



Stena Line

Wyptłyn na szerokie wody pozycjonowania



Zasięg geograficzny:
Polska



Branża:
promy



Okres sprawozdawczy:
od stycznia 2016 r.
do maja 2018 r.



Analizowany czas:
29 miesięcy

Wyzwania:

- wzrost ruchu niebrandowego w organicznych wynikach wyszukiwania z wyłączeniem strony głównej,
- wzrost pozycji ważnych fraz kluczowych związanych z przeprawami promowymi,
- wzrost całkowitej widoczności SEO,
- utrzymanie pozycji lidera w organicznych wynikach wyszukiwania.

Stena Line to jeden z największych operatorów promowych na świecie. Tylko w ubiegłym roku (2017) promy należące do koncernu przewiozły około 7,4 mln pasażerów, 1,7 mln aut osobowych oraz 2,1 mln jednostek frachtowych. Stena Line działa na trzech oddzielnych obszarach geograficznych: w Skandynawii, na Morzu Irlandzkim i Morzu Północnym. Misją firmy jest oferowanie bezpiecznego i sprawnego transportu morskiego w połączeniu z usługami portowymi, aby zapewnić:

- wyższą od oczekiwanej jakość świadczonych usług - dla pasażerów promów,
- najbardziej ekonomiczny transport towaru - dla przedsiębiorstw z sektora transportu,
- ciągłość usług przy jednoczesnej trosce o środowisko naturalne.



Zasięg geograficzny:
Polska



Branża:
promy



Okres sprawozdawczy:
od stycznia 2016 r.
do maja 2018 r.

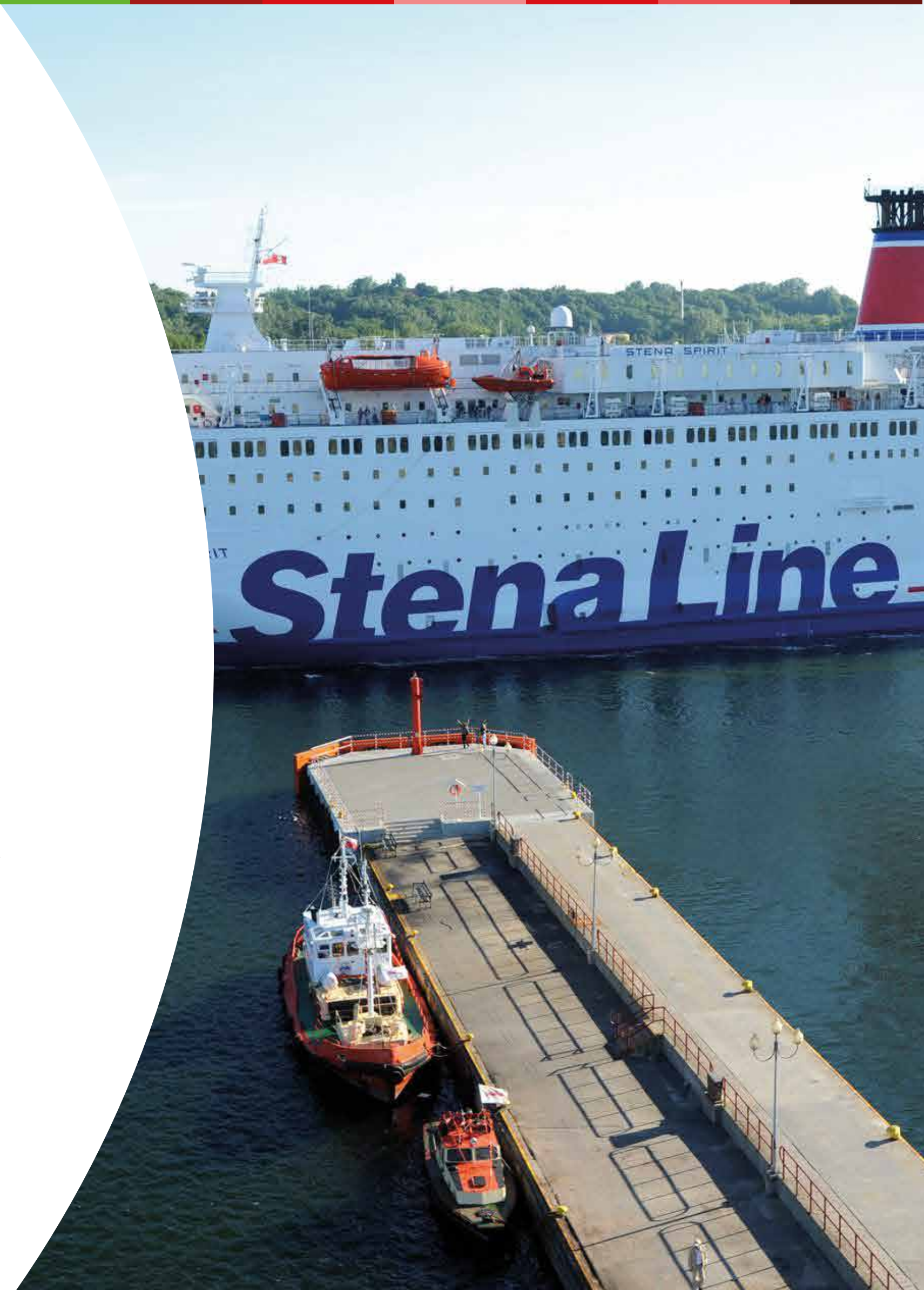


Analizowany czas:
29 miesięcy

Strategia:

