



## Deutliche Steigerung

### Neue Site

Die Website verbuchte im Jahr 2020 70% mehr Traffic sowie 72% neue Nutzer und 76% mehr Sitzungen. Für die Umsetzung des Website-Relaunches ist die Salzburger Agentur elements verantwortlich.

### Social Media

Auf Instagram folgen dank punkt & komma rund 8.500 Menschen, es gibt eine Steigerung der Brand Awareness um 85%. Die Facebook-Gruppe hat 650 Postings, 2.229 Kommentare und 15.484 Reaktionen (seit Gründung).

# Storytelling mit Simplon-Rädern

Der Bike-Pionier bietet High End-Fahrräder aus Österreich. elements und punkt & komma setzen sie online in Szene.

SALZBURG. Um der Vision eine digitale Bühne zu bieten, setzt Simplon im Jahr 2018 den ersten wichtigen Schritt in Richtung „New Media“ und launcht die neue Website [www.simplon.at](http://www.simplon.at) – ein gelungener Auftritt, welcher der Komplexität und Simplicity gleichermaßen Beachtung schenkt und das Phänomen „Rad“ als echtes Abenteuer präsentiert. „Storytelling at its best“, lautet die Devise. Und so wird für das im Jahr 1961 gegründete Unternehmen ein Content-Konzept kreiert, das textbasierten sowie Visual Content via Newsletter, Online-Magazin und Social Media-Präsenz gleichermaßen integriert.

Der Bike-Pionier verkauft im Jahr etwa 16.000 Fahrräder, sprich 300 Stück pro Woche, was unter anderem den Content Marketing-Maßnahmen von punkt &

komma geschuldet ist. Der realisierte Website-Relaunch 2018 von der Partneragentur elements führte unmittelbar zur Steigerung der KPIs: höhere Sitzungsdauer, größeres Engagement, niedrigere Absprungrate und Verbesserung der Usability.

### Mehr Traffic, mehr Nutzer

In Zahlen gesprochen: 70% mehr Traffic, 72% neue Nutzer, 76% mehr Sitzungen und eine Steigerung der Zugriffe um 42% allein im Jahr 2020. Der integrierte Bike-Konfigurator gilt als wichtiger Meilenstein und schafft Raum für Individualität und „Tüftelei“. Vor allem die Sichtbarkeit auf [google.de](http://google.de) wurde kontinuierlich verbessert, und man setzte auf viele weitere Content Marketing-Maßnahmen: laufende Content-Optimierung der Website-Texte, Content-Ausbau

auf der Website (Themenseiten, Produktseiten, Testberichte, Online-Magazin-Redaktion, Newsletter-Marketing, Kampagnen-Landingpages).

### Performance Optimization

Gemeinsam mit elements setzte man wichtige Schritte im Bereich Web Performance Optimization. Diese umfassten eine Verbesserung der Usability durch ständige Validierung mit Matomo Heatmaps sowie von generischem Ranking durch kontinuierliche Content-Optimierung & SEO-Analysen. Weiters konnten in den Bereichen Web Core Vitals, der durchschnittlichen Ladezeit um rund 25% Optimierungen vorgenommen werden. WDF\*IDF (Berechnung der Relevanz von Content im Verhältnis zu Inhalten anderer Webseiten), Konkurrenzanalysen, gefolgt

von Content-Optimierung sowie die Etablierung eines umfangreichen Tracking-Konzepts zur Erfolgsmessung wurden ebenfalls implementiert

Um auch in Social Media professionell zu performen, wurde gemeinsam mit punkt & komma eine vollkommene Neupositionierung und Überarbeitung der Bildsprache realisiert. Oberste Prämisse: die wahre Emotion und den unvergleichbaren USP der Marke auch digital erlebbar zu machen.

2020 konnte Simplon durch die Social-Strategie ordentliche Zuwächse auf Instagram verbuchen: Im Vergleich zum Jahr 2019 generierte die Marke einen Zuwachs von 40% und freut sich nun über 8.500 Follower. Die Story-Impressions konnten um 110% gesteigert werden, und die Brand Awareness verzeichnet ein Plus von über 85%.

### 340 Prozent Steigerung

Der Facebook-Account zeigt ein ähnliches Bild. Aktuell freut man sich über 25.000 Fans, im Vergleich zum Jahr 2019 erreichte sie eine Impression-Steigerung von 340%. punkt & komma initiierte eine Simplon-Facebook-Gruppe, die innerhalb eines Jahres 1.260 Gruppenmitglieder gewann, wovon sich 1.190 aktiv am Geschehen beteiligten. (gs)