

# BLUERANK & MASCUS

## - BETTER TOGETHER



Zasięg:  
EU / Świat



Grupa docelowa:  
Głównie mężczyźni  
w wieku 25-54



Branża:  
Maszyny  
ciężkie

# O MASCUS

Mascus aspiruje do miana **najpopularniejszej platformy ogłoszeniowej związanej z rynkiem maszyn ciężkich. Oferta serwisu dedykowana jest w szczególności branżom takim jak: budownictwo, rolnictwo, górnictwo, leśnictwo, magazynowanie, prace komunalne, czy transport.** Swoje produkty i usługi kieruje zarówno do sprzedawców, jak i nabywców. Oprócz klasycznych ogłoszeń dotyczących sprzedaży maszyn i akcesoriów, na serwisie dostępne są również aukcje.

**Grupę docelową serwisu stanowią obecni klienci Mascus (6 000), topowi producenci maszyn z międzynarodową siecią dealerów (m.in. Caterpillar, Volvo, Komatsu, Doosan, Bobcat), lokalni dealerzy sprzętu oraz odbiorcy prywatni.** Warto podkreślić, że część klientów z wymienionej grupy zainteresowana jest nie tylko zakupem czy sprzedażą maszyn, ale również informacjami związanymi z ich specyfikacją techniczną oraz obsługą.

**80%** grupy docelowej to **mężczyźni w przedziale wiekowym 25-54 lat.**



# WYZWANIA

Z roku na rok, wraz z rozbudową serwisu oraz rozszerzaniem jego zakresu, działania SEO dla serwisu Mascus stawały się coraz bardziej skomplikowane i wymagające. Nasza współpraca z Mascusem rozpoczęła się 12 lat temu, w tamtym czasie serwis dostępny był jedynie w 5 krajach. W ramach prowadzonych wtedy działań skupialiśmy się na optymalizacji serwisu oraz przygotowaniu go do planowanej ekspansji na inne rynki europejskie.

Podczas prowadzenia projektu, stawaliśmy przed coraz to nowymi wyzwaniami – wzrost liczby krajów wiązał się z koniecznością dostosowania platformy do nowych języków i zarządzaniem lokalnymi zespołami. Równocześnie serwis wymagał dostosowywania do kolejnych aktualizacji algorytmu Google.

**Efektywna współpraca doprowadziła do tego, że w 2018 roku projekt opierał się na szerokiej międzynarodowej kooperacji, a w zakres jego obsługi wchodziły m.in.:**

- ☑ zarządzanie i współpraca z 8 lokalnymi agencjami SEO,
- ☑ prowadzenie globalnych działań w 54 krajach (w tym z 28 lokalnymi zespołami z 32 krajów europejskich), - gospodarowanie ruchem organicznym na poziomie 14,2 mln wyświetleń,
- ☑ obsługa 22,4 mln zaindeksowanych adresów URL (z czego ok. 500 tys. to powielone na 32 domenach, dynamicznie zmieniające się ogłoszenia).

**To właśnie w tym momencie ruch organiczny zaczął ulegać stagnacji.**



# ZAŁOŻONE CELE

## 1. WZROST RUCHU ORGANICZNEGO

(H2 YoY): **+5-10%**

## 2. WZROST KONWERSJI

Ilość formularzy kontaktowych (H2 YoY): **+10%**

## 3. POPRAWA WYDAJNOŚCI ZESPOŁÓW LOKALNYCH I POZIOMU REALIZACJI TASKÓW (KPI):

Wzrost ilości opublikowanych tekstów SEO i treści blogowych o **+10%**

Poprawa poziomu responsywności oraz czasu wdrożenia rekomendacji technicznych zgłaszanych w narzędziu Jira o **+50%**



# STRATEGIA

Obrana strategia zakładała dokładne wdrożenie wytycznych związanych z poniższymi obszarami we wszystkich 32 krajach europejskich:

**OPTIMALIZACJA TREŚCI ON-SITE**

**MONITORING TRENDÓW ZWIĄZANYCH Z BRANŻĄ  
MASZYN CIĘŻKICH**

**ANALIZA RYNKU**

**RAPORTOWANIE I MONITORING**

**BIEŻĄCE WSPARCIE ORAZ KOORDYNACJA**

wszystkich lokalnych zespołów i agencji

**SCENTRALIZOWANIE REKOMENDACJI TECHNICZNYCH  
I ICH WDROŻENIA**

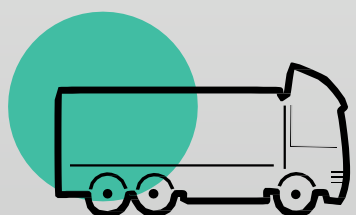
oparte na ścisłej współpracy z działem IT

**SKUTECZNIEJSZE WYKORZYSTANIE DANYCH**

(odświeżenie struktury konta GA oraz wyznaczenie nowych KPI).



