



SUCCESS STORY EVO PAYMENTS SEO-STRATEGIEN FÜR NACHHALTIGEN ERFOLG

Die enormen Mengen an Informationen und das rasante Tempo der Digitalisierung stellen immer mehr Unternehmen vor große Herausforderungen bei der Optimierung ihrer Website und der damit verbundenen Positionierung und Reichweite des Unternehmens. msg beriet und unterstützte EVO Payments bei der Implementierung passgenauer SEO-Strategien und verhalf dem Full-Service-Zahlungsanbieter zu mehr Sichtbarkeit und Reichweite.

Kunde

Die EVO Payments International GmbH ist ein moderner Full-Service-Zahlungsspezialist der EVO Unternehmensgruppe mit Hauptsitz in New York und Principal Member von Visa und Mastercard. Das Angebot umfasst zahlreiche Leistungen des bargeldlosen Zahlungsverkehrs sowohl im E-Commerce als auch im stationären Handel.

Innerhalb der Paymentbranche lässt sich durch die schnell fortschreitende Digitalisierung ein zunehmend wachsender Wettbewerb feststellen. Hinzu kommt die deutlich veränderte Erwartungshaltung der Kunden, bei der einfache Produkte, schneller Service und qualitativ hochwertige Lösungen im Vordergrund stehen.

Im Zuge der rasanten Digitalisierung wird es für Payment-Anbieter immer schwieriger, sich bei den Kunden zu profilieren und deren Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen – sowohl offline als auch online. EVO Payments möchte sich dieser herausfordernden Situation am Markt stellen und ihre Produkte dabei individuell und kundenorientiert anbieten.

Herausforderung

In der Marketing- und Kommunikationsabteilung führte EVO Payments bereits zahlreiche Marketingkampagnen durch. Hierbei lag der Fokus auf der direkten Ansprache beim Kunden vor Ort. Jetzt sollte ein zusätzlicher Fokus auf die optimierte Vermarktung ihrer Website gelegt werden, um dieses Potenzial ebenfalls bestmöglich auszuschöpfen.

Vor diesem Hintergrund entschied sich die Leitung, mit der Suchmaschinenoptimierung (SEO) zu starten. Dabei sollten Analyse-Werkzeuge zur Messung der aktuellen Leistung von Key Performance Indicators (KPIs) eingesetzt werden und darüber hinaus die Web-Agenturen koordiniert werden.

Lösung

Über die Bestandsaufnahme bei EVO Payments wurden im ersten Schritt die nötigen Optimierungs-Potenziale identifiziert. Die große Herausforderung lag in der Erfassung der Daten aus den vergangenen Monaten und Jahren, da es teilweise an den nötigen Informationen fehlte, um die bisherige Leistung und Reichweite der Website zu messen. Mittels diverser Analyse-Werkzeuge zur Messung der aktuellen Performance, startete msg die Bestandsaufnahme beim Payment-Anbieter.



„Durch die Zusammenarbeit mit msg konnten wir unsere SEO-Strategie in kürzester Zeit anpassen und unsere Website optimieren. Mit den aktuellen Ergebnissen sind wir sehr zufrieden und werden die neue Strategie fortführen.“

Jan Eric Bollig, Head of Marketing & Communication bei EVO Payments

Mit dem Wissen über die heutigen Möglichkeiten bei der Suchmaschinenoptimierung (SEO), begann msg mit diversen Workshops zu Themen wie Keywordanalyse, Management und Reporting von KPIs, Front- und Backendoptimierung sowie einer Analyse über die Verwendung von Suchmaschinen- und Suchranking-Tools. Die eigens durchgeführten Analysen zeigten dem Kunden sowohl im Front- als auch im Backend (TYPO3) Optimierungspotenziale auf. Der priorisierte Fokus beim Kunden lag schnell auf der Entwicklung einer langfristig ausgelegten SEO-Strategie und der direkten Umsetzung im eigenen Backend.

Die Analyse hunderter Adressen (URLs) ergab einen Optimierungsbedarf bei der Beschreibung sowie bei der Formatierung. Bei einigen Seiten fehlten zum einen die Metadaten (SEO-Beschreibung, Titel und Haupt-Keyword) und zum anderen lagen sie unter der benötigten Grenze von den üblichen 300 Wörtern, sodass Suchmaschinen den Inhalt der Website teilweise als nicht vertrauenswürdig einstufen und im Ranking dementsprechend abstrafen. Dies führte leider im Umkehrschluss dazu, dass Google bei passenden Suchanfragen die Website von EVO Payments nicht auf den vorderen Trefferseiten listete. Somit sank die Wahrscheinlichkeit, dass der Kunde auf die Website klickt. Darüber hinaus fehlten einige h1- und h2-Überschriften sowie Beschriftungen von Bildern (Alt-tags). Zusätzlich waren Seiten und Formulare nicht ganz korrekt formatiert oder indexiert.

