

odoscope® – das Schweizer Taschenmesser für SEO's

SEO's haben's schwer. Da schaltet das Marketing diverse Maßnahmen auf Suchmaschinen, um auf das Unternehmen oder ein Produkt aufmerksam zu machen, aber irgendwie zünden die Maßnahmen nicht richtig – der maßgebliche, messbare Erfolg bleibt aus. Das ruft den SEO auf den Plan, um die Besucherströme der eigenen Site einer detaillierten Analyse zu unterziehen. Und schon befindet sich der SEO in einer Zwickmühle: Da soll er einerseits darlegen, wo und unter welchen Bedingungen die Konversionsraten steigen und wie sich beispielsweise Keyword Advertising, Bannerwerbung, Affiliate-Marketing oder Suchmaschinenoptimierung auf den geschäftlichen Erfolg der eigenen Website auswirken. Andererseits jedoch – und das ist das generelle Manko – scheitern die allermeisten Tools der Website-Analyse genau an dieser Aufgabenstellung, bevor der SEO richtig loslegen kann. odoscope® hingegen legt da erst richtig los, wo allen anderen Website-Analyse-Tools die Luft ausgeht – AdHoc Segmentierung in Echtzeit, umfangreiche Filterfunktionen, übersichtliche Visualisierung der Besucherströme und Hierarchisierung komplexer Websites inklusive.

Das treibt im Normalfall jedem SEO den Schweiß auf die Stirn: die Geschäftsführung möchten mal eben wissen, warum am gestrigen Tag die Besucherströme aus Schweden auf eine bestimmte Seite der eigenen Unternehmens-Website so opulent ausfielen, hingegen der Besucherstrom aus Nordrhein Westfalen so extrem schwächelte. Und überhaupt – funktioniert eigentlich das neue AdWord, wie erhofft? Der SEO möchte jetzt so richtig durchstarten, aber Fehlanzeige, die Website-Analyse versagt – die dafür notwendigen Echtzeit- und Reportfunktionen gibt es einfach nicht im Tool. Erfundenes Szenario? Nein, leider nicht, wie die Praxis täglich beweist. odoscope® setzt mit seinen einzigartigen Funktionen der Website-Nutzungsanalyse genau da an, wo alle anderen Produkte nur hilflos mit den Schultern zucken. Das Website-Nutzungsanalyse-Tool der Kölner e-mediad GmbH bietet SEO's genau jene Funktionen, mit denen Unternehmen schnell und effizient auf Gegebenheiten der eigenen Website, reagieren können bzw. ob getroffene Online-Marketing-Maßnahmen erfolgreich greifen. Die erfolgreiche Suchmaschinen-Optimierung, deren stete Kontrolle sowie die Auswahl des richtigen Werkzeugs, ist eine wichtige unternehmerische Entscheidung. Wer hier falsch entscheidet, riskiert herbe Verluste im Budget. Das richtige Tool hingegen, mit jenen Funktionen, die wirklich wichtig und entscheidend sind, steigert Konversionsraten deutlich.

Eine Kernfunktion, die sich SEO's so dringend wünschen, ist die so genannte AdHoc-Segmentierung. Es sind immer wie die gleichen Fragen, die SEO's beschäftigen: Welche AdWords bringen die Besucherströme auf eigene Website? Welche AdWords funktionieren nicht, und warum ist dies so? Über welche Suchbegriffe erreichen Besucher die Website? Und, wie ist das Verhältnis von AdWords zu generischen Suchergebnissen? Wie lange blieb der Besucher und wie viele Seiten schaute er innerhalb einer Session an? Herkömmliche Produkte der Website-Analyse bringen erste Ergebnisse erst nach einer zeitintensiven Auswertung der angehäuften Daten. Anders bei odoscope®. Hier geschieht die Analyse der Besucher-Segmentierung in Echtzeit – quasi AdHoc, dank eines selbst entwickelten Algorithmus innerhalb weniger Augenblicke.

Es ist dabei möglich, eine Vielzahl von Eigenschaften (z.B. Lead-Kampagne, Newsletter, besuchte Seiten, geografische Herkunft auf Städteebene, Suchbegriff, Uhrzeit oder aber auch beliebige JavaScript-Events oder eine bestimmte Antwort auf eine Online-Befragung) beliebig zu kombinieren und für die Analyse heranzuziehen. Die sich daraus ergebenden Statistiken lassen sich einfach grafisch aufbereitet exportieren und in anderen Anwendungen, zum Beispiel Präsentationen, weiter nutzen.

„Dank der in odoscope® implementierten umfangreichen Filterfunktionen in Verbindung mit der AdHoc-Segmentierung können die genauen Bewegungen der Besuchergruppen anhand individueller Filter analysiert werden. Erstmals ist damit die Möglichkeit gegeben, nicht nur das Verhalten der Gesamtheit der Besucher einer Website, sondern auch Teilmengen dieser Grundgesamtheit anhand individueller Filter detailliert zu analysieren – und das in Echtzeit. Somit haben SEO's erstmals die Möglichkeit, auf Gegebenheiten bzw. Unregelmäßigkeiten von Besucherströmen auf der eigenen Website unmittelbar zu reagieren. Das bietet bisher kein anderes Tool. Damit können SEO's schwankenden Besucherströmen explorativ auf den Grund gehen, bzw. Seiten aufspüren, die nur wenig frequentiert werden. Außerdem lassen sich mit nur wenigen Mausklicks in Erfahrung bringen, ob Google AdWords den gehofften Erfolg erbracht haben, oder nicht.“, erläutert Dr.-Ing. Ralph Hünemann, einer der beiden Gründer und Geschäftsführer von e-mediad.

Damit SEO's schnell einen Überblick über die Besucherströme gewinnen können visualisiert odoscope® die anfallenden Daten anhand einer intuitiv verständliche Pfaddarstellung – der odosMap™. Diese erschließt sich dem SEO auf den ersten Blick. Dabei werden einzelne Seiten oder Gruppen von Seiten als Kästchen dargestellt, die untereinander mit unterschiedlich starken Linien (Pfade) verbunden sind. Häufiger aufgerufene Seiten erscheinen dabei größer als solche, die seltener aufgerufen wurden. Entsprechend symbolisiert die Linienstärke dabei jeweils den Prozentsatz der Besucher, die auf diesem Weg von einer Seite zu einer anderen gegangen sind.

Somit kann mit odoscope nicht nur der Prozentsatz der Nutzer, die über ein bestimmtes Banner auf eine Seite gekommen sind und ein entsprechendes Produkt auch gekauft haben, ermittelt werden (Conversion Rate). Vielmehr kann auch das Verhalten derer analysiert werden, die das Produkt nicht

gekauft haben. Dies trägt wesentlich zur Optimierung von Online-Shops bei, da es hilft, Gründe für den vorzeitigen Abbruch eines Kaufprozesses zu finden.

e-mediad

Die e-mediad GmbH hat sich auf e-Business-Lösungen spezialisiert. Hierzu zählen Konzeption, Aufbau und Umsetzung von Unternehmens-, Produkt- und Informations-Websites auf Basis des Content Management Systems eZ Publish sowie Online-Shops und e-Commerce Plattformen, die in intensiver Zusammenarbeit mit dem Kunden entstehen. Aus der langjährigen Erfahrung im Bereich der Realisierung komplexer Websites ging die eigenentwickelte Software odoscope® zur effizienten Nutzungsanalyse von Websites hervor, die sich seitdem erfolgreich im Praxiseinsatz bewährt.

Weitere Informationen: www.e-mediad.de und www.odoscope.de