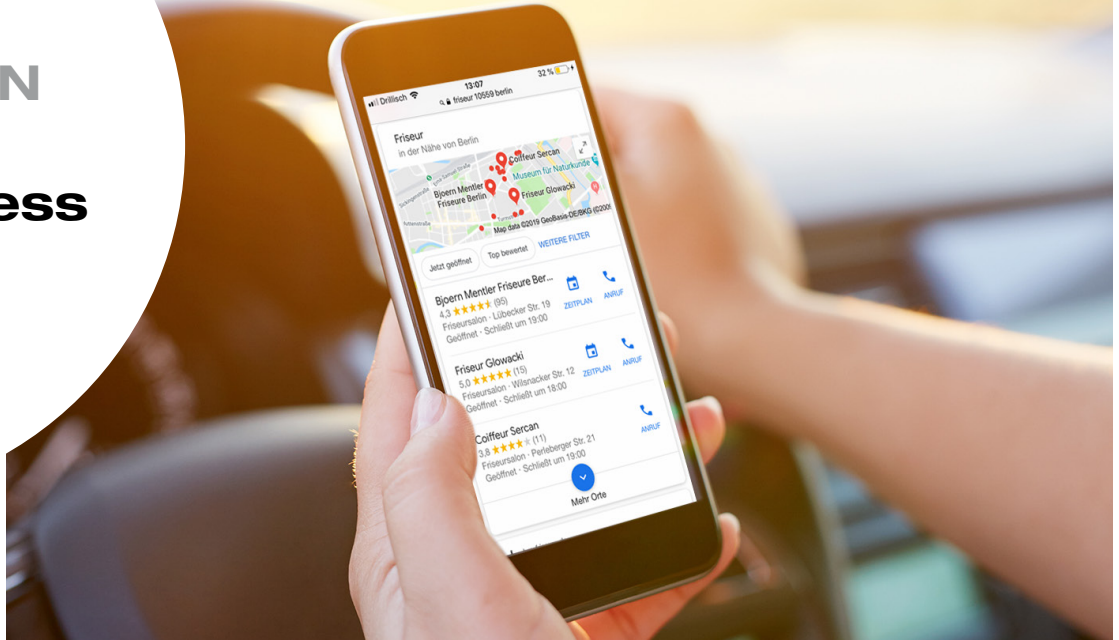


# LEITFADEN Google My Business



## Lokale Präsenz dank Google My Business

Wissen Sie, wie gut Sie mit Ihrem Unternehmen online in Ihrer Region aufgestellt sind? Kennen Sie die Begriffe „lokale Suche“ und „Google My Business“?

Mit unserem Leitfaden „Lokale Präsenz dank Google My Business“ möchten wir Ihnen aufzeigen, wie Sie mithilfe eines Google-My-Business-Eintrags die lokale Präsenz Ihres Unternehmens steigern können.

### Ihr Ansprechpartner zum Thema Google My Business

Heise RegioConcept

Benedikt Windegger 0511 53 52 805

Milena Krahe 0511 53 52 783

Deniz Sarah Yilmaz 0511 53 52 8633

service-hms@heise.de

[www.heise-regioconcept.de](http://www.heise-regioconcept.de)



Auf den nächsten Seiten zeigen wir Ihnen, wie einfach es geht. ▶

## WAS IST DIE LOKALE SUCHE?

Haben Sie schon mal in einer Suchmaschine wie z. B. Google nach einem Restaurant, Arzt oder Friseur in Ihrer Nähe gesucht? Ja? Dann haben Sie die lokale Suche bereits kennengelernt. Bei den Suchergebnissen in der lokalen Suche handelt es sich um Treffer, die sich in direkter Nähe des Nutzers befinden. Gerade bei der Suche am Computer wird häufig zusammen mit dem Suchbegriff ein Ort (Stadt/Stadtteil) in der Suche angegeben. Auch Suchanfragen nach einem direkten Unternehmensstandort (z. B. „heise regioconcept hannover“) zählen zur lokalen Suche.

Suchmaschinen möchten den Nutzern das passende Ergebnis im direkten Umfeld zu ihrer Suche liefern. Je nach Standort des Nutzers variieren die Suchergebnisse und werden entsprechend angepasst.

69 Prozent der Smartphone-Nutzer suchen nach lokalen Informationen/Dienstleistungen. Für Sie als lokalem Unternehmen ist es daher von hoher Bedeutung, genau bei diesen Suchanfragen zu erscheinen. Doch wie gelingt Ihnen das?

Google My Business ist ein wichtiger Bestandteil der lokalen Suche. Wir möchten Ihnen zeigen, wie Sie es schaffen, sich mit Ihrem Unternehmen durch einen Eintrag bei Google My Business lokal gut aufzustellen.

