



Schweizer Fahrschule

Case Study Schweizer Fahrschule

Fallstudie:

Die "Schweizer Fahrschule" maximiert seine Leadgenerierung durch nachhaltige Onpage-Optimierungen

Die Ziele:

- Maximierung der Anfragen für Fahrstunden, Nothelferkurse und Verkehrskunde
- Ausweitung der Online Werbung auf weitere Standorte (Reichweitenmaximierung)
- Engagement mit der Website steigern

Der Ansatz:

- Implementierung eines zentralen Kontaktformulars für schnelle Terminanfragen
- Erweiterung des Terminangebots
- Darstellung von Trust Elementen, Nutzerbewertungen und USPs
- Klare Call-to-Actions und präsenze Positionierung der Telefonnummer
- Content Anpassungen: Landing Pages mit geografischem Bezug
- Look and Feel der Website verbessern
- Integration eines Live-Chats für einfache und schnelle Kommunikation

Die Ergebnisse:

- Steigerung der erfassten Conversions um 450%
- Verbesserung des Cost per Conversion um 58,41%
- Verbesserung der CVR um 123,26%
- Steigerung des Traffics um 146,35%
- Steigerung Seiten pro Sitzung um 79,58%
- Steigerung Sitzungsdauer um 51,91%

Schweizer-Fahrschule ist ein mittelständisches Unternehmen mit insgesamt 12 Standorten in der Schweiz. Die Fahrschule ist auf den Bereich PKW spezialisiert und bietet neben dem praktischen Fahrunterricht auch Verkehrskunde und Erste Hilfe Kurse an. Zu den wichtigsten Standorten zählen Zürich, Luzern und St. Gallen.

Zu Beginn der Zusammenarbeit war die Anzahl der generierten Anfragen geringer als erwartet. Während der Optimierung des neu erstellten AdWords-Kontos, wurde auch auf den Landing Pages großes Optimierungspotenzial festgestellt. Unsere Usability Analyse ergab beispielsweise, dass klare, farblich hervorgehobene Call-To-Actions (CTA) fehlten, die Kontaktaufnahme zu umständlich war oder der geografische Bezug der Suchanfragen sich nicht in dem Content der Seiten widerspiegelte.

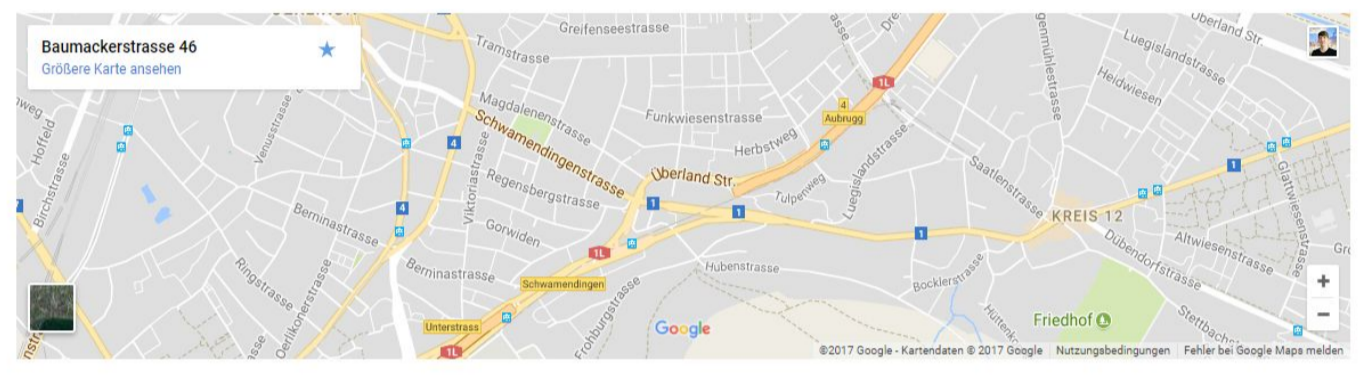
Welche Ziele haben wir verfolgt?

Mit der Umgestaltung der Landing Pages sollte in erster Linie eine Maximierung der Anfragen für Fahrstunden, Nothelferkurse und Verkehrskunde realisiert werden. Durch eine spezifische Ansprache der relevanten Zielgruppen galt es, das Engagement mit der Webseite zu steigern. Langfristig wurde die Ausweitung der Online-Werbung auf weitere Standorte angestrebt, um die Reichweite innerhalb der Schweiz zu erhöhen.

