

Stand: April 2020



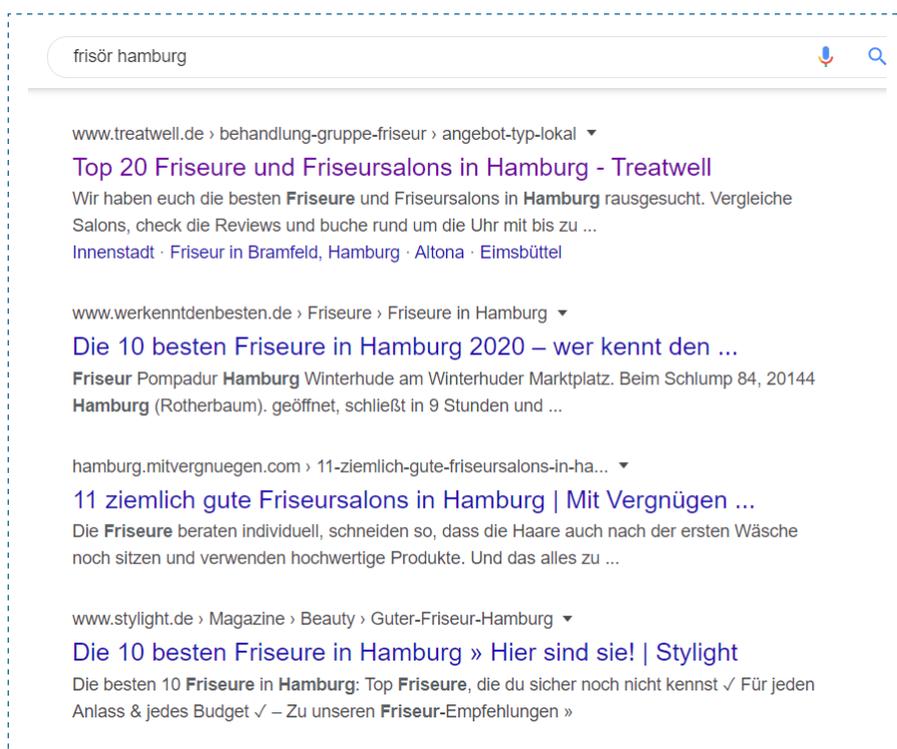
Das Extra zum Artikel „Mehr verkaufen nach der Krise“ (impulse 04/2020)

GOOGLE MY BUSINESS: So optimieren Sie Ihren Eintrag

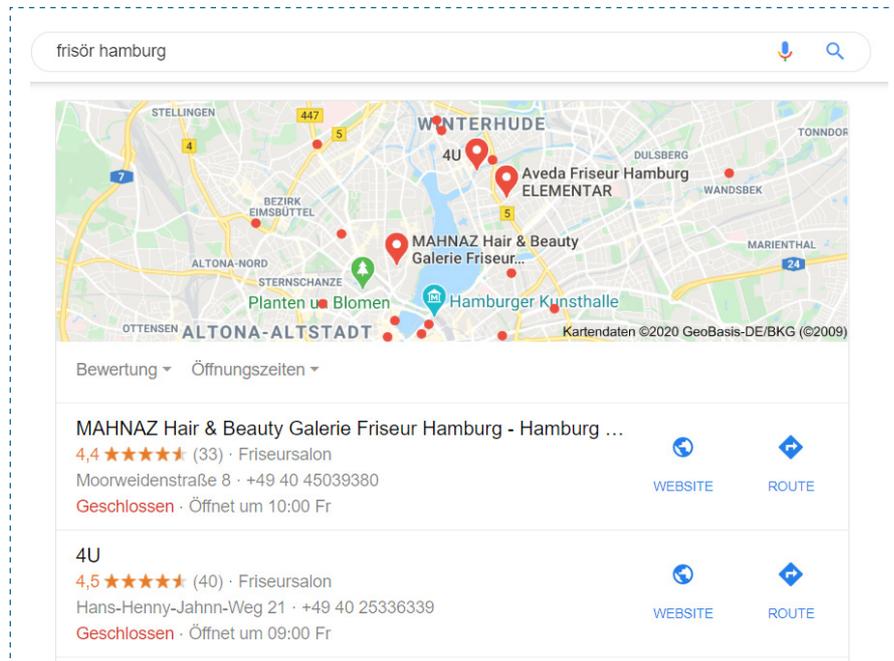
Für lokale Unternehmen ist der Google-My-Business-Eintrag oft wichtiger als die eigene Firmenwebsite. In dieser Anleitung erfahren Sie, warum der Eintrag so wichtig ist, wie Sie ihn anlegen und was Sie beim Ausfüllen beachten müssen.

