



Köln, 29.02.2016

serplorer: SEO-Monitoring neu erleben

Monitoring-Tool löst endlich Googles "not-provided"-Thematik

Die Kölner Internetagentur mindshape hat am 25.02.2016 ihr **neues SEO-Monitoring-Tool serplorer** auf den Markt gebracht.

Das Besondere am serplorer: Das Tool arbeitet mit **echten Google Daten** aus der Search Console und kombiniert diese zu **neuen Analysen**. Es löst das "not-provided"-Problem, da es als erstes Tool in Deutschland anzeigt, über welche Keywords Besucher tatsächlich auf die Seite kommen.

Alle von Google importierten Daten werden archiviert, so dass **Langzeitanalysen ohne großen Excel-Aufwand** möglich sind. Aktuell können in der Search Console selbst nur Daten betrachtet werden, die bis zu 90 Tage alt sind. Danach stellt Google die Daten nicht länger zur Verfügung.

Der Nutzer gewinnt mit Hilfe des serplorers also **deutlich tiefere Analyse-Informationen** als durch die Search Console allein. Das Tool hilft unter anderem, folgende Fragestellungen zu beantworten: Welches Keyword rankt für welche URL? Wie viele Besucher kommen über ein bestimmtes Keyword auf eine URL? Warum ist der organische Traffic auf einer wichtigen URL eingebrochen? Wie entwickeln sich Rankings, Click-Through-Rates, etc. im Vergleich zum Vorjahr?

Weitere Features des Tools sind: Bildung von URL-Verzeichnissen zur Auswertung von Segmenten, Erkennung von Mehrfachrankings und Keyword-Switchern.

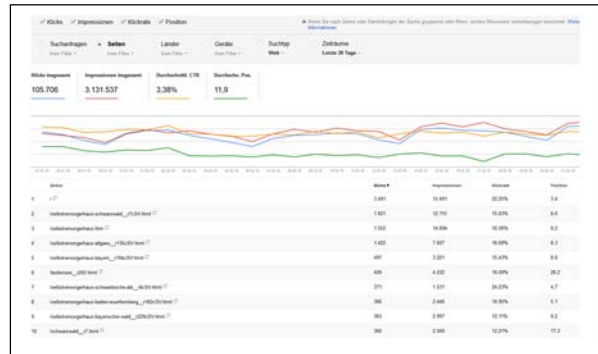
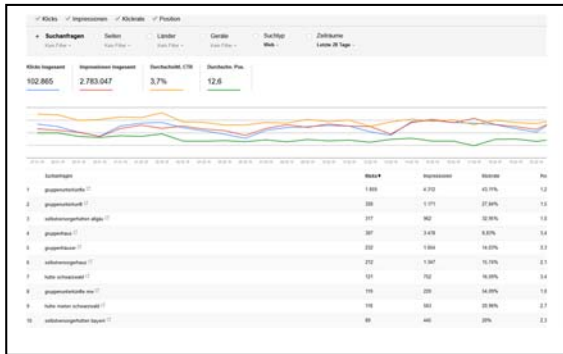
Der serplorer ist vor allem für SEO-Agenturen und Inhouse-SEOs gedacht, die ihre monatlichen Reportings vereinfachen möchten, gleichzeitig aber valide Googledaten benötigen. Je nach Anzahl der importierten Properties ist der serplorer in verschiedenen Preispaketen. Bis zum 15.03.2016 gibt es alle Pakete zum **Einführungspreis**.

Sie sind neugierig geworden und möchten mehr Informationen zum SEO-Monitoring Tool serplorer? Dann schreiben Sie uns eine E-Mail an info@serplorer.com oder melden Sie sich telefonisch bei Joana Thönneßen unter 0221 292025-36.

"Not-provided"? Nein danke!

Jeder Online-Marketer kennt das Problem: Schon seit einigen Jahren kann man in Google nicht mehr erkennen, über welche Suchbegriffe Besucher auf eine bestimmte URL kommen. Und in der Search Console können Auswertungen lediglich nach URL oder auf Keywordbasis erfolgen.