Bluerank realizuje działania dla Stena Line przy pozycjonowaniu SEO serwisu od ponad 4 lat. Przyjęta strategia działania polega na:

- aktywnym wsparciu Klienta przy kwestiach technicznych związanych z funkcjonowaniem strony,
- bieżącej analizie treści na stronie i jej optymalizacji zgodnie z najlepszymi praktykami SEO oraz trendami w branży,
- tworzeniu i publikowaniu artykułów w zewnętrznych serwisach tematycznych, celem dotarcia do kluczowych odbiorców Klienta,
- segmentacji odbiorcy docelowego, z uwzględnieniem jego charakterystyki i bieżących potrzeb.





Zasięg geograficzny:
Polska



Branża:
promy



Okres sprawozdawczy:
od stycznia 2016 r.
do maja 2018 r.

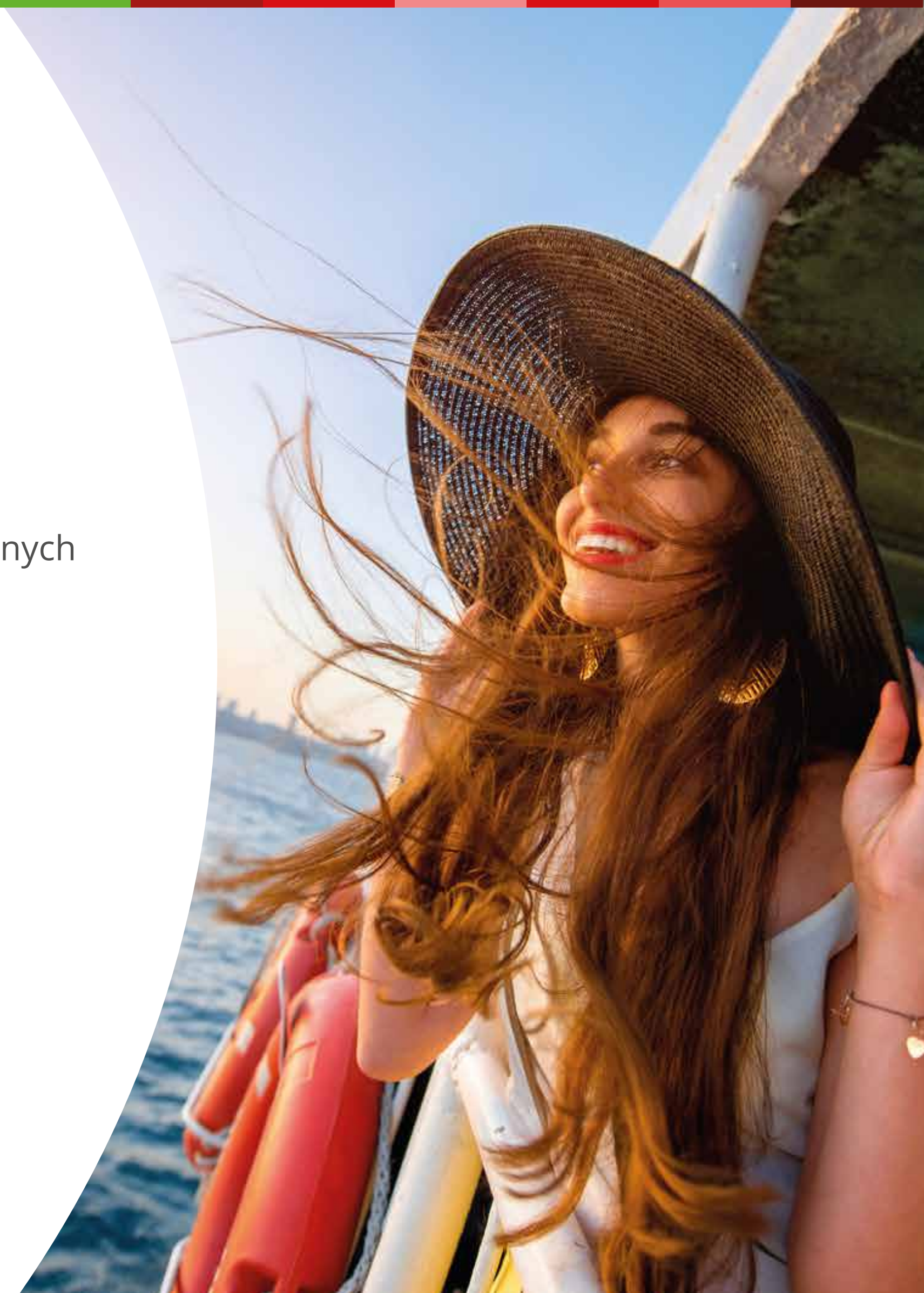


Analizowany czas:
29 miesięcy

Docelowi odbiorcy:

W naszych dotychczasowych działaniach koncentrujemy się na czterech głównych grupach odbiorców docelowych:

- Osoby poszukujące transportu w regionie Morza Bałtyckiego i Północnego,
- Osoby poszukujące ekscytujących wycieczek zorganizowanych,
- Osoby poszukujące informacji na temat potencjalnych kierunków wyjazdu,
- Osoby poszukujące alternatywnych form powrotu do Polski,





Zasięg geograficzny:
Polska



Branża:
promy



Okres sprawozdawczy:
od stycznia 2016 r.
do maja 2018 r.