# WDROŻENIA I ROZWÓJ



## Teksty SEO

**Tworzenie zoptymalizowanych pod kątem SEO** opisów dla kategorii odznaczających się największą ilością dostępnych ogłoszeń oraz potencjałem wzrostu ruchu. Realizacja działania została rozłożona pomiędzy **Bluerank, współpracujące agencje oraz lokalne zespoły Mascus**.

**Wykorzystanie kompetencji językowych oraz wiedzy o rynku lokalnych zespołów miało kluczowe znaczenie dla przygotowania wysokiej jakości treści.** W działaniach tych Bluerank zajmował się koordynacją prac oraz konsultacjami merytorycznymi, kształtując strategię i wdrożenia SEO.



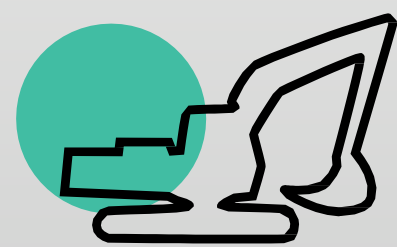
## Rozwój bloga

Zadaniem wpisów blogowych oraz raportów branżowych miało być zagospodarowanie branżowych fraz long-tailowych, dobieranych pod kątem lokalnych trendów oraz analizy własnej bazy danych.

Artykuły tworzone były przez lokalne zespoły i ekspertów branży.

Również w tym przypadku Bluerank odpowiadał za koordynację działań, których zasięg dotyczył 32 domen lokalnych (ccTLDs) prowadzonych w 25 językach (średnio publikowanych było 40 tekstów miesięcznie).

# WDROŻENIA I ROZWÓJ



## Optymalizacja budżetu crawlowania

Optymalizacja crawl budget: lokalna wersja serwisu Mascus posiada średnio 700 tys. zaindeksowanych stron. Jeśli pomnożyć tę liczbę przez 32 domeny lokalne (ccTLD), otrzymamy 22,4 mln. indeksowanych stron, które wymagają odpowiedniej obsługi. Oto co zrobiliśmy, aby poprawić poziom indeksacji serwisów Mascus oraz wyeliminować problem duplikacji:

Zduplikowane ogłoszenia zostały oznaczone linkami kanonicznymi wskazującymi na ich najnowszą wersję. Dzięki temu, ilość duplikatów została zredukowana ze 150 mln do zaledwie 13,7 mln

Ogłoszenia starsze niż miesiąc zostały wyindeksowane za pomocą kodu nagłówka 410

Cała platforma została przeniesiona na szybsze serwery

Wdrożono protokół HTTPS

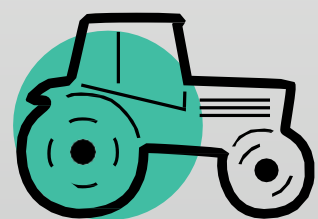
Poprawiono znaczniki hreflangs

Wprowadzono WAF czyli Web Application Firewall, dzięki któremu wyeliminowano ruch spamowy oraz poprawiono czas odpowiedzi serwera

Małowartościowe strony związane z bazą firm (stanowiące ok. 20% wszystkich stron) oraz inne strony o słabej jakości (thin content) zostały wykluczone z indeksu.

**Powyższe wdrożenia poskutkowały zwiększeniem wartościowego ruchu kierowanego bezpośrednio na strony ogłoszeń (ruch organiczny wzrósł o 27,5%), co przełożyło się na wzrost konwersji.**

# WDROŻENIA I ROZWÓJ

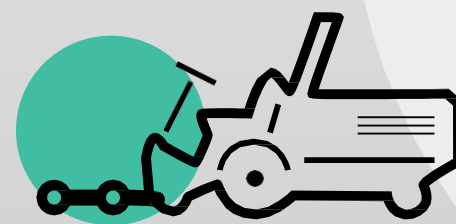


## Dostosowanie serwisu do mobile-first indexing

Optymalizacja serwisu pod kątem redukcji „wagi” stron (minifikacja JS, oczyszczenie kodu ze zbędnych elementów).

