie

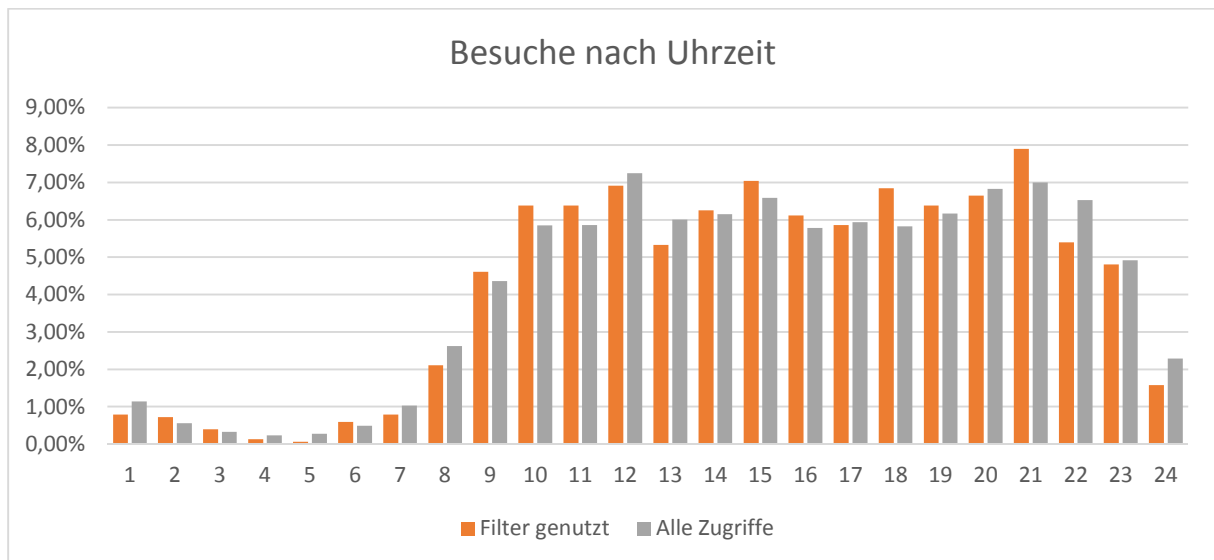


Besucheranteil, der die jeweilige Kategorie in der Datenbank aufgerufen hat. Beispiel: 19% der Besucher interessierten sich unter anderem für Minibagger.

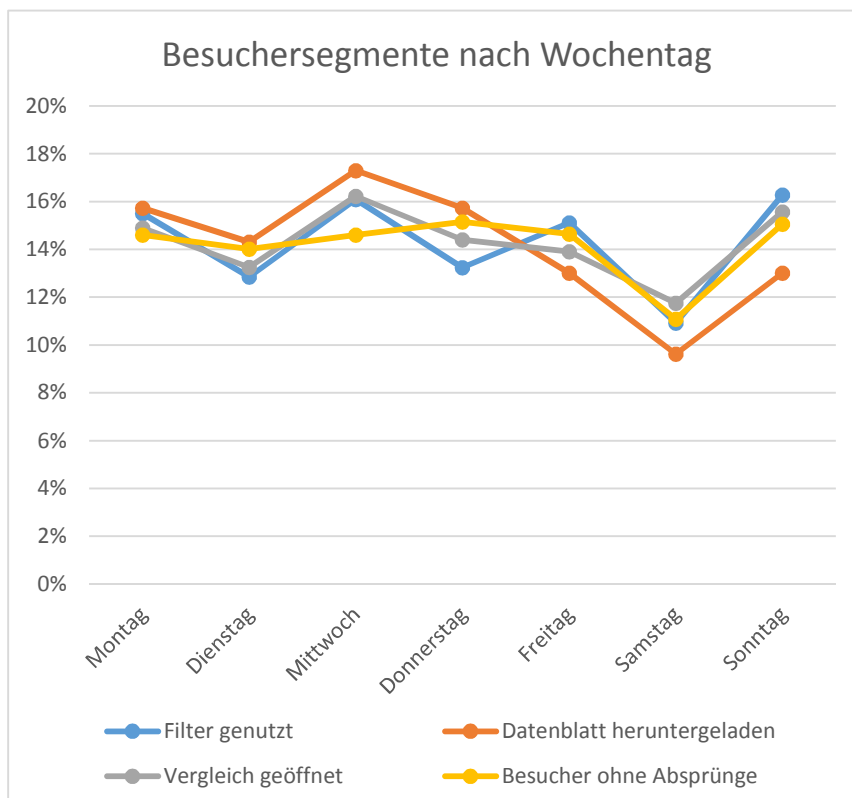
Anmerkung: nicht alle Kategorie sind bereits vollständig ausgebaut. Die Kategorie Bagger und Radlader waren mit einer der ersten. Dahingehend sind die Zahlen natürlich zu interpretieren.