All diese Faktoren führten dazu, dass das Crawling durch Suchmaschinen eine negative Rückmeldung über das Unternehmen gab und diverse KPIs wie neue Nutzer, Seitenaufrufe oder Verweildauer nur geringfügig stiegen. Neben dem Fokus auf die SEO-Optimierung überarbeitete msg die Navigationsstruktur der Website, passte SEO-relevante Landingpages an, optimierte Backlinks von Partnern und gestaltete Kontaktformulare für Conversions um. Für zukünftige Analysen wurden Mitarbeiter und Verantwortliche – im Bereich erarbeiteter und geeigneter Analyse-Tools und KPI-Dashboards geschult.

Neben der begleitenden thematischen Schulung und Weiterbildung der Mitarbeiter wurde auch die zukünftige Weiterentwicklung der SEO-Strategie gewährleistet, indem die Zusammenarbeit mit den Web-Agenturen angepasst und durchgeführt wurde. Dabei hat msg die Auswahl und den zeitlichen Umfang der Betreuung durch die Web-Agenturen bewertet und diese anschließend über die SEO-Strategie unterrichtet und das Onboarding durchgeführt.

Nutzen

Bereits kurz nach der erfolgreichen Anwendung und Umsetzung der SEO-Strategien ließen sich deutliche Wachstumssprünge im zweistelligen Prozentbereich realisieren. Der kurzfristige Erfolg mit deutlich positiven KPIs muss sich jedoch langfristig beweisen. Die Algorithmen der Suchmaschinen entwickeln sich kontinuierlich weiter und verändern ihre Bewertungsansätze. Diese Veränderungen müssen in einer langfristig ausgelegten SEO-Strategie berücksichtigt werden.

Die Einführung einer ganzheitlichen SEO-Strategie mit all seinen Komponenten bietet EVO Payments die Möglichkeit, Kundenpotenziale besser auszuschöpfen und durch ihren Onlineauftritt jedes einzelne Kundensegment im Hinblick auf ihre Bedürfnisse zu erreichen. Somit konnten die Voraussetzungen geschaffen werden, um die bisherigen Bestandskunden besser zu bedienen, neue Potenziale wahrzunehmen und konkrete Maßnahmen zu ergreifen.

Für EVO Payments konnte ein hoher Reifegrad in der Suchmaschinenoptimierung erreicht werden, um zukünftig ein effizientes und effektives Kampagnenmanagement durchzuführen. Mit einer langfristig ausgelegten SEO-Strategie blickt EVO Payments positiv in die Zukunft.



www.evopayments.eu

Projektsteckbrief

Kunde

EVO Payments International GmbH

Branche

Payment

Ausgangssituation

- Optimierungsbedarf der SEO-Strategien und Kampagnen in der Marketing- und Kommunikationsabteilung
- Anpassungsbedarf der Analyse-Werkzeuge zur Messung der aktuellen Performance (KPIs) bekannt

Aufgabe

- Konzeption und Umsetzung einer SEO-Strategie
- Durchführung von SEO-Workshops
- Onboarding und Neu-Koordination der Web-Agenturen

Lösung

- Ausgestaltung einer SEO-Strategie inkl. Priorisierungen
- Entwicklung eines Management-Dashboards zur Überwachung relevanter KPIs
- Angepasste Steuerung der Web-Agenturen

Nutzen

- Fokussierte Kundenansprache durch ausgeschöpftes SEO-Potenzial
- Suchmaschinenoptimiertes Front- und Backend
- Erhöhung der Conversion-Rate
- Passgenaue Unterstützung von Web-Agenturen



Ihre Ansprechpartner



Steffen Bolenius

Bereichsleiter / Senior Vice President
CX Strategy & Transformation
Geschäftsbereich Insurance SAP Consulting
+49 173 300 85 22
steffen.bolenius@msg.group

msg systems ag

Robert-Bürkle-Str. 1 | 85737 Ismaning/München | Telefon: +49 89 96101-0 | Fax: +49 89 96101-1113 | www.msg.group | info@msg.group