Warum ist Google My Business so wichtig – gerade für lokal tätige Unternehmen?

Wer vor ein paar Jahren mit Google zum Beispiel nach einem Frisör in Hamburg gesucht hat, für den sahen die Suchergebnisse in etwa so aus:



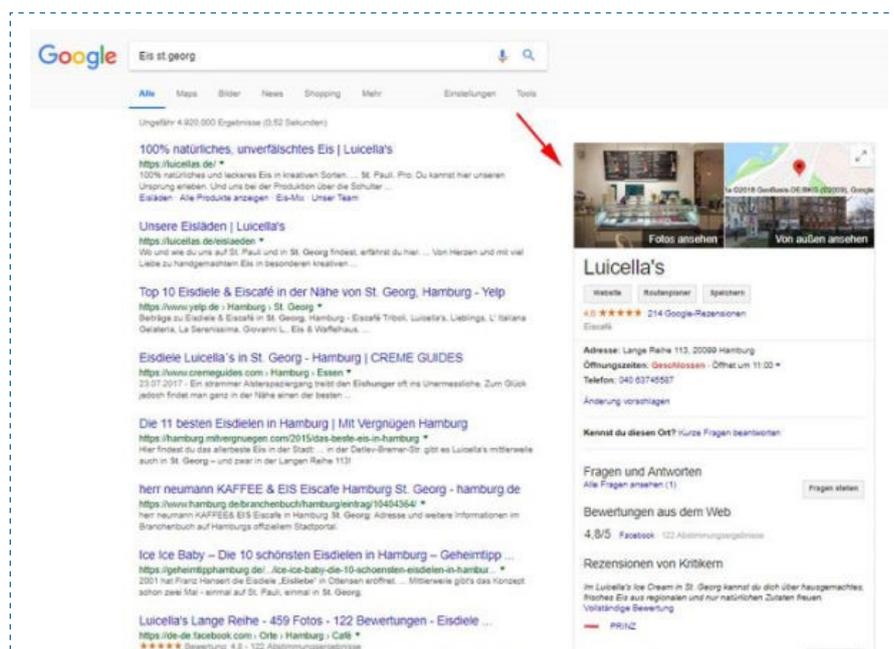
HEUTE erhält man mit derselben Suchanfrage dieses Ergebnis:



Der Brancheneintrag mit Adresse, Öffnungszeiten, Position auf einer Karte und Bewertungen wird prominent in den Suchergebnissen angezeigt. Dieser Bereich auf der Google-Seite wird auch Knowledge Panel genannt.

Die „normalen“ Suchergebnisse sind erst sichtbar, wenn man weit nach unten scrollt. Daher ist es für Unternehmen von enormer Wichtigkeit in den Google-My-Business-Einträgen, die in den Suchergebnissen erscheinen, vorzukommen.

Der Google-My-Business-Eintrag ist kostenlos. Er erscheint zum Beispiel, wenn ein Interessent bei Google nach Ihrer Branche in Ihrer Stadt. Sucht jemand direkt nach Ihrem Unternehmen, so erscheint er rechts neben den anderen Suchergebnissen. Sucht man zum Beispiel nach „Frau Möller, Hamburg“, dann erscheint die Gaststätte nicht nur auf Platz eins in den Suchergebnissen. Neben den Suchergebnissen erscheint auch der My-Business-Eintrag der Kneipe.



Durch einen Google My Business können Sie aber nicht nur Ihre Sichtbarkeit auf Google erhöhen. Sie können auch mit Kunden interagieren, in dem Sie auf Bewertungen antworten. Außerdem liefert Ihnen Google My Business wertvoller Statistiken, etwa wie Nutzer nach Ihrem Unternehmen gesucht haben und woher sie kommen.

Wer kann einen Google-My-Business-Eintrag erstellen?

Jedes Unternehmen mit einer lokal erreichbaren Adresse kann einen Google-Brancheneintrag neu erstellen oder einen bereits vorhandenen Eintrag beanspruchen und bearbeiten. Man benötigt dazu lediglich ein kostenloses Google-Nutzerkonto.

Es kann sein, dass Sie ohne eigenes Zutun einen Google-My-Business-Eintrag haben, wenn Sie in Branchenverzeichnissen gelistet sind. Google arbeitet mit Anbietern wie „Gelbe Seiten“ und „Das Örtliche“ zusammen und erstellt daraus einen Eintrag.