Erreichen Sie Ihre Zielgruppe in der erfolgsentscheidenden Recherche-, Informations- und Evaluationsphase – präzise und nachhaltig.

Zugriffszeitpunkte



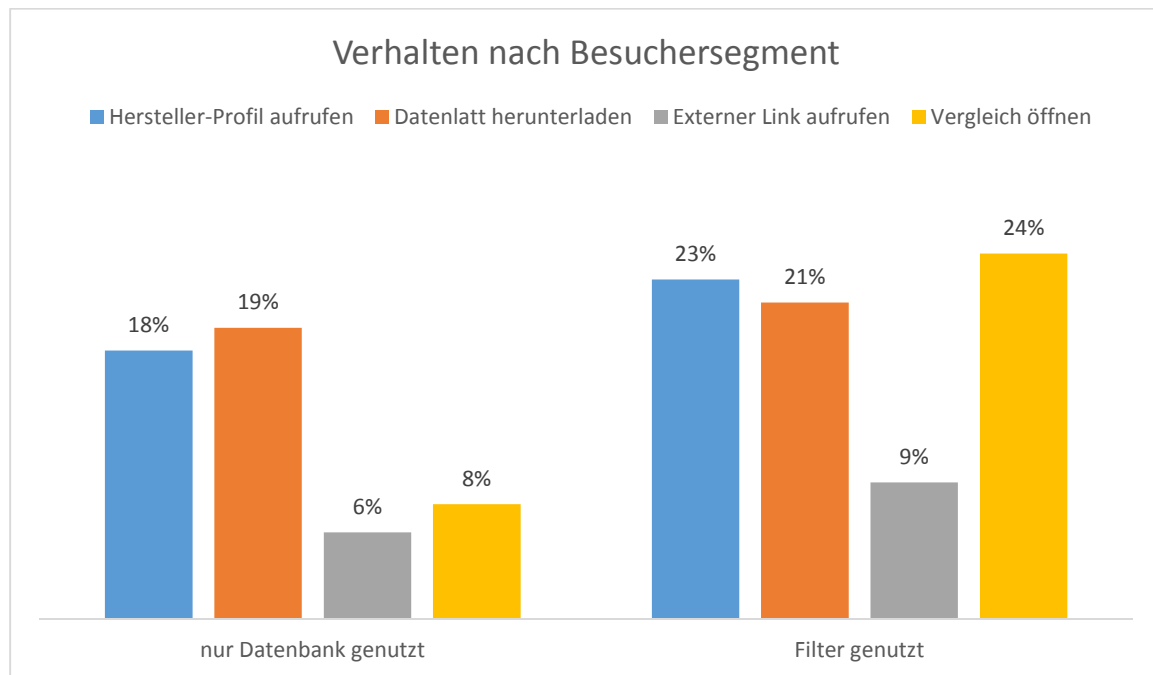
Die Nutzung nach Uhrzeit lässt erkennen, dass Besuche auch zur Arbeitszeit erfolgt. Um die Mittagszeit gehen die Zugriffe zurück. Insgesamt Indizen für eine geschäftliche Nutzung.



Besonders sichtbar macht die Auswertung nach Wochentag, dass die Website besonders während der Werktage genutzt wird.

Zum Samstag hin nimmt die Nutzung ab. Besonders relevant für die Informations- und Recherchephase ist der Download der Datenblätter (orange Linie). Für uns ein wichtiger Indikator für das Segment „geschäftliche Nutzer“.

