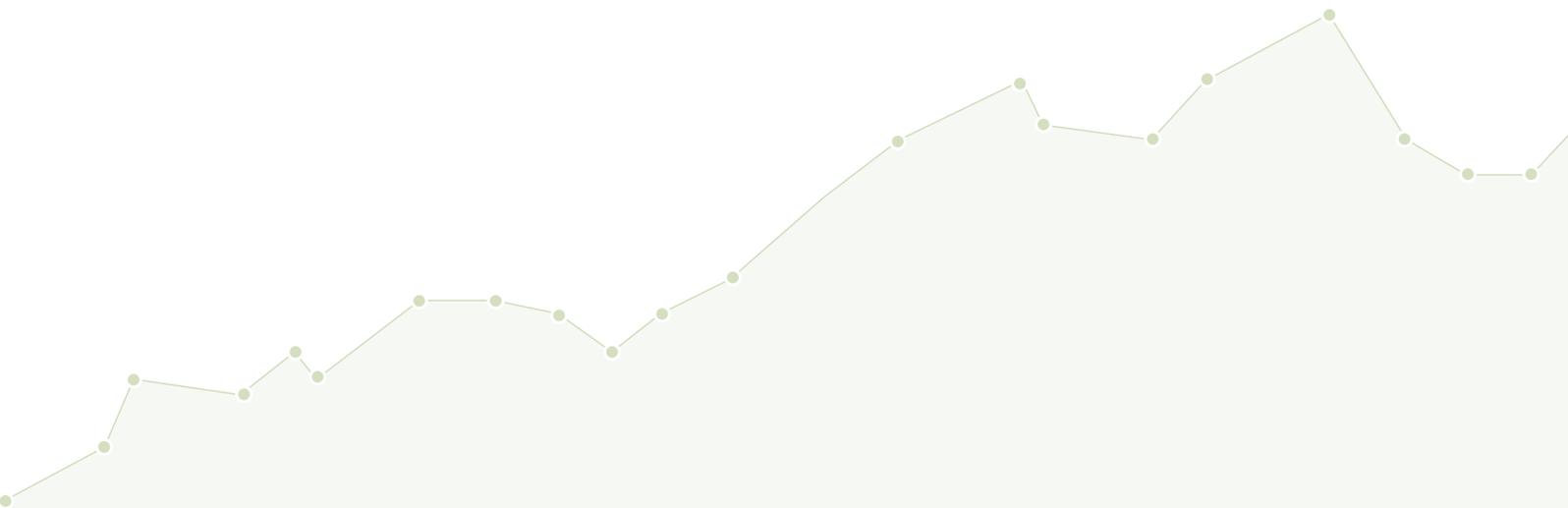


Case Study

Elbemetall: Vom kleinen Online- Shop zum Platzhirsch der Branche





Case Study

Elbemetall

Ein junger Online-Shop mit einem großen Sortiment und wenig Sichtbarkeit – in dieser Lage befand sich der Blech- und Stahl-Anbieter Elbemetall zu Beginn unserer Zusammenarbeit. Wie wir vorgegangen sind und welche Erfolge Elbemetall nach 12 Monaten verzeichnet, kannst du in dieser Case Study nachlesen. **Hier auf einen Blick die wichtigsten Ergebnisse:**



+2249 %

mehr organischer Traffic
auf Shopseiten



+897 %

neue Top 10
Rankings



+20

aufgebaute
Backlinks

Der Kunde

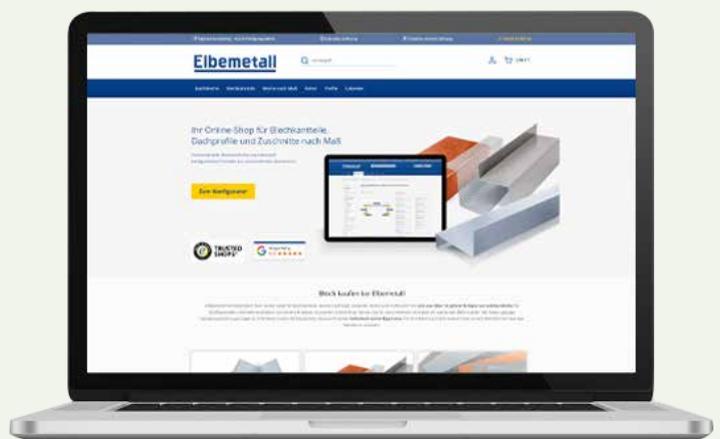
Elbemetall

Elbemetall ist ein Online-Shop für Blech und Stahl mit eigener Fertigung in Riesa, der sowohl vorgefertigte als auch individuell konfigurierte Bleche für Großbaustellen, Heimwerkerarbeiten und andere Projekte vertreibt.

