

Benchmark Analyse

Nutzen Sie die Stärken und Schwächen Ihrer Wettbewerber für sich

Das Wissen um die Performance der engsten Wettbewerber ist auch im Online Marketing für Unternehmen äußerst wertvoll. Sowohl aus den Stärken, als auch aus den Schwächen der Konkurrenz können wichtige Lehren gezogen werden, um beispielsweise nicht die gleichen Fehler zu wiederholen, die Sichtbarkeit der eigenen Website im Vergleich zu stärken, inhaltlich aufzutumpfen oder den Marketing- und Vertriebs Erfolg in den verschiedenen Online Kanälen zu steigern.

Die von Google für Web Analytics zertifizierten Experten von isemo erstellen eine holistische Benchmark Analyse Ihrer wichtigsten Wettbewerber und beleuchten im Detail, wie deren Websites sowie Marketing Kanäle aufgestellt sind. Wir halten dabei unter anderem den jeweils aktuellen Stand der Leistung in Sachen [SEO](#), [SEA](#), [Social Media](#), Linkgeber, [Display Advertising](#), Affiliate Marketing und laufender Kooperationen fest und bereiten diesen für Sie in einem kompakten Reporting auf.

<https://isemo.de/#kontakt>

Diese Fragen können Sie nach der Benchmark Analyse beantworten:



- Wie viele Besucher haben die Websites meiner Wettbewerber pro Monat?
 - Auf welche Geräte verteilt sich dieser Traffic (mobile vs desktop)?
 - Wie gut ist meine Konkurrenz in Sachen SEO aufgestellt (technisch und inhaltlich)?
 - Wie hoch ist die Absprungrate meiner Wettbewerber?
 - Wie hoch ist die durchschnittliche Besuchsdauer?
 - Wie bewertet Google die Ladegeschwindigkeit der Websites?
 - Wie schätzt Google die Nutzerfreundlichkeit für mobile Geräte ein?
 - Welche Marketing Kanäle nutzt die Konkurrenz?
 - Über welchen Kanal kommt wie viel Traffic?
 - Schalten meine Wettbewerber Anzeigen auf Google?
 - In welchem Umfang wird diese Werbung geschaltet?
 - Was sind die Top Anzeigen-Keywods meiner Wettbewerber?
 - Wie sehen die Anzeigentexte aus?
 - Werden eigene Landing Pages für das Marketing genutzt?
-
- Wie sind meine Wettbewerber in den sozialen Netzwerken aufgestellt?

- Wie viele Fans / Follower haben sie auf Facebook, Instagram, Youtube, Twitter & Co?
- Wie häufig werden Inhalte auf Social Media veröffentlicht und wie ist die Content Strategie?
- Schaltet meine Konkurrenz Werbung auf Facebook, Instagram, Youtube und Co?
- Wer sind die wichtigsten Linkgeber / Referrals?
- Betreiben meine Wettbewerber Display Advertising?
- Über welche Netzwerke werden die Werbebanner geschaltet?
- Wie sehen die erfolgreichsten Werbebanner aus?
- Wird Affiliate Marketing betrieben?
- Mit welchen Affiliate Netzwerken bestehen Partnerschaften?
- Wie sind die Affiliate Provisionen gestaffelt?
- Welche sonstigen Kooperationspartner haben meine Wettbewerber?
- Wie viele Marken und Produkte hat meine Konkurrenz gelistet (nur bei Online Shops)?
- Was sind die absatzstärksten Marken / Produkte (nur bei Online Shops)?
- Wie hoch ist der durchschnittliche Warenkorbwert (nur bei Online Shops)?

Weitere Themen aus dem Bereich von Web Analytics:

- [Google Analytics](#)
- [E-Commerce Tracking](#)
- [Conversion Optimierung](#)
- [Google Tag Manager](#)
- [Potenzial Analyse](#)
- [Web Analytics Workshops](#)