

Maximierung von Return on Investment für Webseiten:

Die entscheidende Rolle von qualitativ
hochwertigen Suchfunktionen



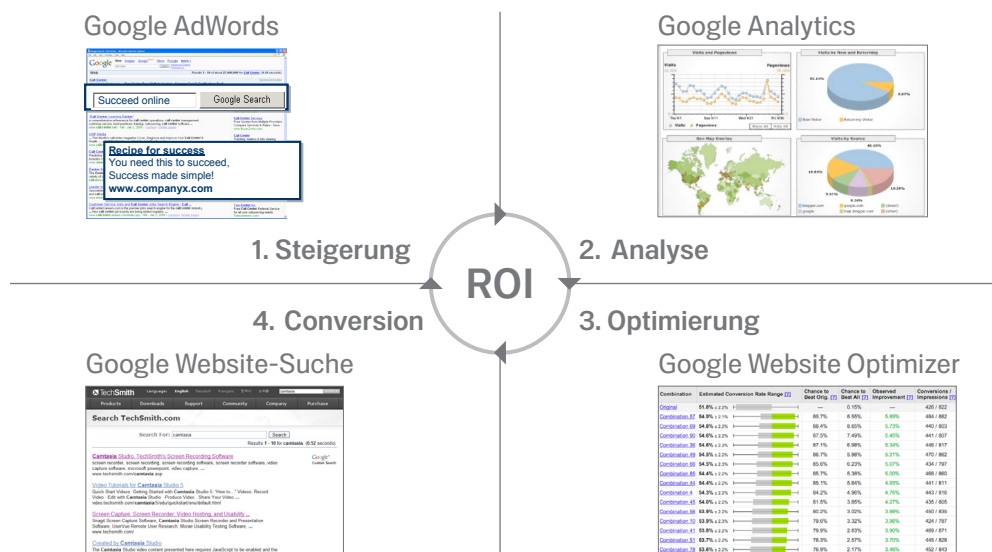
Steigerung von Conversions: die entscheidende Rolle der Suchfunktion.....	4
Schnelle Amortisation von Investitionen	4
Die andere Seite der Bilanz: Senkung von Kosten im Bereich Kundendienst	5
2 Optionen: Hosted und On-Premise	6
Schlussfolgerung.....	7

Webseiten gehören zu den messbarsten Marketing-Investitionen, die ein Unternehmen oder Institut tätigen kann. Sie geben Organisationen die Möglichkeit, quantifizierbare Ziele zu setzen, die direkt mit den Marketing- und Kommunikationszielen verknüpft werden können. Weiterhin bieten sie granulare Nachverfolgung von Ergebnissen, mit denen eine zeitgerechte, konkrete Lieferung von Return on Investment (ROI) gewährleistet werden kann.

Zur Maximierung des ROI für Webseiten schlägt Google eine bewährte, methodische Herangehensweise mit vier Schritten vor:

1. **Steigerung von Traffic** durch Aktivitäten wie suchbasierte Anzeigen und Webseitenpromotions.
2. **Analyse von Traffic**, um zu verstehen, woher Besucher kommen und wie sie mit der Seite interagieren.
3. **Optimierung der Seite** durch Feststellen, welche Kombinationen von Seiteninhalten und Design zu den meisten Conversions führen.
4. **Steigerung von Conversions** und Senkung von Bounce-Raten mit Hilfe der Informationen, die während der Schritte oben erfasst wurden. Mit Hilfe der Suche – z. B. der On-Premise Suche der Google Search Appliance (GSA) oder der gehosteten Suche der Google Website-Suche – finden Ihre Besucher die Informationen, die sie brauchen, um aktive Kunden zu werden oder anderweitig mit der Webseite zu interagieren.

Die Google Herangehensweise



Dieser sich wiederholende Prozess kann eingesetzt werden, um ständig den Umsatz sowie das ROI für die Webseite zu steigern, was einen strategischen Vorteil schafft und der Seite Wert hinzufügt – für Benutzer und das Endergebnis. Diese "kontinuierliche Verbesserung", aufgrund derer die Inhaber der Webseite die Produktivität ihrer Daten auf der Seite verstehen und verwalten, ist der Kern des Produkt- und Serviceangebots von Google. Google bietet eine vollständige Familie an Lösungen, um diese Produktivität zu unterstützen, einschließlich:

Google AdWords die suchbasierte Anzeigenlösung, die von Tausenden von Unternehmen weltweit verwendet wird, um kosteneffektiv neue Kunden zu gewinnen.