Branche: Blech- und Stahlhandel

Standort: Riesa, Deutschland

Leistung: Online-Shop für Geschäftskunden
und Endverbraucher





Die Ausgangssituation

Unsere Zusammenarbeit mit Elbemetall begann mit einem OnPage-SEO-Audit, bevor wir die laufende Betreuung übernahmen. Der junge Online-Shop hatte zu diesem Zeitpunkt noch wenig Sichtbarkeit und obwohl die Nische sehr vielversprechend war, stellte das große Sortiment den Shop vor Herausforderungen bezüglich Usability. Außerdem bestand Optimierungsbedarf bei Website-Struktur und UX-Design.

Unser Lösungsansatz

Als Erstes mussten wir ein paar technische Faktoren anpassen, um ein stabiles Fundament für unsere nächsten Schritte zu schaffen. Der Kern unserer Strategie war allerdings Content-Marketing: Nach einer detaillierten Keyword-Recherche erstellten wir einen Redaktionsplan und einen Strukturplan für die Website, mit denen wir die alte Website-Struktur gezielt umbauten.

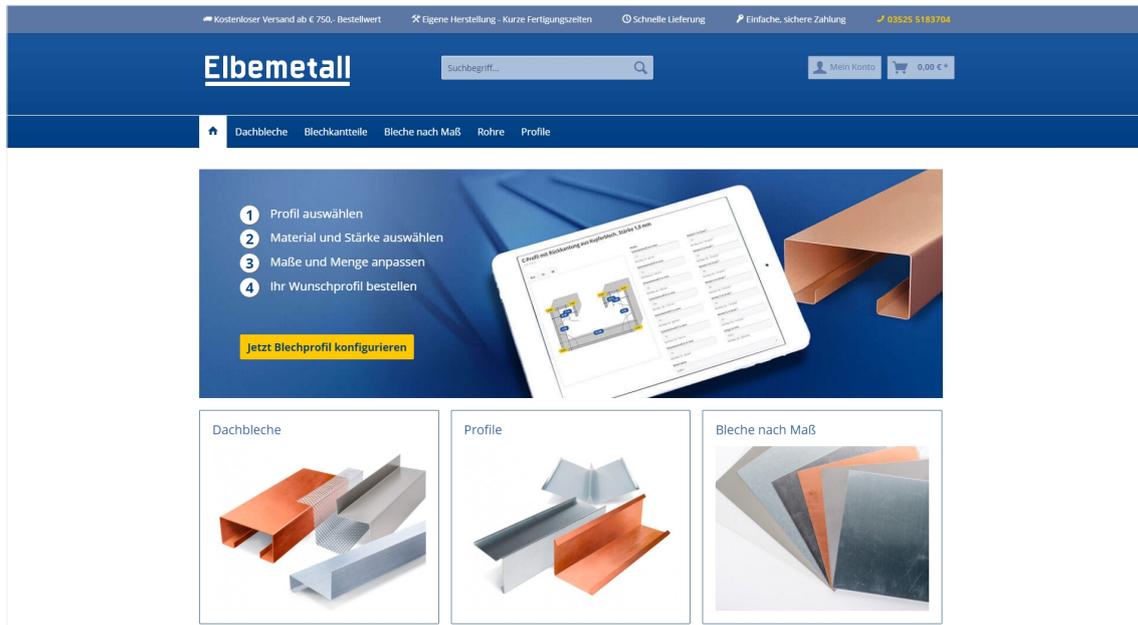
Das war der erste Schritt in unseren Bemühungen, Übersichtlichkeit in das umfangreiche Produktspektrum zu bringen. Der zweite Schritt war die Erstellung von Keyword-fokussierten Kategoriewebsites auf Basis unseres Redaktionsplans. Durch diese kommerzielle Content-Strategie konnten wir den organischen Traffic enorm steigern.

Auch bei unserer weiteren Arbeit mit Elbemetall steht Content Creation für kommerzielle Kategoriewebsites im Mittelpunkt. Außerdem haben wir noch einige UX-Aspekte optimiert, um Nutzer*innen die bestmögliche Online-Shop-Erfahrung bieten zu können.