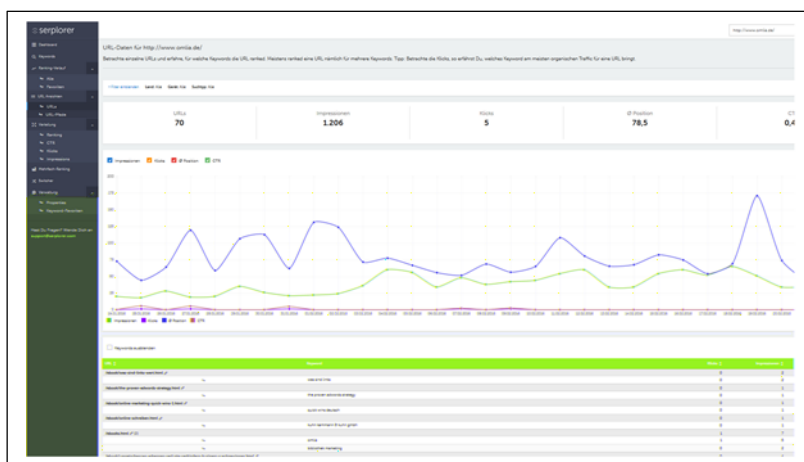
Für Online-Agenturen und Online-Marketing-Abteilungen bedeutet dies einen erheblichen Mehraufwand in ihren Analysen. Viele Aussagen beruhen auf Schätzungen und Hochrechnungen.



Die Screenshots aus der Google Search Console zeigen, dass Auswertungen nur auf Keyword- oder URL-Basis gefahren werden können.

Im Gegensatz zu anderen Monitoring-Tools nutzt der serplorer Informationen aus der Search Console, um dieses Problem zu lösen. Er importiert Keywords und URLs und kombiniert die Daten.

Der Nutzer sieht nun wieder ganz genau, welche Suchbegriffe Besucher auf eine URL ziehen. Er kann valide Aussagen treffen und sieht schneller welche URLs Optimierungspotenzial haben. Das Ganze ohne Schätzungen oder Hochrechnungen, sondern auf der Basis echter Google-Daten.



Der serplorer kombiniert die Keyword- mit den URL-Daten. So wird auf einen Blick deutlich, welche URL für welches Keyword rankt und wie viele Besucher über die Suchanfrage auf die jeweilige Seite kamen.

Langzeitanalysen mit echten Google Daten

Google stellt seine Daten in der Search Console maximal 90 Tage zur Verfügung. Um Langzeitanalysen wie Quartals- oder Jahresvergleiche zu fahren, mussten SEOs bisher csv-Dateien aus der Console exportieren und diese aufwendig in Excel weiterverarbeiten.

Der serplorer speichert die importierten Daten dauerhaft, so dass Langzeitanalysen und -vergleiche schnell gemacht kein Problem mehr sind.

Testimonials

Stephan Czysch, Autor des Buchs "Suchmaschinenoptimierung mit Google Webmaster Tools"



Warum für den serplorer zahlen, wenn die Daten mit der Google Search Console aus einem kostenfreien Tool kommen? Weil mit dem serplorer die Usability-Schwächen des Search-Console-Interface umgangen werden! Dank dem serplorer ist es möglich, relevante Informationen schneller zu sehen und auf umständliche Filter im GSC-Interface zu verzichten. Und die 90-Tage Problematik gehört auch der Vergangenheit an. Endlich ein Tool, das die umfassenden Möglichkeiten der Google Search Console Suchanfragen API nutzt!



Sebastian Gebert, sparhandy

Der serplorer ermöglicht mir das einfache Jonglieren mit den Daten aus der Search Console. Zusätzlich werden alle relevanten Daten die direkt von Google kommen schön visuell aufbereitet. Was die Verwertung der Daten wesentlich einfacher und schneller gestaltet.



Robert Hartl, NETPROFIT

SEO-Tools gibt es viele, Monitoring-Tools einige. Dennoch schafft der serplorer Mehrwert durch die Aufbereitung und klasse Features wie Switcher und Mehrfachrankings. Auswertung und Analyse sind intuitiv, wodurch sich zielgenaue Verbesserungsmaßnahmen relativ einfach ableiten und umsetzen lassen.