Der gemeinsame Lösungsansatz:

Im ersten Schritt wurde für jeden Standort eine eigene Landing Page erstellt und individuell auf die Standorte zugeschnitten. Hierzu werden dem Nutzer unter anderem Infos über das Fahrschulangebot, sowie die genaue Location der Fahrschule (mit Hilfe von Google Maps) angezeigt. Durch diese Content-Anpassungen sollte die Relevanz von Suchanfrage zur Zielseite und somit der Google-AdWords-interne Qualitätsfaktor erhöht werden, sodass wir eine bessere Sichtbarkeit für weniger Klickkosten generieren konnten.

Standort in Zürich



Ein zentrales und vom Content hervorgehobenes Kontaktformular mit klaren Call-To-Actions für schnelle, einfache Terminanfragen, eine örtliche Telefonnummer und ein integrierter Live Chat sollen garantieren, dass die Nutzer auf einem unkomplizierten Weg ihre Kursanfrage stellen können.

Mobil sein und die Welt mit dem eigenen Auto entdecken. Träumst du auch davon? Doch bist die erste Fahrt mit dem eigenen Auto beginnen kann, müssen einige Hürden bewältigt werden. In unseren Schulungsräumen an den Standorten Zürich, Luzern, St. Gallen und Winterthur bieten wir eine umfassende und kostengünstige Ausbildung zum Thema Nothelferkurse, Verkehrskunde und Fahrstunden in modernen Fahrzeugen. Teste doch selbst unsere Fahrlehrer und Fahrschulwagen in einer unverbindlichen Probelektion. Bist du bereit? Dann rufe uns an oder entscheide dich gleich online für einen Kurs aus unseren zahlreichen Angeboten.

- GÜNSTIGE PROBESTUNDE
- GÜNSTIGE KOMBI-ANGEBOTE
- 12 STANDORTE IN DER SCHWEIZ
- 079 190 5000 (MO - FR 8:00-17:00)
- TOP SERVICE 100% GARANTIE & BERATUNG
- Im Schweizer Fahrlehrervergleich mit dem Maximum von 6 Sternen bewertet!
- www.fahrlehrervergleich.ch

Hier Termin anfragen

Name

Email

E-MAIL ABSENDEN

Da Anrufe einen wesentlichen Touchpoint für Anfragen bei Mega-Fahrschule darstellen, haben wir diese Anfragen mit Hilfe von Telefontracking gemeinsam messbar gemacht. Darüber hinaus haben wir die Telefonnummer optisch hervorgehoben und zentral im Header der Webseite platziert.