Schritt-für-Schritt-Anleitung: So erstellen Sie einen Google-My-Business-Eintrag

1. Rufen Sie die Startseite von Google My Business auf.
2. Klicken Sie auf „Jetzt loslegen“.
3. Nun müssen Sie sich mit einem bestehenden Google-Konto anmelden oder mit einem Klick auf „Weitere Optionen“ ein solches Konto erstellen.
4. Geben Sie nun Ihren Firmennamen ein. Gibt es schon einen Eintrag, so können Sie diesen nun bearbeiten. Gegebenenfalls müssen Sie zunächst den Zugriff anfordern. Gibt es noch keinen, dann geben Sie jetzt Ihre Unternehmenskategorie und Ihren genauen Standort ein. Ergänzen Sie Informationen wie Ihre Telefonnummer und Ihre Website.
5. Dann werden Sie gefragt, wie Sie den Bestätigungscode für die Verifizierung erhalten wollen, zum Beispiel per Postkarte. Diesen müssen Sie eingeben, damit der Eintrag in den Suchergebnissen auftaucht. Wenn Sie fortfahren wollen, können Sie auch auf „Später bestätigen“ klicken.
6. Sie landen auf einer Übersichtsseite für Ihren Firmeneintrag. Dort ist zu sehen, wie viel Prozent der Daten noch fehlen. Hier können Sie den Eintrag auch wieder löschen.
7. Jetzt können Sie Fotos zu Ihrem Unternehmen hochladen, Öffnungszeiten angeben sowie eine Beschreibung. Unvollständige Brancheneinträge werden nicht angezeigt. Außerdem können sie von jedem bearbeitet oder geändert werden. Deshalb sollten Sie die Informationen vollständig selbst bearbeiten.

So optimieren Sie Ihren Google-My-Business-Eintrag

Ob ein Brancheneintrag in den Google-Suchergebnissen auftaucht, hängt von verschiedenen Faktoren ab, wie:

- Relevanz
- Aktualität
- Entfernung zu dem Standort desjenigen, der sucht
- Vertrauenswürdigkeit des Unternehmens

Wenn Sie folgende Tipps beachten, steigt die Wahrscheinlichkeit, dass Ihr Unternehmenseintrag auf der Google-Suchergebnisseite angezeigt wird.

Tipp 1: Zeigen Sie, was Sie besonders macht.

Sie erhalten die Möglichkeit, eine Beschreibung Ihres Unternehmens einzugeben. In dieser Beschreibung sollte ein Keyword stehen, nach dem Leute suchen, die an Ihrem Angebot interessiert sind, etwa „Eisdiele Hamburg“. Nutzen Sie den Text, um zu zeigen, was Sie von anderen unterscheidet.

Sie Beschreibung des Restaurants „Die Bullerei“ des Fernsehkochs Tim Mälzer sieht etwa so aus.



Tipp 2: Schreiben Sie Adresse und Telefonnummer immer exakt gleich

Achten Sie auf eine korrekte Adresse, denn diese ist die Basis für die Anzeige des Eintrags in der lokalen Suche. Es ist wichtig, dass die Adresse und alle anderen Angaben genau mit denen in anderen Branchenverzeichnissen (Gelbe Seiten, Das Örtliche, Yelp) übereinstimmen. Genau heißt: Steht in einem Verzeichnis bei ihrer Adresse „Kastanienstraße“, sollte in einem anderen nicht „Kastanienstr.“ stehen. Geben Sie neben der Adresse immer auch eine korrekte Telefonnummer an. Anstelle einer Hotline oder Callcenter-Nummer sollten Sie möglichst eine örtliche Telefonnummer angeben. Auch die Schreibweise der Telefonnummer, sollte in allen Verzeichnissen exakt identisch sein.

Tipp 3: Prüfen Sie die Positionierung auf Google Maps

Kontrollieren Sie, ob Google die Position auf Google Maps richtig markiert hat, und korrigieren Sie sie gegebenenfalls. Das ist wichtig für die korrekte Navigation.

Tipp 4: Laden Sie aussagekräftige Bilder hoch

Fotos sind ein wichtiger Faktor, um den My Business Eintrag lebendiger und aussagekräftiger zu gestalten. Bilder sind meist das Erste, was die Suchenden sehen. Deshalb sollten Sie ansprechende Bilder verwenden, die verschiedene Aspekte Ihres Unternehmens zeigen. Das kann ein Logo sein, Innen- und Außenaufnahmen, Produktfotos oder Bilder von Mitarbeitern. Die Entscheidung, welche Bilder bei den Suchergebnissen angezeigt werden, trifft allein Google. My Business Einträge mit Bildern werden nachweislich häufiger angeklickt.