Google Analytics Die Webanalysedienste von Google geben Werbern und Herausgebern ein effektives Tool, um Marketingkampagnen und Webseiten effektiver zu machen.

Die Suchfunktion wird häufig als Faktor bei der Steigerung von Conversions übersehen. Trotz stichhaltiger Nachweise, dass die Internetsuche der Schlüssel zur Steigerung von Conversions ist, bieten die meisten Seiten Besuchern minderwertige Suchfunktionen. Laut Studien ergeben 85% der Seitensuchläufe keine relevanten Informationen für Besucher.⁴ Über 22% der Seitensuchläufe ergeben überhaupt keine Ergebnisse,⁵ und 80% der Besucher verlassen Seiten, wenn die Suchfunktion schlecht ist.⁶

Google Website Optimizer Das kostenlose Webseiten- und Optimierungstool von Google

Google Website-Suche und Google Search Appliance Lösungen zur Erweiterung der preisgekrönten Suchtechnologie auf Webseiten aller Art

Steigerung von Conversions: die entscheidende Rolle der Suchfunktion

Schritt vier, die Steigerung von Conversions, kann eine der schwierigsten Aufgaben sein. Warum? Weil aufgrund des *Landing Page Handbook* von Marketing Sherpa: **“Besucher in durchschnittlich nur acht Sekunden entscheiden, ob sie auf einer Webseite bleiben.”**

Egal, ob sie nach allgemeinen Informationen oder einem speziellen Produkt suchen, Besucher, die nicht innerhalb von Sekunden finden, was sie suchen, werden die Seite wahrscheinlich verlassen. Studien zeigen, dass die Webseitensuchfunktion ein entscheidender Faktor bei der Entscheidung ist, ob ein Besucher mehr Zeit auf einer Webseite verbringt und schließlich die gewünschte Aktion vollzieht. Wenn die Versuche zur Seitennavigation scheitern, wenden sich 50% der Benutzer an die Suchfunktion.¹ In einer Studie mit 2.000 Einkäufern, haben 71% Schlüsselwortsuchen verwendet, um Produkte zu finden.² Wenn Kunden Online-Käufe tätigen, berichten 90%, dass sie die Seitensuchfunktion verwendet haben, um auf die Selbstbedienungsinhalte zuzugreifen.³

Auf der anderen Seite berichten Unternehmen, die qualitativ hochwertige Webseitensuchfunktionen implementiert haben, eine erhöhte Interaktion von Besuchern, einschließlich wesentlich gesteigener Conversions und Umsätze sowie reduzierte Kosten im Bereich Kundendienst. Es ist leicht, sich Szenarios vorzustellen, in denen Suchläufe zu Ergebnissen führen. Beispielsweise verwendet Trueways Survival School mit seinem Angebot an Überlebenstrainig und Bushcraft-Kursen eine Online-Suchfunktion, um Besuchern bei der Suche nach relevanten Produkten und die schnelle Informierung von Kunden zu unterstützen. Waterfilters.net, das eine große Auswahl an Wasserfiltern anbietet, hat die Suchfunktion verwendet, um seine Bounce-Rate um 4% zu senken, während Conversions um 11% gestiegen sind. EMC Insignia, Anbieter von Business Softwarelösungen hat seit Implementierung einer qualitativ hochwertigen Suchfunktion einen Anstieg von 20% bei E-Commerce-Verkäufen zu verzeichnen, während gleichzeitig Rückerstattungen aufgrund von Kundenanfragen um 85% gefallen sind.