Besucherverhalten nach Segment



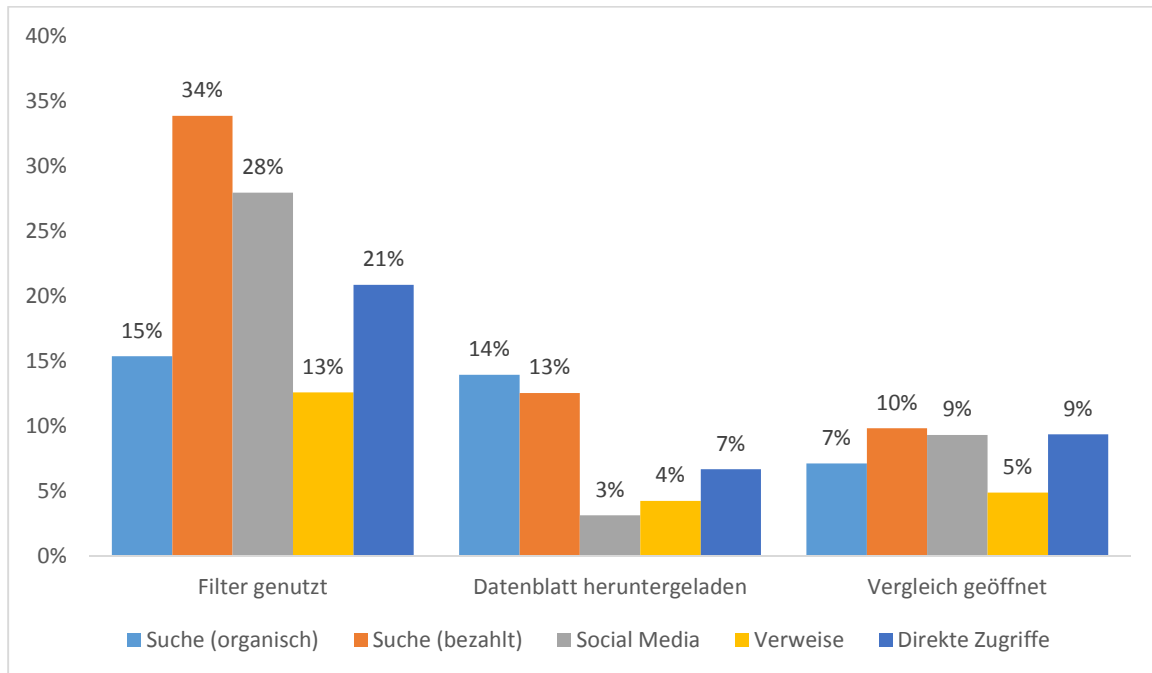
Anmerkung: es handelt sich um eindeutige Aktionen. Eine Aktion wurde also zumindest einmal ausgeführt. Zum Beispiel haben 24 % der Besucher mindestens ein Hersteller-Profil aufgerufen, nachdem diese nach bestimmten Kriterien die Baumaschinendatenbank gefiltert haben.

Die Nutzer folgen weniger den externen Links zur Hersteller-Website als dass diese die Profilsseite zum Hersteller auf der Plattform selbst aufrufen. Das Besuchersegment, das Baumaschinen nach bestimmten Kriterien filtert, ist erwartungsgemäß noch interessierter an weiteren Informationen.

Daraus ergibt sich, dass der Teil der Besucher, der das Filter-Tool nutzt, besonders interessant für die Neukundengewinnung ist. **Das Segment „Filter genutzt“ ist noch in der Informationsphase und hat sich noch nicht für einen Hersteller entschlossen.**

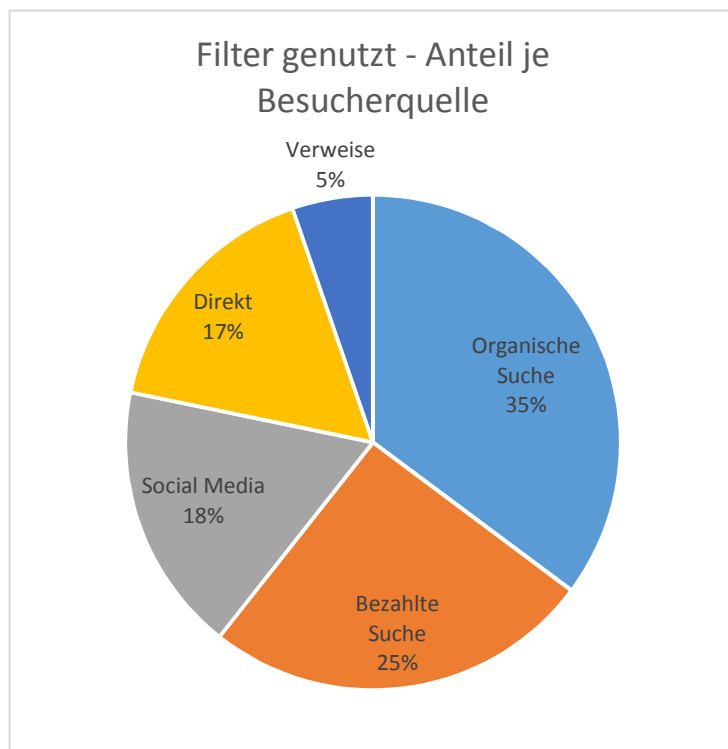
Erreichen Sie Ihre Zielgruppe in der erfolgsentscheidenden Recherche-, Informations- und Evaluationsphase – präzise und nachhaltig.

Nutzungsrate nach Besucherquelle



Die bezahlte Suchmaschinenwerbung erlaubte es uns die relevante Zielgruppe präzise zu bewerben. Die Nutzungsrate unserer Tools zeigt, dass unser Portal eine echte Hilfe bei der Recherche nach der passenden Baumaschine ist.

Auch organisch gelang es uns relativ früh, relevante Top Rankings zu erreichen. Das zeigt sich ebenfalls in der Nutzungsrate. In absoluten Zahlen liegt die organische Suche klar vorne.