Tipp 5: Holen Sie aktiv Bewertungen ein

Für mehr Vertrauenswürdigkeit sollten Sie Kunden und Partner dazu motivieren, Ihr Unternehmen auf Google My Business zu bewerten. Bewertungen haben einen Einfluss auf das Ranking. Je mehr (gute) Bewertungen, desto besser.

Tipp 6: Erstellen Sie einen FAQ

Reagieren Sie auf Fragen oder stellen Sie selbst Fragen und geben Sie die Antworten dazu in dem Bereich „Fragen & Antworten“. In den Einstellungen können Sie festlegen, ob Sie benachrichtigt werden wollen, wenn neue Fragen eingehen.

Tipp 7: Halten Sie also alle Angaben aktuell.

Google mag es, wenn Einträge gepflegt werden.

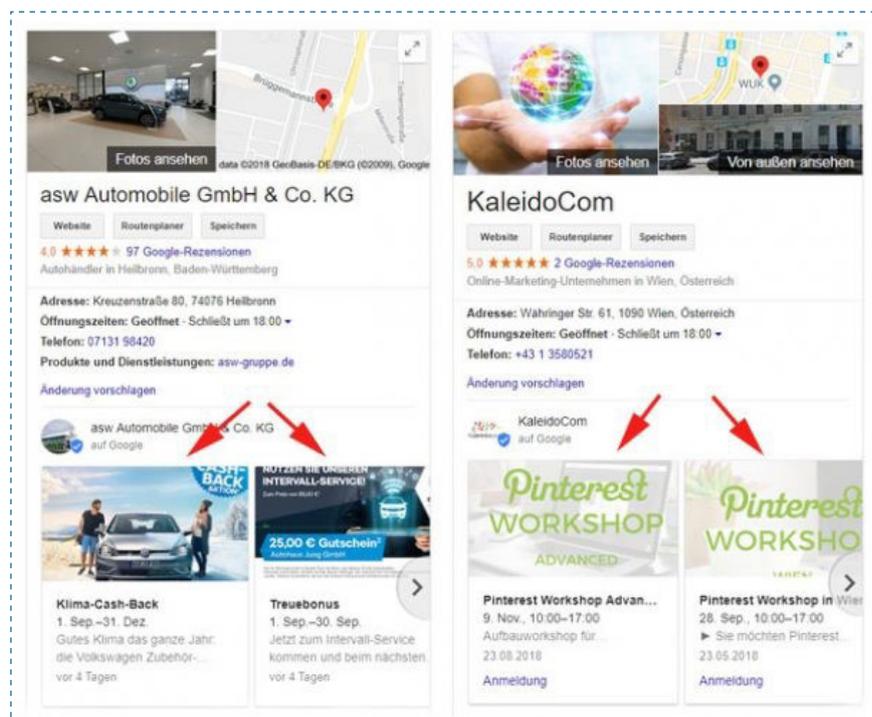
Tipp 8: Werten Sie Ihren Eintrag mit Google-Beiträgen auf

Was sind Google-Beiträge?

Mit Google-Beiträgen, auch Google Posts genannt, können Sie Neuigkeiten aus Ihrem Unternehmen posten, zum Beispiel:

- Neue Produkte oder Services
- Sonderangebote oder besondere Aktionen
- Events
- Aktuelle Blogbeiträge
- Nutzwertige Inhalte für Kunden, wie Whitepaper oder Checklisten.

Google Beiträge sind daher eine einmalige Chance, werbeähnliche Botschaften direkt im Google-Suchindex zu präsentieren.



Google-Beiträge können bis zu 300 Wörter lang sein; die ersten 100 Zeichen werden direkt im Brancheneintrag angezeigt. Sie können und sollten ein Bild, Video oder GIF einfügen. Die ideale Bildgröße ist 750 x 750 Pixel, die wichtigsten Bildinhalte sollten mittig platziert sein.

Außerdem kann man einen so genannten Call-to-Action-Button nutzen, also einen Button, auf den der Nutzer klicken soll, zum Beispiel „Weitere Informationen“, „Reservieren“, „Anmelden“, „Kaufen“ oder „Angebot anfordern“ und damit Interessenten direkt auf seine Website, seinen Blog, Onlineshop oder eine andere Landingpage leiten.

Um die Funktion nutzen zu können, müssen Sie sich in Ihrem Google-My-Business-Account anmelden. Danach steht Ihnen links im Menü die Funktion unter dem Punkt „Beiträge“ zur Verfügung. Die Google-Beiträge bleiben sieben Tage lang in den Suchergebnissen sichtbar. Danach sind sie nur noch sichtbar, wenn jemand auf einen aktuellen Beitrag klickt: Ältere Beiträge erscheinen dann darunter. Mit Datum versehene Veranstaltungsbeiträge verfallen nach dem abgelaufenen Termin der Veranstaltung.