Schnelle Amortisation von Investitionen

In puncto ROI macht sich eine qualitativ hochwertige Suchfunktion schnell bezahltbar. Kunden der Google-Suchfunktion berichten von einem Anstieg bei Online-Conversions und -Umsätzen von bis zu 20%, manchmal bereits innerhalb von Tagen nach Implementierung der Suchfunktion auf ihrer Seite. Die Erträge sind jedoch sogar dann beeindruckend, wenn das Wachstum geringer ist. Ein Anstieg bei Conversions oder Umsätzen von 5% ist häufig ausreichend, um das Endergebnis eines Unternehmens jeder Größe zu beeinflussen. Darüber hinaus ist es wahrscheinlich, dass während die Zufriedenheit aufgrund gesteigener Relevanz wächst, Kunden eher zu einer Seite zurückkehren und diese anderen weiterempfehlen.

Google Website-Suche: Steigerung von Conversions und Umsätzen

Annahmen

- Angenommen eine qualitativ hochwertige Webseitensuchfunktion kann Conversions um 5% steigern, indem Besuchern präzise, relevante Informationen angeboten werden.

1 Jupiter Media Matrix
2 eTailing Group
3 Harris Interactive
4 Jupiter Research
5 IDC
6 Jupiter Media Matrix

“Die Google Website-Suche hilft Kunden, schnell auf Daten zuzugreifen, Antworten auf allgemeine Support-Anfragen zu bekommen und wichtige Produktfunktionen zu finden. Dies unterstützt nicht nur Kunden, sondern hilft auch dem Support-Personal weltweit. Unser Support-Personal kann schnell Links, Dokumentationen und allgemeine Antworten finden, die Kunden bei eingehenden Anrufen stellen.”

Layla Rudy
Webmaster
EMC Insignia

- Mehr Webseiten-Conversions führen wiederum zu einem Anstieg von webseitengenerierten Umsätzen.
- Webseitensuchlösungen von Google haben Online-Conversions und damit verbundene Umsätze um bis zu 20% gesteigert.

Berechnungen von ROI

	Kleinunternehmen	Mittelständisches Unternehmen	Großes Unternehmen
Mitarbeiter	50	1,000	50,000
Umsätze	\$5M	\$100M	\$5B
% der Umsätze von Webseite	40%	20%	10%
webseitengenerierter Umsatz	\$2M	\$20M	\$500M
% Anteil an Web-Conversions	5%	5%	5%
% Anteil an webgeneriertem Umsatz	5%	5%	5%
Jährliche Ertragssteigerung in \$	\$100K	\$1M	\$25M

Die andere Seite der Bilanz: Kostensenkung im Bereich Kundendienst

Während Unternehmen mit qualitativ hochwertigen Suchfunktionen Umsätze steigern, senken sie gleichzeitig auch Kosten. Mit Hilfe einer Webseitensuchfunktion können Kunden sich selbst bedienen und Antworten auf ihre Fragen online finden, statt eine E-Mail zu senden oder das Call Center anzurufen. Selbst eine geringe Senkung der Anzahl der Telefon- und E-Mailvorfälle aufgrund einer intuitiven, leistungsstarken Webseitensuchfunktion kann Kosten im Bereich Kundendienst erheblich senken.

ROI für Webseitensuchfunktion: Kostensenkung im Bereich Kundendienst Fakten

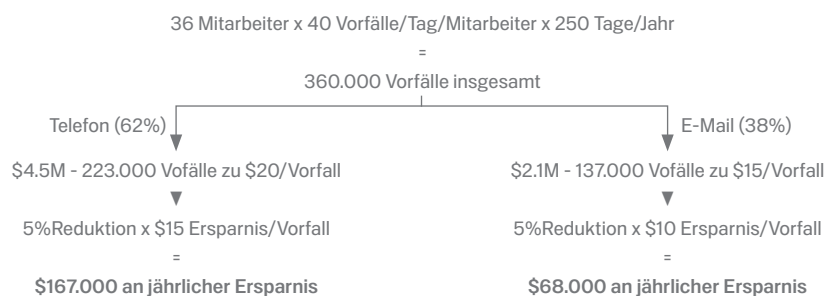
- Die durchschnittlichen Kosten bei Telefon-Support belaufen sich auf \$20 pro Vorfall, bei E-Mail-Support auf \$15 pro Vorfall, während Selbstunterstützung \$5 pro Vorfall kostet.⁷
- 62% der Interaktionen der Kontaktzentren erfolgt per Telefon⁸

Annahmen

- Die Webseitensuchlösungen von Google haben zu einer Verringerung von Anrufen und E-Mails in Kontaktzentren von bis zu 30% geführt, nehmen wir jedoch nur eine Verringerung von 5% an.
- Nehmen wir einen Fall mit 36 Mitarbeitern und 40 Vorfällen/Tag (auf Grundlage von Benchmark-Durchschnittswerten)¹

Berechnungen von ROI

Bei einer sehr konservativen Rechnung kann die Webseitensuche \$236K jährlich von einer Gesamtausgabe von \$6.6M sparen, was einer Kostensenkung von 3,6% entspricht.