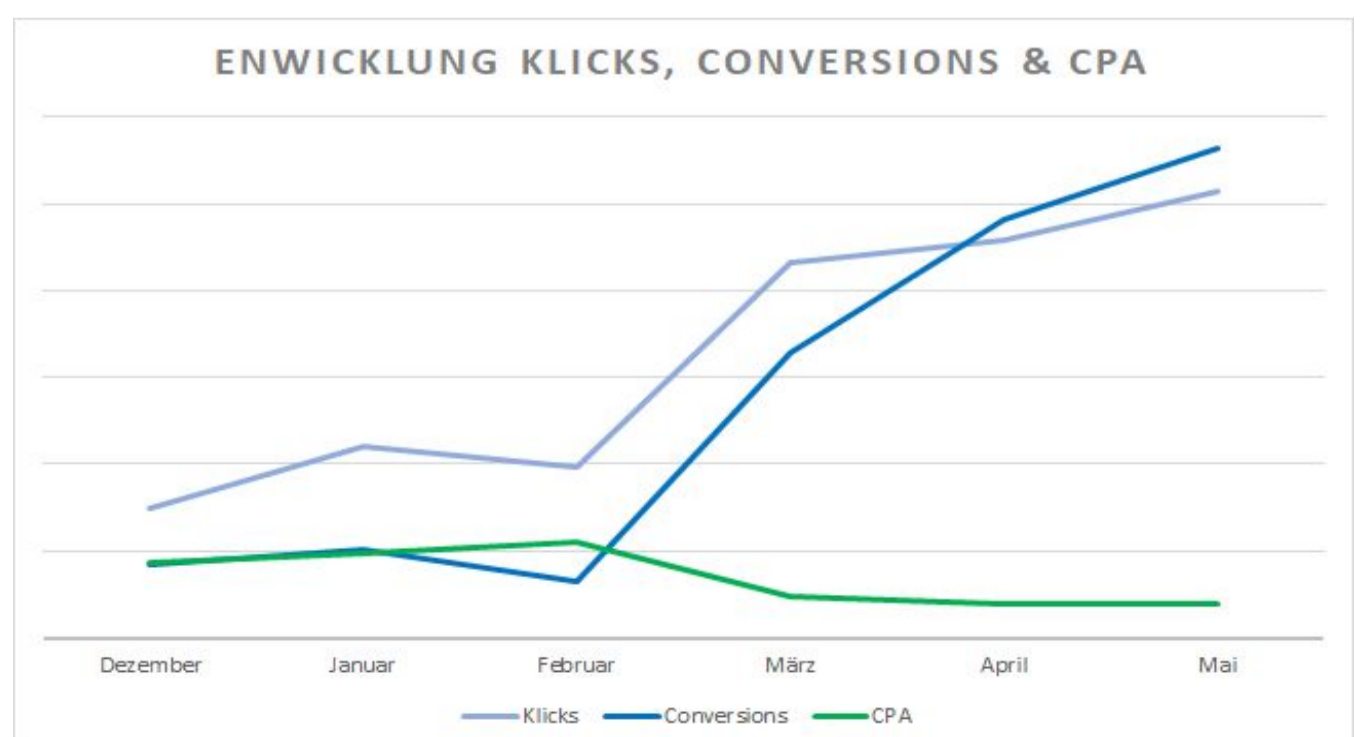
Zudem wurden aussagekräftige USPs, Nutzerbewertungen und Trust Elemente auf den Webseiten platziert, damit Vertrauen hergestellt wird. Die Vorteile gegenüber der Konkurrenz sind sofort ersichtlich und die Besucher steigen schneller in den Conversion-Prozess ein.

Auch aus funktionaler Perspektive erhielt die Website einen neuen Anstrich: Einerseits wurden den Nutzern noch mehr zukünftige Kurstermine zur Auswahl gestellt - andererseits integrierte Schweizer Fahrschule umfassende Kombi-Pakete, welche den Interessenten faire Mengenrabatte ermöglichen und eine gewisse Dringlichkeit für den Abschluss eines Pakets darstellen.

Top Angebote

KOMBI ANGEBOT I	KOMBI ANGEBOT GOLD	KOMBI ANGEBOT II	KOMBI ANGEBOT III
Nothelferkurs + Verkehrskunde	Nothelferkurs + Verkehrskunde + 10 Fahrstunden + Versicherung	Verkehrskunde + 10 Fahrstunden + Versicherung	Nothelferkurs + Verkehrskunde + 20 Fahrstunden + Versicherung
Super Angebot ab 269,-	Bestseller Super Angebot ab 999,-	Super Angebot ab 949,-	Super Angebot ab 1699,-
CHF 399,- ab CHF 269,- PREISKNALLER!	CHF 1190,- ab CHF 999,- PREISKNALLER!	CHF 1049,- ab CHF 949,- PREISKNALLER!	CHF 2119,- ab CHF 1699,- PREISKNALLER!
JETZT BUCHEN	JETZT BUCHEN	JETZT BUCHEN	JETZT BUCHEN

Mittels der oben aufgezeigten, intensiven Onpage-Optimierungsmaßnahmen konnte sowohl die Usability als auch das Look and Feel der Landing Pages deutlich verbessert werden.



Aufgrund der zahlreichen Anpassungen im Onpage-Bereich wurden insgesamt 450% mehr erfasste Conversions erzielt. Gleichzeitig konnten die Kosten pro Conversion um 58,41% gesenkt werden. Durch Maßnahmen, wie die Ausweitung der Werbeausrichtung auf andere Städte war es uns möglich, den Traffic um 146,35% zu steigern. Insbesondere die spezielle Ausrichtung der Landing Pages konnte zu einem höheren Qualitätsfaktor und eine höhere Nutzererfahrung mit der Zielseite beitragen. Daraus resultieren durchschnittlich 7,14% niedrigere Klickpreise.

Die Seiten pro Sitzung sind um 79,58% und die Sitzungsdauer um 51,91% gestiegen, was für ein deutlich höheres Engagement der Nutzer mit der Webseite spricht. Letztendlich war die Optimierung der Landing Pages mit einer Steigerung der Conversion Rate um 123,26% ein voller Erfolg.