Erreichen Sie Ihre Zielgruppe in der erfolgsentscheidenden Recherche-, Informations- und Evaluationsphase – präzise und nachhaltig.

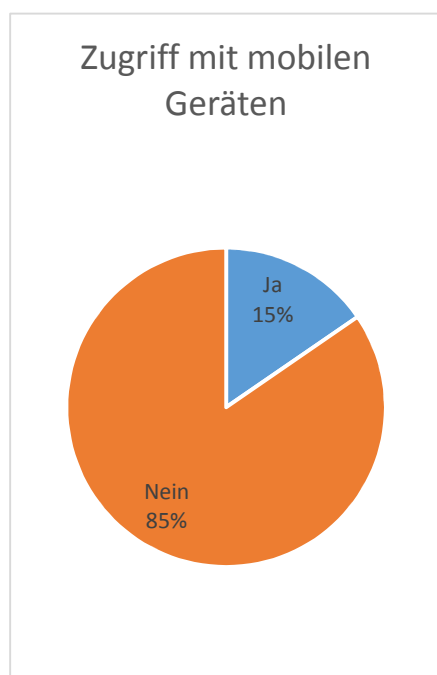
Besucherverhalten nach Segment

Die Kennzahlen zum Besucherverhalten zeigen noch einmal deutlich, dass sich intensiv mit der Thematik befasst wird und das obwohl das Tool darauf ausgelegt ist mit nur wenigen Klicks zum Ergebnis zu kommen.

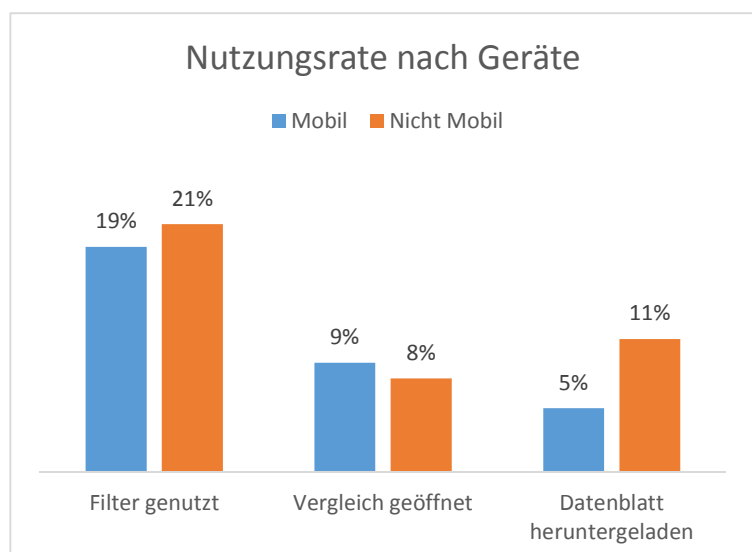
Quelle / Medium	Seiten / Besuche	Ø Besuchsdauer	% neue Besucher
Filter genutzt	17,77	00:11:17	75,08 %
Datenblatt heruntergeladen	15,98	00:10:59	75,52 %
Vergleich geöffnet	16,26	00:18:08	68,36 %
Besuche ohne Absprünge	13,84	00:06:05	77,90 %

Mobile Nutzung

Auch über mobile Geräte wird der BaumaschinenVergleich genutzt.



Immerhin 15 % griffen über Mobilgeräte auf das Portal zu. Davon gut 33 % über das Apple iPad, ein Tablet-PC.





Unser Potenzial – wir stehen erst am Anfang

Unser Bestand, Stand 30.05.2013

Hersteller:	37	
Händler:	42	
Niederlassungen:	163	
Modelle:	1043	
davon mit Detailseiten:	23	(2,2%)
News:	101	
Informationsseiten:	7	

Mit dem zielorientierten Ausbau unserer Rubriken werden wir für Nutzer und auch Suchmaschine immer interessanter. Da wir inhaltlich ein Bruchteil des Möglichen hinterlegt haben, besteht noch viel Luft nach oben.

Auch thematisch bleibt uns noch viel Raum und damit Möglichkeiten der gezielten Schaffung von, auch thematisch angrenzenden, Inhalten und Ausbau / Optimierung unserer Tools.

Unser Vorteil gegenüber einzelnen Händlern und Herstellern: wir können thematisch in die Breite und Tiefe gehen, Nutzern marktumfassend informieren und damit eine besondere Stellung im Netz (und Suchmaschine) einnehmen.

Den Weg, den wir eingeschlagen haben, ist ein erfolgversprechender und spannender, so zeigen die Auswertungen. Insbesondere für leidenschaftliche und experimentierfreudige Online Marketer und Webentwickler wie wir.