⁷ www.contactcenterworld.com/view/contact-center-news/Help-Desk-Institute-Releases-2003-Practices-Survey.asp
⁸ HDI

“Die Google Website-Suche ist fantastisch, wir hätten nicht erwartet, dass die Änderung von so etwas Einfachem wie der Suchfunktion solch einen positiven Einfluss auf die Verwendung unserer Seite hätte.”

Peter Walker
Chief Technology Officer
Mortgages.co.uk

Bei Mortgages.co.uk, einem führenden Anbieter von Informationen über Hypotheken in Großbritannien, hat der Einsatz einer qualitativ hochwertigen gehosteten Suchfunktion zu einem Anstieg der Seitenabrufe von 8% und einer Steigerung der Conversions von 16% geführt.

Auch wenn die Ergebnisse je nach Unternehmensgröße und Komplexität der Supportanforderungen abweichen, kann selbst eine Senkung von 5% bei Telefon- und E-Mail-Supportvorfällen viele Tausende von Dollar an Kunden-Supportkosten jährlich sparen.

Viele andere Unternehmen können reduzierte Kosten durch qualitativ hochwertige Webseitensuchfunktionen verzeichnen. In Großbritannien realisierte Monarch Airlines innerhalb der ersten Woche nach Implementierung der Suchfunktion auf seiner Webseite eine Senkung von 30% bei eingehenden Support-E-Mails. EMC Insignia hat eine interne Suchfunktion verwendet, um dem Kunden-Support die Möglichkeit zu geben, schnell Antworten auf übliche Kundenfragen aus eingehenden Anrufen zu finden. Bei Toolhawker.com, ein Portal, das die Anforderungen von Technikern erfüllt, stiegen die durchschnittlichen Seitenabrufe von Kunden um 25%, nachdem das Unternehmen eine qualitativ hochwertige Suchfunktion implementiert hat, so dass der eingesetzte Zeitaufwand sinnvoller ist.

2 Optionen: Hosted und On-Premise

Bei der Auswahl einer qualitativ hochwertigen Suchlösung sollten mehrere Optionen in Betracht gezogen werden. Gehostete Lösungen, einschließlich Google Website-Suche, bieten ‘Software as a Service (SaaS)’ Suche, eine Alternative, die kosteneffektiv ist, da keine Hardware und Software vor Ort installiert werden muss und die Einrichtung nur wenige Minuten dauert. Darüber hinaus befinden sich gehostete Lösungen in global verteilten Rechenzentren, die die Effizienz des Datenmanagements und Energieverbrauchs optimieren – beides führt wiederum zu niedrigeren Kosten. Gehostete Lösungen können auf die Markenanforderungen einer Organisation personalisiert und einfach mit bestehenden Webseiten verlinkt werden. On-Demand-Indizierung erlaubt Organisationen, Seiten schneller zu indizieren, was wiederum schnelleres Auffinden ermöglicht. Diese Option ist ideal für Organisationen mit begrenzten IT-Ressourcen oder Unternehmen, die nicht mehr Hardware anschaffen möchten, die sie intern installieren und warten müssen, und die dennoch Benutzern die Möglichkeit geben möchten, eine Webseite mit leistungsstarken Suchmaschinentechnologien von Google zu nutzen.