IMPULSE MEDIEN

Herausgeber und geschäftsführender

Gesellschafter: Dr. Nikolaus Förster

Assistenz: Carina Ecksmann, Delia Weidmüller

MAGAZIN UND DIGITAL

Chefredakteurin: Nicole Basel

Leitung: Jonas Hetzer (Produktentwicklung, Mitglied der Chefredaktion), Andreas Kurz (Textchef, Mitglied der Chefredaktion), Kathrin Sander (Art Director), Angelika Unger (Online-CvD), Eva Weikert (CvD)

Redaktion: Leonie Albrecht, Jelena Altmann, Myriam Apke, Verena Bast, Lisa Büntemeyer, Heike Burmeister, Julia Müller, Peter Neitzsch, Gesche Peters, Olivia Samnick, Catalina Schröder, Vanessa Thie, Anna Wilke

Akademie: Laura Blindow (Geschäftsleitung), Nicole Basel (Programmleitung), Jana Binias, Elisabeth Dauer

Verantwortlich im Sinne des Presserechts:

Nicole Basel

VERLAG

Verlagsleitung: Laura Blindow,
Broder Buch-Winckel (Stv.)

Team: Tobias Auböck, Shanna Braun, Katrin Das, Adrian Hardt, Ina Hemeyer, Monira Mansour (Marketingleitung), Maike Mattauch, Niklas Treugut, Veronica Thüsing, Magdalena Rasmussen

Kundenbetreuung: Andrea Braunger, Natalie Gersch, Adjovi Simon, Katharina Slupina

Anzeigen und Kooperationen: anzeigen@impulse.de
Karina Khrustaleva (Sales Manager), Tel. 040/609 4522-54,
khrustaleva.karina@impulse.de; Merle Aguilar (Sales Manager),
Tel. 040/609 452-254, aguilar.merle@impulse.de
Cathleen Kliche (Campaign and Ad Manager),
040/609 452-224, kliche.cathleen@impulse.de,

Lifestyle-Anzeigen: Wencke von der Heydt,
Inspiring Network GmbH & Co. KG, Hoheluftchaussee 95,
20253 Hamburg, wvd.heydt@inspiring-network.com. 040/6002887-41

Online-Vermarktung: Business Advertising GmbH, Tersteegenstr. 30,
40474 Düsseldorf, Thorsten Dütsch (Sales Director),
0211/179347-40, duetsch@businessad.de; Gerd Bielenberg (Marketing
Director), 0211/179347-45, bielenberg@businessad.de

IMPULSE-NETZWERK

Abos (=Mitgliedschaft im impulse-Netzwerk):

In Deutschland für 299 € im Jahr, monatlich ohne Frist kündbar.
10 Magazine (Doppelausgaben im Juli/Aug. und Dez./Jan.) plus
2 impulse-kompakt-Ausgaben frei Haus samt Digitalausgaben und
Archivzugang. Im Login-Bereich haben Sie Zugriff auf weiterführende
Recherchen, Checklisten und Audiodateien. Firmenbesuche
(impulse.de/netzwerktreffen) sind exklusiv für Mitglieder. Bei
Seminaren erhalten sie 20 %, bei Reisen 300 Euro Rabatt (impulse.de/akademie). Auf Wunsch vermitteln wir zum unternehmerischen
Austausch Kontakte zu anderen Mitgliedern aus der Region.

impulse-Abo im Ausland: Österreich 309 €, Schweiz 339 €.

Weitere Infos auf Anfrage. Bestellen: impulse.de/shop

Melden Sie sich!

Wir freuen uns auf Ihre Zuschriften und Anrufe:

Impulse Medien GmbH
Kundenbetreuung
Hammerbrookstr. 93
20097 Hamburg

Telefon: **040/609 4522-77**

Fax: **040/609 4522-99**

kundenbetreuung@impulse.de



Gern können Sie auch
Leserbriefe schicken:
feedback@impulse.de
Fax: **040/609 4522-99**

So finden Sie uns im Internet

-  impulse.de
impulse.de/ueber-uns
-  impulse.de/shop
-  impulse.de/akademie
-  gesetzeslotse.de
-  kreative-zerstorerer.de
-  facebook.com/impulse
-  instagram.com/impulse.medien
-  twitter.com/impulse_inside
-  impulse.de/youtube
-  impulse.de/xing
-  impulse.de/linkedin
-  impulse.de/browserapp