## WAS IST GOOGLE MY BUSINESS?

Ein Google-My-Business-Eintrag ist quasi Ihr Unternehmensprofil in der Google-Suche. Google My Business wird auch gern als das Branchenbuch von Google bezeichnet. Unternehmen haben die Möglichkeit, sich mit ihren Unternehmensdaten – dazu zählen u.a. Firmenname, Anschrift, E-Mail-Adresse, Telefonnummer, Öffnungszeiten – in der Google-Suche und auf Google Maps zu präsentieren. Neben den Unternehmensdaten gibt es noch viele weitere Möglichkeiten wie z. B. das Hochladen von Bildern und Videos sowie das Veröffentlichen einer Unternehmensbeschreibung.

Suchen Sie mit Ihrem Laptop oder Desktop-PC nach Ihrem Unternehmen, erscheint Ihr Eintrag auf der rechten Seite. Suchen Sie per Smartphone nach Ihrem Unternehmen, erscheint dieser direkt oben in den Suchergebnissen.

Zwei der häufig genutzten Funktionen von Google My Business sind der Routenplaner – hier wird der Nutzer seitens Google direkt zu Google Maps weitergeleitet – sowie mobil das direkte Anrufen des Unternehmens. Hier genügt ein Klick auf den „Telefon-Button“ und Sie werden direkt mit dem Unternehmen verbunden.

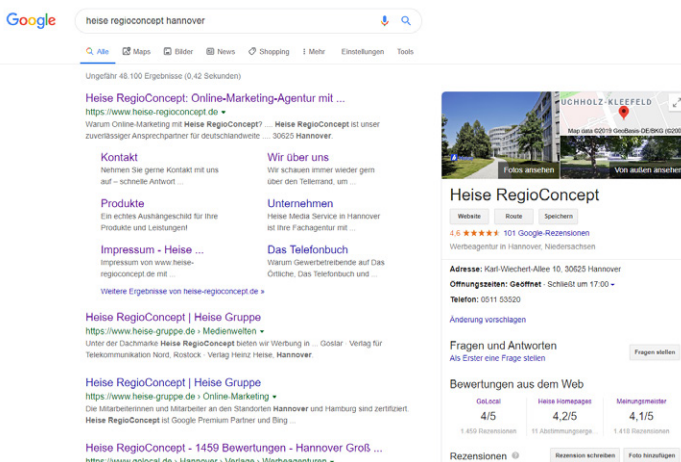


## EINFACHE KUNDENKOMMUNIKATION DANK GOOGLE MY BUSINESS

Es gibt viele Möglichkeiten, wie Sie mit Ihrem Google-My-Business-Eintrag mit Ihren Kunden kommunizieren können. Mobil reicht schon ein Klick auf den sog. Anruf-Button in Ihrem Eintrag und Ihr Kunde kann Sie mit nur einem Klick anrufen.

Auch via Chat kann Ihr Kunde Sie über Ihren Google-My-Business-Eintrag erreichen. Die Chat-Funktion ist nur mobil verfügbar und muss von Ihnen aktiviert werden. Wie Sie die Funktion in nur wenigen Schritten aktivieren können, haben wir in unserem Blog-Beitrag „Google-My-Business-Nachrichten – die Chat-Funktion für Unternehmen“ erklärt.

Eine weitere Möglichkeit, um mit Ihren Kunden zu kommunizieren, sind Beiträge. Die Möglichkeiten sind hier sehr vielfältig. Produktvorstellungen, Unternehmensinformationen, Rabattaktionen oder zum Beispiel auch Veranstaltungen können problemlos veröffentlicht werden. Die Beiträge erscheinen direkt in Ihrem Google-My-Business-Eintrag. Zusätzlich können Sie am Ende des Beitrags noch einen Button hinterlegen, um Ihre Kunden direkt auf eine Webseite weiterzuleiten.



## WARUM GOOGLE MY BUSINESS?

Nicht nur für die Sichtbarkeit Ihrer Unternehmensdaten ist ein Google-My-Business-Eintrag wichtig, auch für Ihr Ranking in der lokalen Suche bei Google ist dieser von hoher Bedeutung. Mit über 25 Prozent belegt der Google-My-Business-Eintrag Platz 1 der lokalen Rankingfaktoren. Im Jahr 2017 waren es lediglich 19 Prozent. Das zeigt, wie wichtig es heutzutage für Google ist, dass Unternehmen mit einem korrekten und mit Daten befüllten Google-My-Business-Eintrag online vertreten sind.