Spójność serwisu prezentowanego na urządzeniach mobilnych (mobile) oraz komputerach (desktop) – upewnienie się, że wszystkie istotne elementy (np. teksty SEO, linki) są widocznie bez względu na rozmiar ekranu, na którym serwis jest wyświetlany.

Optymalizacja serwisu przy pomocy wykorzystania elementów AMP.



## Wdrożenia związane z Google Analytics

Uruchomienie modułu e-commerce, umożliwiającego precyzyjne śledzenie interakcji użytkowników ze stronami ogłoszeń, co umożliwiło analizę niepożądanych zachowań, takich jak porzucone ścieżki konwersji, badanie poziomu CTR, oraz skuteczności poszczególnych ogłoszeń (wyodrębnienie elementów wpływających na poprawę konwersji).



# WYNIKI (ZAŁOŻONE CELE VS. OSIĄGNIĘTE WYNIKI W 2018 ROKU)

## 1. WZROST RUCHU ORGANICZNEGO:

(H2 YoY): +5-10%

WZROST CAŁKOWITY:  
21% (+2,5 MLN SESJI)

12 047 097

14 576 687

■ Kraje europejskie H2 2017

■ Kraje europejskie H2 2018

# WYNIKI (ZAŁOŻONE CELE VS. OSIĄGNIĘTE WYNIKI W 2018 ROKU)

## 2. WZROST KONWERSJI:

WYPEŁNIENIE FORMULARZA KONTAKTOWEGO (H2 YoY): +10%

CAŁKOWITY WZROST:

+13,1% (+11,9 TYS. FORMULARZY)

101 900

90 000

■ 2017

■ 2018



# WYNIKI (ZAŁOŻONE CELE VS. OSIĄGNIĘTE WYNIKI W 2018 ROKU)

## 3. POPRAWA WYDAJNOŚCI LOKALNYCH ZESPOŁÓW I POZIOMU WYKONANIA ZADAŃ (H2 YoY):

Wzrost ilości tekstów SEO opublikowanych na blogu o **+10%**.

Wzrost poziomu responsywności oraz przyśpieszenie wdrożeń technicznych kolejkowanych w JIRA: **+50%**

**OSIĄGNIĘTY WZROST +22%**

**OSIĄGNIĘTY WZROST: +250%**

Dzięki regularnym statusom i rozmowom oraz przekonaniu zarządu Mascus o konieczności stworzenia dedykowanego stanowiska dla programisty, który będzie zajmował się wyłącznie wdrożeniami związanymi z SEO, **poziom responsywności dla implementacji technicznych został skrócony z ok. 14 dni do zaledwie 4, co oznacza 250% poprawę.** Natomiast **czas oczekiwania na wprowadzenie wdrożeń uległ skróceniu z 40 do 14 dni, co daje 186% poprawę.**

PROJEKT SEO DLA  
MASCUS  
ZOSTAŁ NAGRODZONY  
NA EUROPEAN SEARCH  
AWARDS 2019  
W KATEGORII  
BEST PAN EUROPEAN  
CAMPAIGN

otrzymał również  
nominację w kategorii  
BEST USE OF SEARCH – B2B



## ODWAŻNE DECYZJE

Śmiałe decyzje dotyczące zmian technicznych w obrębie serwisu umożliwiły przełamanie stagnacji i począwszy od lipca 2018, doprowadziły do osiągnięcia rekordowych wzrostów ruchu organicznego.

**"Mniej znaczy więcej" – redukcja ilości małowartościowych stron obecnych w indeksie Google przełożyła się na wzrost kalorycznego ruchu na serwisie.**



## REZULTATY

Osiągnięcie tak dobrych wyników nie byłoby możliwe bez **wsparcia lokalnych zespołów oraz agencji SEO (w których skład wchodziło w sumie 55 osób)** w obszarach rozwoju treści i wprowadzania usprawnień technicznych.

Częsta komunikacja (mail, telefon, CRM) i regularne statusy, podczas których dokonywana była nieustanna ewaluacja założonych celów, okazały się kluczowymi czynnikami, bez których nie osiągnęlibyśmy sukcesu.



"Bluerank accompanied Mascus in its growth and international expansion **for the past 12 years**, they have taken up on our huge challenges with success and they are a true member of the Mascus family.

We have also seen Bluerank grow over the years and collect prizes on some of the most prestigious digital marketing awards which also makes us very proud to work with such a hard working, knowledgeable and innovative partner.

We are grateful for the support and recommendations over the years, they are one of the architect of our success."

**Gauthier Dominicy**

*CMO Mascus International BV*