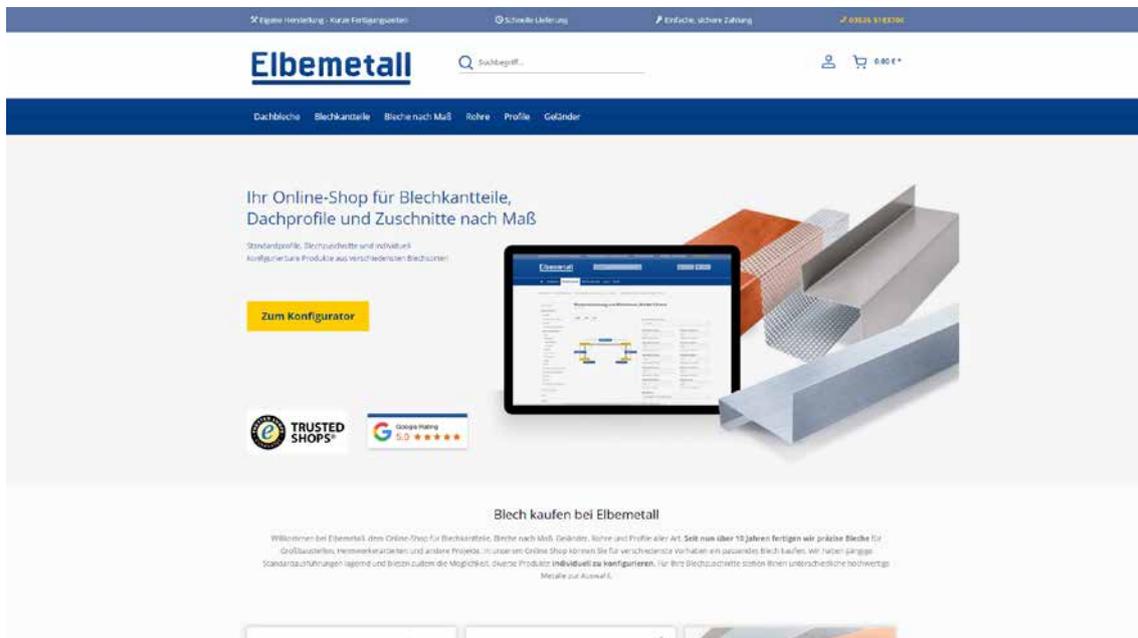
- 1. OnSite-Audit**
Wir analysierten und optimierten wichtige technische Hebel, um die saubere Indexierung zukünftiger Inhalte zu ermöglichen.
- 2. Keyword-Recherche**
Wir erstellten einen Redaktionsplan und einen Website-Strukturplan als Wegweiser für ungenutzte Potenziale.
- 3. KOMMERZIELLE CONTENT-STRATEGIE**
Um die Produktpalette systematisch und strukturiert abzubilden, legten wir unseren vollen Fokus auf neue Kategoriewebsites.
- 4. Digital PR**
Mit gezieltem Backlinkaufbau stärkten wir die Marke und die Autorität der Website.
- 5. UX DESIGN**
Positive Nutzersignale und eine leichtere Bedienbarkeit der Website wurden durch gezielte Anpassungen im UX-Design ermöglicht.



Startseite vorher:

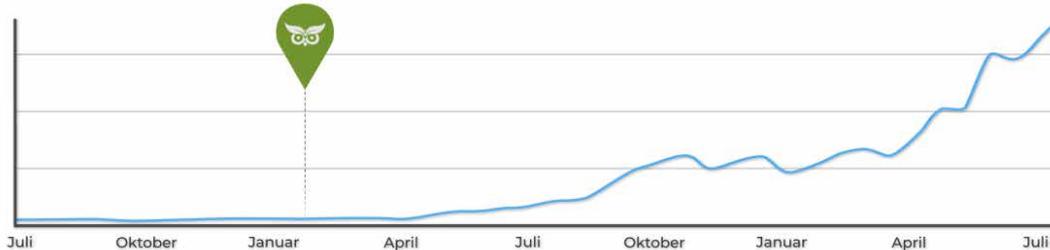


Startseite nachher:





Die Entwicklung im Überblick



Christoph Jahn

Geschäftsführer von Elbemetall

Mit Evergreen haben wir noch mehr erreicht, als wir uns erhofft haben: innerhalb von 12 Monaten konnten wir unsere Sichtbarkeit mit gezielten technischen Maßnahmen und qualitativ hochwertigen Inhalten vervielfachen. Inzwischen sind wir auf Augenhöhe mit der Konkurrenz und freuen uns über ein dickes Plus an Bestellungen und an Zufriedenheit seitens unserer KundInnen.

Bist du bereit, mit uns gemeinsam Erfolge zu erzielen?

Dann kontaktiere uns unter <https://www.evergreenmedia.at/kontakt/>