



STRATEGICZNI.PL

Case Study

SEO branża software house na rynkach **UK i USA**
Wzrost liczby sesji o **792%** i liczby użytkowników
o **907%** w ciągu 12 miesięcy,
Liczba wyświetleń w Google **134328%**
Generowanie leadów poprzez działania content
marketingowe

Cel projektu

- zwiększenie widoczności serwisu
- zwiększenie ruchu na stronie
- pozyskiwanie leadów

Wyzwania

- nowa strona internetowa/domena
- bardzo duża konkurencja w branży IT
- trudne rynki zagraniczne UK & USA

Czas trwania projektu

październik 2018 - marzec 2020

Założenia projektu

Zwiększenie widoczności, ruchu oraz pozyskiwanie nowych leadów dla polskiego software house'u na rynkach zagranicznych UK i USA. Największym wyzwaniem była zarówno trudność branży IT, jak i zdecydowanie większa konkurencyjność tych firm na rynkach anglojęzycznych. Postanowiliśmy „sprzedać” w tym projekcie to, co klient miał najlepszego, czyli wysokie kompetencje techniczne i jakość oferowanych usług poprzez content marketing.

Przeprowadzone działania SEO

1. Rozbudowa serwisu

Działania rozpoczęliśmy od rozbudowy struktury kategorii. Serwis został uzupełniony o dodatkowe usługi świadczone przez software house oraz podstrony dedykowane danym technologiom, używanym w realizowanych projektach. Zarówno nowe jak i istniejące kategorie zostały uzupełnione o treści, zostały zoptymalizowane nagłówki i metadane.

2. Optymalizacja techniczna strony

Strona została również zaudytowana pod względem niedociągnięć technicznych. Najbardziej kluczowymi elementami były: poprawa adresów kanonicznych w celu wyeliminowania duplikacji. Optymalizacja linkowania wewnętrznego między sekcją blogową a sekcjami usług i technologii. Wykluczona została również kanibalizacja między niektórymi wpisami blogowymi i ich odpowiednikami w usługach.

3. Content marketing

Mając na uwadze dużą konkurencję i trudność rynków, postanowiliśmy trafić do potencjalnych klientów poprzez aktywne prowadzenie bloga. Umożliwiło to dotarcie do klientów na różnych etapach decyzyjnych. Szeroki zakres działania, umożliwił wyjście poza wąskie ramy, jakie pierwotnie stwarzała ograniczona liczba kategorii (usług).

4. Content marketing - wizerunek eksperta

Poprzez bloga promowaliśmy outsourcing w ramach „offshore” i „nearshore” developmentu. Dzielił się wiedzą i doświadczeniem specjalistów, promując mocno wizerunek firmy jako ekspertów ze środkowej Europy, posługujących się płynnie językiem angielskim, będących idealnym rozwiązaniem dla outsourcingowych problemów firm zagranicznych.

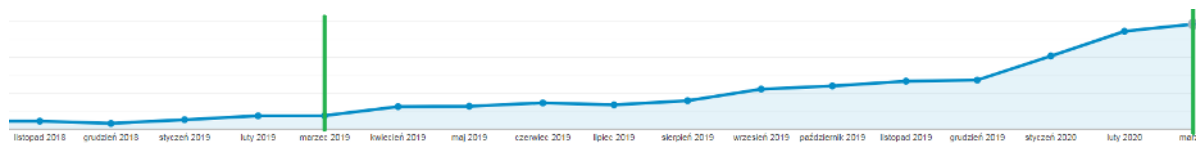
5. Link building

Domknięciem całego procesu optymalizacyjnego był regularny link building. Oprócz typowych działań wzmacniających domenę, publikowane były również artykuły sponsorowane w zagranicznych portalach na danym rynku.

Efekty podjętych działań

Wzrost ruchu organicznego o 792%, liczby użytkowników o 907%

(porównanie marzec 2019 do marca 2020)



Wzrost widoczności w wyszukiwarce Google o 134328%

(porównanie marzec 2019 do marca 2020, wykres przedstawia dane z GSC z 16msc)



Część leadów uzyskana bezpośrednio z działań content marketingowych

Weryfikacja przez klienta źródeł swoich leadów potwierdziła, że część z nich pochodziła bezpośrednio z treści content marketingowych. Udowadnia to, że dobre i techniczne artykuły omawiające określone problemy IT (zoptymalizowane odpowiednio pod kątem SEO) mogą być źródłem wartościowych leadów.

Masz więcej pytań? Skontaktuj się z nami!



Dawid Kasprzyk

CSO, Co-Founder

+48 577 803 503

kontakt@strategiczni.pl