

Best Western

case study



Oczekiwania i problemy

Oczekiwania

Zarządzający polską wersją strony oczekuje poprawy pozycji na frazy związane z nazwami hoteli oraz wzrostu liczby rezerwacji pochodzących z kanału organicznego.

Problemy

Witryna ma bardzo ograniczone i restrykcyjne opcje rozbudowy. Jest wolna, szczególnie na urządzeniach mobilnych oraz posiada mało intuicyjną stronę główną. Każdy hotel posiada własną witrynę konkurującą z domeną marki.

Zastosowane rozwiązania

Prace optymalizacyjne polegały na:

- Optymalizacji metadanych.
- Przebudowie strony głównej.
- Przebudowie architektury bloga.
- Rozbudowie treści na blogu.
- Przebudowie zawartości footera.
- Optymalizację szybkości wczytywania.

Przyjęta strategia

- Zawartość strony głównej zostanie dostosowana do urządzeń mobilnych, a informacje na niej zawarte mają łączyć cele użytkowników i biznesowe.
- Title i descripton mają informować o rezerwacji online 24/7 oraz poprawić ogólny CTR.
- Treści na blogu mają przyciągać nowych użytkowników i zapoznawać ich z marką BW.
- Poruszanie się pomiędzy artykułami oraz stronami hoteli ma być łatwiejsze.
- Stopka ma być uporządkowana i zawierać najważniejsze informacje oraz pomagać w nawigacji.

1.3x

szybsze wczytywanie

Efekty

Tempo pełnego wczytania każdej strony przez użytkowników poprawiło się średnio o 30%.

1.6x

większa widoczność

Efekty

Liczba fraz na które witryna jest widoczna
wzrosła o 68%.

3

średnia poprawa pozycji

Efekty

Średnia pozycja witryny w wynikach wyszukiwania poprawiła się o 3 miejsca.

3.1x

wzrosły impresje

Efekty

Liczba impresji w wynikach wyszukiwania wzrosła ponad 3-krotnie.

1.4x

wzrósł wskaźnik konwersji

Efekty

Ogólny wskaźnik konwersji poprawił się o 40%.

Rezultat

Wszystkie oczekiwania klienta zostały spełnione. Pozycje fraz kluczowych poprawiły się, wzrósł wskaźnik konwersji oraz poprawiono widoczność witryny.

Metryczka

- Dane pochodzą z Google Search Console, Google Analytics i Ahrefs.
- Dotyczą okresu przed działaniami od 2019.08.04 do 2019.08.10.
- Dotyczą okresu po i w trakcie optymalizacji od 2020.01.02 do 2012.01.08.

Kontakt

W sprawach związanych z rozpoczęciem współpracy lub zaproszeniem nas do przetargu prosimy o kontakt z Robertem Bernaciakiem.

robert.bernaciak (at) performancelabs.pl

(+48) 22 102 17 09

Zapraszamy do odwiedzin:

- [Performace Labs](#)
- [Perormance SEO](#)
- [Best Western](#)