

CASE STUDY Rechtsberater.de

Online Marketing optimieren durch Telefontracking

Juli 2016



Sunlab ist Google Premium Partner in Deutschland. Durch unseren starken Fokus auf Technologie ermöglichen wir unseren Kunden Online Marketing am Puls der Zeit zu betreiben und messbare Erfolge zu generieren.



Situation

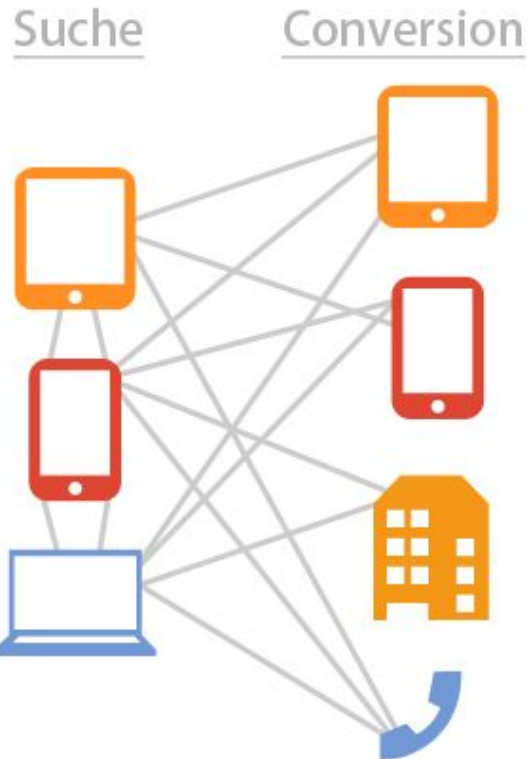
Rechtsberater.de ist ein Familienrechts-Portal, welches online umfassende Informationen zum Thema Scheidung, Rechtsstreitigkeiten, Sorgerecht und weiteren Rechtsgebieten zur Verfügung stellt.

Darüber hinaus bietet das Portal die Möglichkeit einer **telefonischen Beratung durch spezialisierte Fachanwälte**. Das Angebot reicht von einer kostenlosen Erstberatung, über die Vermittlung zu Fachanwälten in der Nähe des Anrufers bis hin zur Annahme konkreter Mandate.

Ziel

Über Online-Marketing-Maßnahmen sollen potenzielle Mandanten auf das Portal aufmerksam gemacht werden und anschließend die Beratungshotline in Anspruch nehmen.

Durch das **Telefontracking von MaTelSo** können die Marketing-Aufwendungen und deren Erfolg einzelnen Kampagnen und Keywords zugeordnet werden, um diese **zielgerichtet zu optimieren**.



Von der Suche zum Telefon-Lead

Leute informieren sich über **verschiedene Geräte** online, bevor sie einen Abschluss tätigen. Dieser findet im Falle von rechtsberater.de telefonisch statt. Benutzer, die über **AdWords Anzeigen** in der Google Suche auf der rechtsberater.de landen und einen Anruf tätigen, werden über das MaTelSo Telefontracking erfasst.

Eindeutige Zuweisung

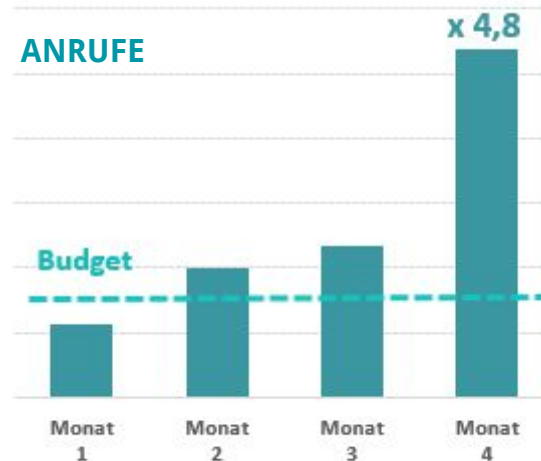
Dadurch lassen sich diese **Anrufe den einzelnen AdWords Kampagnen und Suchwörtern zuordnen**. Auf Basis der erzielten Telefon-Leads können diese dann optimiert werden.

Ohne unser Telefontracking wären die Anrufe nicht messbar und das Budget für die Kampagnen nicht leistungsorientiert aussteuerbar.



Ergebnis

Seit Einsatz des Trackings konnten die Anrufe der rechtsberater.de Hotline **bei gleichbleibendem Budget** kontinuierlich gesteigert werden. Die AdWords Kampagnen wurden **fortlaufend auf Basis der Anruferzahlen optimiert.**



Gleichzeitig stieg die Klickrate (CTR) der in der Google Suche geschalteten Anzeigen seit März um **+18%**. Textanzeigen und Keywords werden datengetrieben weiterentwickelt und ausgebaut.