Je nach Suchanforderungen können Organisationen sich für eine Plug-and-Play Suchanwendung – die Google Search Appliance – entscheiden, die vor Ort installiert wird, jedoch die Belastung für das IT-Personal verringert. Onsite-Suchlösungen sind eine kosteneffektive Option, wenn diese Hardware, Software, Produkt-Updates, Support und Abdeckung für Produktersatz als Teil eines Pakets für einen Preis umfasst. Dieses “Pauschalpreismodell” beseitigt kostenintensive jährliche Wartungsgebühren und die Gefahr von Kostenüberschreitungen. Obwohl die Lösung vor Ort installiert wird, berichten Google-Kunden, dass die Anwendung schnell eingerichtet wird, automatische Indizierung bietet und nur wenig Wartung erfordert. Laut Berichten von Google-Kunden ist im Durchschnitt nur ein Fünftel der Arbeitszeit eines Vollzeit-Mitarbeiters notwendig, um eine Anwendung in einer Organisation mit 55.000 Mitarbeitern zu warten.

Mit hoher Sicherheit, einem Pauschalpreis und fortschrittlichen APIs zur Integration mit mehreren Systemen in einer Unternehmensumgebung ist die On-Premise-Alternative gut für Organisationen geeignet, die Webseitenbesuchern die Möglichkeit geben möchten, eine relativ große Zahl an Seiten oder Daten zu durchsuchen, die in mehreren Backend-Speichern oder Produktdatenbanken enthalten sind.

Google bietet ein Komplettangebot an Lösungen für Webseitensuchfunktionen, die die Anforderungen und Budgets von praktischer jeder Organisation erfüllen:

- Die Google Website-Suche bietet die legendäre Qualität einer Google-Suche in einer gehosteten Lösung. Damit können Benutzer das Design ihrer Webseite anpassen, so dass die Anforderungen ihrer Marke erfüllt werden.

“Die Google Search Appliance ist einfacher einzurichten als Ihr PC zu Hause.”

Patrick Gardella
IT-Abteilung
Discovery Communications

- Google Mini bietet die Einfachheit und Leistung der Google Suchtechnologie zu einem fantastischen Preis. Diese integrierte Hardware- und Softwarelösung bietet Plug-and-Play Installation und kann online erworben werden.
- Die Google Search Appliance ist eine On-Premise-Suchlösung, die Universelle Suche bietet: die Möglichkeit, alle Inhalte mit einem Suchfeld zu durchsuchen, einschließlich in Webservern, Intranets, Dateispeichern, Content Management Systemen und Geschäftsanwendungen.

Google Website-Suche Optionen

	Google Website-Suche	Google Mini	Google Search Appliance
Google Suchqualität	X	X	X
Personalisierungs- funktionen	X	X	X
Crawling und Indizierungskontrolle	X	X	X
Gesicherte Suche		X	X
Support	Online/ Telefon (Direkt)	Online	Online und Telefon
Weitere Informationen	www.google.de/sitesearch	www.google.de/mini	www.google.de/gsa

Es mag offensichtlich erscheinen, dennoch ist die wichtigste Überlegung bei der Auswahl einer Webseitensuchlösung, ob gehostet oder On-Premise, ob diese schnell relevante Ergebnisse ausgibt. Wenn Webseitenbesucher nicht innerhalb von acht Sekunden finden, was sie suchen, ist die Wahrscheinlichkeit gering, dass sie neue Kunden werden. Wenn sie jedoch genaue, relevante Ergebnisse bekommen - so wie die, die einheitlich und schnell von jeder Google Suchlösung geliefert werden - ist es wahrscheinlicher, dass sie interagieren, kaufen und mit ihrer Weberfahrung zufrieden sind.

Schlussfolgerung

In einer Zeit, in der Kunden hinsichtlich neuer Ausgaben vorsichtig sind, suchen Organisationen nach Lösungen, die wesentliches und schnelles ROI bringen. Die Google Suchlösungen bieten Organisationen eine einfache Möglichkeit der Umsatzsteigerung aus Webseiten und der Kostensenkung im Bereich Kunden-Support, was erhebliche Vorteile für das Endergebnis bringt. Egal, ob das Ziel die Erweiterung des Kundenstamms und die Steigerung von Umsätzen, die Senkung von Kosten im Kundendienstbereich oder beides ist, eine qualitativ hochwertige Webseitensuchfunktion kann eine Webseite einer Organisation in ein leistungsstarkes Tool verwandeln, das wesentliche, nachhaltige und sehr messbare Umsätze bringt.

