

SEO Whitepaper „Websites der Versicherer“

Im August 2017 veröffentlichte die Augsburger Digital Marketing Agentur xpose360 GmbH eine Branchenanalyse für Versicherungsvergleichsportale (<https://www.xpose360.de/news-trends/case-studies/seo-branchenanalyse-versicherungsvergleich/>). Dies nahm die Agentur zum Anlass, um die zehn größten Versicherer Deutschlands hinsichtlich ihrer Aufstellung in der Suchmaschinenoptimierung genauer zu analysieren. Das Whitepaper beinhaltet ausgewählte KPIs und SEO Faktoren, die aus Sicht der xpose360 relevant im Bereich „Versicherungen“ sind. Die untersuchten Versicherer sind: allianz.de, axa.de, cosmosdirekt.de, da-direkt.de, ergo.de, gothaer.de, hansemerkur.de, huk.de, ruv.de und zurich.de.

Augsburg, 02.11.2017 – „Krankenversicherung“, „Lebensversicherung“, „Haftpflichtversicherung“, „Berufsunfähigkeitsversicherung“ und vieles mehr. Heutzutage lassen sich alle Lebensbereiche optimal absichern. Mit einer zielgerichteten Suchmaschinenoptimierung können die Versicherungsdienstleister Aufmerksamkeit und Reichweite generieren, um so die gewünschte Conversion, also den Abschluss einer Versicherung, zu erzielen. Dabei sind mehrere, unter anderem technische, Faktoren entscheidend. Im Whitepaper „Websites der Versicherer“ werden die folgenden Fragen ausführlich beantwortet:

- Wie sind die Ladezeiten der Domains?
- Wie treten die Domains in den Suchergebnissen auf?
- Wie wird der relevante Content auf der Seite dargestellt?
- Wie gut sind die Seiten auf „mobile first“ vorbereitet?

Suchmaschinenoptimierung mit relevanten KPIs

Um zu prüfen, wie gut eine Webseite in den organischen Suchergebnissen im Wettbewerbsvergleich abschneidet, wird die sogenannte **Sichtbarkeit** gemessen. So kann eine Vergleichbarkeit im Zeitverlauf und mit Wettbewerbern hergestellt werden. Aus technischer Sicht ist die Umstellung auf **HTTPS** unumgänglich. Domains, die diesen Schritt noch nicht gegangen sind, werden den Nutzern bspw. im Chrome Browser zukünftig als „nicht sicher“ gekennzeichnet. Dies kann das Vertrauen der Marke beeinflussen. Die verglichenen Versicherer haben diese Umstellung erfolgreich vorgenommen.

Nutzerfreundlichkeit ist das Non-plus-Ultra

Der **Website Inhalt** des Versicherers muss drei Kriterien erfüllen: Expertise, Autorität und Vertrauen. Möchten sich die Interessenten detaillierter mit dem Angebot auseinandersetzen, so sollten weitere Informationen rund um das Angebotsspektrum auf der Seite vorhanden sein. Dabei sollte das Thema vollumfänglich abgedeckt werden und relevante Terme, die für Laien missverständlich sein könnten, erklärt werden.

Ebenso wurde im Whitepaper die **Mobile Friendliness** der Domains analysiert. Bis 2018 soll der Mobile Index den Desktop Index bei der klassischen Suchmaschine Google ersetzen. Seiten, die bis dahin das Design nicht für die mobile Nutzung angepasst haben, werden es sichtbar schwer haben, sich gegen Wettbewerber durchzusetzen. Bei den untersuchten Versicherungsanbietern ist durchwegs eine Mobile Page vorhanden. Allerdings ist bei einigen eine Optimierung hinsichtlich der Datenmenge nötig.

Zusammenfassung

Die von xpose360 analysierten Versicherungsdienstleister zeigen ein Grundverständnis im SEO. Potenziale gibt es in allen Bereich, um im Wettbewerb stets einen Schritt voraus zu sein:

- Interne Linkstruktur schaffen
- Datenmenge der mobilen Websites reduzieren
- Ladezeit der Desktop-Version optimieren
- Call to Action Elemente in Snippets integrieren

Trotz Optimierungspotenzialen weist der Versicherer **allianz.de** die beste Suchmaschinenoptimierung hinsichtlich der analysierten Faktoren auf.

Das vollständige Whitepaper können Sie unter folgendem Download-Link kostenfrei herunterladen:

<https://www.xpose360.de/news-trends/case-studies/seo-branchenanalyse-websites-der-versicherer/>

Über xpose360

Die xpose360 GmbH ist eine Digital Marketing Agentur aus Augsburg. Unser Ziel ist die nachhaltige Umsatz- und Trafficsteigerung für Kunden wie Singapore Airlines, NORMA, L'Tur, yello, Peter Hahn, Tarifhaus, impuls, herrenausstatter.de, exali.de, oder grünbeck. Die xpose360 gliedert sich in die Geschäftsbereiche SEO sowie PPC und Affiliate Marketing.

Mit der xpose360 erhalten Sie einen zentralen Projektmanager, der Ihr Projekt professionell betreut. Dabei arbeitet unser Team von 35 professionellen Mitarbeitern am Puls der Zeit und ist stets über die neuesten Entwicklungen in der Branche informiert. Ihr Ansprechpartner koordiniert Ihre Performance Kanäle, Redaktion, Technik sowie eventuell angeschlossene Agenturen.

Die Qualität der xpose360 ist durch internationale Auszeichnungen mehrfach zertifiziert. So gehören Qualitätszertifizierungen wie das BVDW-Zertifikat in den Bereichen SEA und Affiliate Marketing sowie die Zertifizierung als Google Analytics Professional, Google AdWords Professional und Google Display Professional zu unseren Qualitäten.

Zudem zählt die xpose360 zur iBusiness SEO Top 100 Agentur, als SEO United Agentur-Tipp, als LRT Associate und ist von SISTRIX als zertifizierte Agentur gewählt worden.

Pressekontakt xpose360 GmbH:

Lydia Hagen

xpose360 GmbH

Am Silbermannpark 2

86161 Augsburg

Fon: +49 (0) 821-45528921

E-Mail: l.hagen@xpose360.de