

Medienmitteilung

Update der Google Core Web Vitals: Webrepublic baut UX-Expertise weiter aus

Zürich, 6. Mai 2021 – Die User Experience einer Website wirkt sich als Faktor zunehmend auf die Ergebnisse der Google-Suchresultate aus. Die Zürcher Digitalmarketing-Agentur baut deshalb ihr UX-Team aus und entwickelt ihren datengetriebenen Lösungsansatz weiter.

Core Web Vitals sind eine Reihe spezifischer Faktoren, die Google als wichtig für die gesamte User Experience (UX) einer Website erachtet. Mit dem ab Juni ausgerollten Update dieser Parameter nehmen sie erstmals direkten Einfluss auf das Ranking einer Website. Für eine optimale Platzierung in den Suchergebnissen ist ein holistisches Verständnis der User Journey mit allen Aspekten des Nutzungserlebnisses deshalb essenziell.



Philipp Hiemer, Adrian Wenzl, Dafina Abazi, Pascal Misala (v.l.)



Um ihre Kunden hinsichtlich der aktuellen Veränderungen zu unterstützen, baut die Zürcher Digitalmarketing-Agentur Webrepublic ihr bestehendes UX-Team aus. Die unter anderem an der School of UX in London ausgebildete und im Bereich Digital Experience erfahrene Team-Managerin Dafina Abazi führt neu die zwei Mitarbeitenden Philipp Hiemer und Pascal Misala. Gemeinsam mit SEO-Experten unter der Leitung von Martin Stadelmann sowie Digital-Analytics-Spezialisten arbeiten sie an Projekten in den Bereichen UX Design, UX Research, Conversion-Rate-Optimierung, UX Speed Consulting sowie User-Journey-Optimierung.

Zitat Dafina Abazi, Team-Managerin UX, Webrepublic:

«Wir wollen nicht nur glanzvolle digitale Produkte erstellen – wir analysieren und bewerten die Daten, anschliessend dokumentieren und visualisieren wir unsere Ergebnisse. Wir begleiten unsere Kunden von der Idee über die Recherche bis zum Endprodukt.»

Die Philosophie des Teams orientiert sich dabei am datenbasierten Zusammenspiel der UX-, SEO- und Digital-Analytics-Komponenten, das zentral für die (Desktop- und Mobile-) Performance von Websites und Apps ist. Eine erfolgreiche Umsetzung dieser Synergien kann zu höheren Conversion Rates, niedrigeren Entwicklungskosten und einer insgesamt besseren Kundenbindung sowie -profitabilität führen. Der Ansatz wird bereits in laufenden Kundenprojekten umgesetzt, unter anderem für *LGT*, die *Hochschule für Wirtschaft Zürich (HWZ)*, sowie *cashgate*.

Zitat Adrian Wenzl, Director Performance Marketing, Webrepublic:

«Der Ausbau unserer UX-Expertise freut mich sehr, denn er passt zu unserem Anspruch, holistisches Performance Marketing zu betreiben. Wir können zum einen die Erlebnisse der Endnutzerinnen und -nutzer verbessern und zum anderen unseren Kunden dabei helfen, ihr Marketingbudget effizienter und nachhaltiger einzusetzen.»

Über Webrepublic

Webrepublic ist die führende Digitalmarketing-Agentur der Schweiz. Rund 200 Mitarbeitende konzipieren, implementieren und optimieren Kampagnen aus einer Hand. Um für Kunden Marketinginnovation in Unternehmenswert zu übersetzen, denken sie Kreation, Media und Technologie stets zusammen. Unter dem Namen BoB – Best of Both – arbeitet das inhabergeführte Unternehmen seit 2020 eng mit der Kreativagentur Wirz zusammen. Gemeinsam erstellen die Agenturen Kommunikation, die Emotion und Daten von Anfang an miteinander verzahnt.