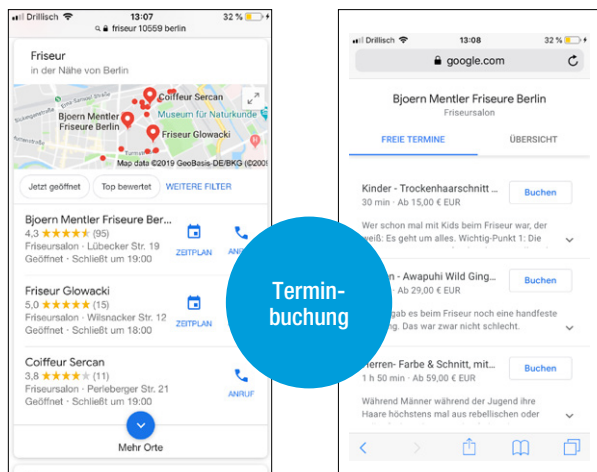
Darüber hinaus erleichtert der Google-My-Business-Eintrag Ihren Kunden und Interessenten die Kontaktaufnahme zu Ihrem Unternehmen, denn hier findet man alle wichtigen Daten und Fakten auf einen Blick.

## WELCHE UNTERNEHMENSINFORMATIONEN SOLL ICH VERÖFFENTLICHEN?

Kurz gesagt: Je mehr Informationen Sie veröffentlichen, desto besser. Neben den allgemeinen Unternehmensinformationen wäre es noch wichtig, dass Sie eine Hauptkategorie (Branche) sowie weitere Kategorien hinzufügen. Sie können auch, je nachdem in welcher Branche Sie tätig sind, Dienstleistungen, Produkte und Attribute (z. B. bei einem Restaurant „Sitzplätze im Freien“ oder „WLAN“) veröffentlichen. Eine Unternehmensbeschreibung (max. 750 Zeichen) sollte neben den allgemeinen Unternehmensinformationen auf jeden Fall Pflicht sein.

## IN NUR WENIGEN KLICKS ZUR TERMINBUCHUNG

Sogar das Buchen von Terminen ist über Google My Business möglich. Sie können in Ihrem Eintrag einen Online-Terminkalender integrieren. Sie haben damit die Möglichkeit, sich von Ihrer Konkurrenz abzuheben. Ihre Kunden können quasi rund um die Uhr bei Ihnen Termine buchen, auch außerhalb Ihrer Geschäftszeiten. Wie Sie die Terminbuchungsfunktion in Ihren Google-My-Business-Eintrag integrieren können, haben wir in unserem Blog-Beitrag „Google My Business – Terminbuchungen leicht gemacht“ ausführlich beschrieben.



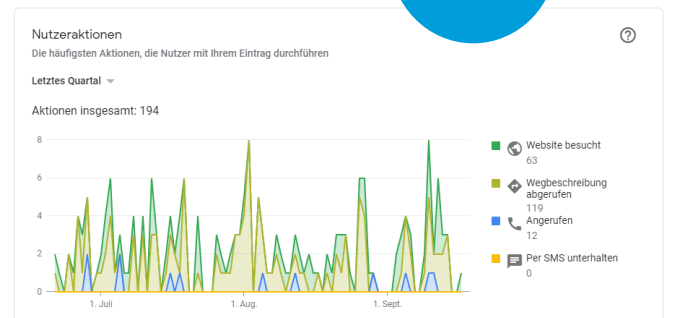
## IHRE ERFOLGE MESSEN

Wie bei jeder Online-Marketing-Aktivität, möchten Sie natürlich wissen, ob Sie mit Ihrem Google-My-Business-Eintrag erfolgreich sind. Im sogenannten Backend erhalten Sie viele interessante Statistiken. Sie können z. B. genau sehen, wie viele Nutzer nach Ihrem Unternehmen gesucht haben. Auch die Aktionen innerhalb Ihres Eintrags lassen sich genau nachvollziehen. Wie viele Nutzer haben Ihre Homepage besucht? Wie viele haben sich die Wegbeschreibung aufgerufen oder direkt bei Ihnen angerufen? All das sind interessante Werte, die Sie mithilfe des Backends einsehen können.

Sie haben Fotos hochgeladen und möchten wissen, wie viele Nutzer Ihre Fotos aufgerufen haben? Auch das ist kein Problem. Schauen Sie sich die Statistiken auf jeden Fall an und messen Sie somit Ihren Erfolg.



Erfolgs-  
messung



## TRICKS & TIPPS FÜR IHREN EINTRAG

Sie kennen sicher den Satz „Bilder sagen mehr als tausend Worte“. Dies gilt auch für Ihren Google-My-Business-Eintrag. Bilder und auch Videos sind ein sehr gut geeignetes Stilmittel, um Ihr Unternehmen online zu präsentieren. Geben Sie potenziellen Kunden einen Einblick in Ihr Unternehmen und Ihren Leistungen. Ob nun Bilder direkt von Ihrem Unternehmen, Ihrem Team oder Ihren Leistungen. Hier sind keine Grenzen gesetzt. Achten Sie allerdings auf die Qualität der Bilder und Videos. Verwackelte Fotos oder schlecht erstellte Videos können sich zum Nachteil auswirken.