Analizowany czas:
29 miesięcy

Realizacja:

Podczas koordynowania projektu SEO dla marki Stena Line największy nacisk kładziemy na rozwój spersonalizowanego Content Marketingu, który ma spełniać wskazane potrzeby odbiorców marki.

Zadaliśmy sobie trzy zasadnicze pytania, które pomogły nam przejść przez ścieżkę związaną z planowaniem i realizacją podróży

Gdzie?

Użytkownicy chcą wyruszyć w podróż, ale nie wiedzą gdzie. Na tym etapie postanowiliśmy sprostać ich oczekiwaniom i udzielić im jak największej ilości informacji związanych z krajami, do których płyną promy Stena Line. W tym celu skupiliśmy się na analizie fraz i poszukiwaniu niszowych tematów. Regularnie przygotowujemy plany publikacji, które mają głównie walory edukacyjne.





Zasięg geograficzny:
Polska



Branża:
promy



Okres sprawozdawczy:
od stycznia 2016 r.
do maja 2018 r.



Analizowany czas:
29 miesięcy

Jak?

Po wyborze kierunku podróży potencjalni klienci poszukują dodatkowych informacji związanych z podróżowaniem, miejscem docelowym czy cenami biletów na prom. Wyszliśmy naprzeciw tej potrzebie: przeanalizowaliśmy ścieżkę zakupową klienta i szukaliśmy trendów związanych z dalszymi krokami, podejmowanymi przed ostatecznym wyborem dostawcy usług. Podsuwaliśmy także użytkownikom pomysły dotyczące sposobów spędzenia wakacji lub wolnych weekendów, opierając się na szerokiej ofercie Stena Line.

Z kim?

Ostateczny wybór przewoźnika to najważniejsza decyzja zakupowa - im więcej punktów styku z marką podczas procesu decyzyjnego, tym większa szansa wyboru konkretnego dostawcy usług. Skorelowaliśmy wszystkie nasze działania, aby zbudować jak najsilniejszą pozycję marki online i uzyskać znacznie wyższy poziom jej ekspozycji w porównaniu z konkurencją. W tym celu regularnie pracowaliśmy nad prawidłowym działaniem strony i optymalizacją treści, co pozwoliło nam zbudować silną pozycję marki pod względem widoczności w organicznych wynikach wyszukiwania.





Zasięg geograficzny:
Polska



Branża:
promy



Okres sprawozdawczy:
od stycznia 2016 r.
do maja 2018 r.



Analizowany czas:
29 miesięcy

Uzbrojeni w tę wiedzę mogliśmy dostarczyć firmie Stena Line następujące usługi:





Zasięg geograficzny:
Polska



Branża:
promy



Okres sprawozdawczy:
od stycznia 2016 r.
do maja 2018 r.



Analizowany czas:
29 miesięcy

Wyniki:

widoczność SEO:
wzrost **151%** w TOP 50,
wzrost **122%** w TOP 10
i wzrost **115%** w TOP 3
(od maja 2016
do maja 2018)

niebrandowy ruch
organiczny: wzrost o **43%**
(od maja 2016 do maja 2018)

zmiana
monitorowanych
fraz kluczowych:
o **1,71** pozycji

utrzymanie wiodącej
pozycji lidera
w organicznych
wynikach
wyszukiwania dla ponad
50 monitorowanych
fraz kluczowych





Zasięg geograficzny:
Polska



Branża:
promy



Okres sprawozdawczy:
od stycznia 2016 r.
do maja 2018 r.



Analizowany czas:
29 miesięcy

Frazy kluczowe:

**Samochodem
do Szwecji**

Pozycja w 2018: **TOP 3**
Pozycja w 2016: **TOP 20**

Promy

Pozycja w 2018: **TOP 1**
Pozycja w 2016: **TOP 5**

**Prom
do Sztokholmu**

Pozycja w 2018: **TOP 1**
Pozycja w 2016: **TOP 5**

**Tanie promy
do Anglii**

Pozycja w 2018: **TOP 5**
Pozycja w 2016: **TOP 10**

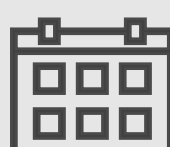




Zasięg geograficzny:
Polska



Branża:
promy



Okres sprawozdawczy:
od stycznia 2016 r.
do maja 2018 r.



Analizowany czas:
29 miesięcy

Szeroka widoczność serwisu stenaline.pl w organicznych wynikach wyszukiwania:



Na podstawie narzędzia Searchmetrics.