

Case Study

ORGANISCHE SICHTBARKEIT DER SBB AUF DER CHINESISCHEN SUCHMASCHINE BAIDU

Die Schweiz bleibt auch nach der Pandemie eine beliebte Feriendestination für chinesische Tourist:innen. Die SBB betreibt deshalb eine eigene chinesische Website, um Gäste aus dem chinesischen Raum gezielt anzusprechen. Damit die Inhalte über gängige chinesische Suchmaschinen potenzielle Kund:innen auch erreichen, hat die SBB gemeinsam mit Webrepublic eine Reihe von Massnahmen ergriffen, die das Ranking der Website für relevante Keywords signifikant erhöht haben.

AUSGANGSLAGE

Die Schweizer Tourismusbranche sieht grosses Potenzial in Reisenden aus China und spricht sie deswegen gezielt an. Um auch chinesischen Tourist:innen den Zugang zum öffentlichen Verkehr in der Schweiz so leicht wie möglich zu machen, lancierte die SBB eine Website für den chinesischen Markt. Besondere Herausforderungen für die Sichtbarkeit bei der richtigen Zielgruppe sind das nötige Know-how über den chinesischen Markt und eine darauf angepasste Strategie. Denn auch wenn eine Marke bereits erfolgreich in westlichen Ländern agiert, sind die bestehenden Erfolgsmodelle nicht einfach auf einen anderen Markt übertragbar. Erfahren Sie in

Fachartikeln unserer Expert:innen mehr darüber, wie der Eintritt in den chinesischen Markt gelingt und wie SEA auf Baidu funktioniert.

ZIELE

- ★ Steigerung der Bekanntheit von SBB-Angeboten auf dem chinesischen Markt
- ★ Zugang zum Billettkauf und zu den wichtigsten Inhalten auf SBB.ch für chinesische Gäste
- ★ Vermittlung des Markenwerts und der Qualität von SBB-Dienstleistungen auf dem chinesischen Markt

MASSNAHMEN

Damit die Website die richtige Zielgruppe erreicht, entwickelte Webrepublic gemeinsam mit der SBB Massnahmen, die die Sichtbarkeit auf den relevanten Plattformen sicherstellen. Die Suchmaschine Baidu hat in China die grössten Marktanteile, weshalb die Optimierung für Baidu ein zentrales Element des Projekts war. Die Mitglieder des China-Teams von Webrepublic – alle haben Chinesisch als Muttersprache – fertigten zusammen mit dem internationalen SEO-Team eine Analyse der Website-Performance an und identifizierten dabei drei Herausforderungen, für die sie konkrete Massnahmen erarbeiteten.

- ★ Die chinesische Website der SBB war auf Baidu nicht indexiert: Die gesamte URL-Struktur musste angepasst und zur Indexierung eingereicht werden.
- ★ Der Pagespeed der Website war ungenügend und zu lange Ladezeiten reduzierten die organische Sichtbarkeit in der Suchmaschine: Webrepublic empfahl, die Dateigrößen sämtlicher Bilder und Grafiken auf der Website zu reduzieren, und überwachte daraufhin die Änderungen (Desktop- und Mobile) in WiFi- und 4G-Verbindungen.
- ★ Organisches Ranking war auf Baidu kaum vorhanden: Anhand von Analysen von Baidu Data Intelligence und Baidu Ranking Insights definierte Webrepublic Keywords und Metadaten, die auf der SBB-Website platziert wurden, um die organische Sichtbarkeit zu erhöhen.



ERGEBNISSE

- ★ Dank neuer URL-Struktur gelang die Indexierung der chinesischen SBB-Website auf Baidu erfolgreich.
- ★ Der Pagespeed der chinesischen Website sowie der generellen SBB-Website wurde erhöht.
- ★ Das Ranking der chinesischen SBB-Website wurde für relevante Keywords wie beispielsweise «swiss railway» verbessert und stieg vom 24. auf den 2. Rang der Suchergebnisse.

«Wir freuen uns sehr, Teil des chinesischen Standortprojekts der SBB zu sein und dazu beizutragen, die organische Präsenz beim chinesischen Publikum zu verstärken. Mit einer Reihe von Massnahmen schufen wir eine solide Basis, die eine langfristige Erhöhung der Sichtbarkeit der chinesischen SBB-Website auf der führenden Suchplattform in China ermöglicht.»

Shiyu Piao Stocker, Senior Specialist SEA, Webrepublic AG

«Dank der Expertise von Webrepublic in den Bereichen chinesischer Markt und Baidu ist es uns gelungen, SBB.ch sichtbar in der chinesischen Suchmaschine zu verankern. So versorgen wir Touristinnen und Touristen aus China bereits vor Reiseantritt mit allen nötigen Informationen rund um das Zugreisen in der Schweiz – direkt in ihrer Landessprache.»

Mirjam Niederberger, Junior SEO Specialist, SBB

