

GOOGLE MY BUSINESS: WARUM SICH DER EINTRAG LOHNT

Mit Prägnantem zu mehr Reichweite

Wer an eine Suchmaschine denkt, dem kommt meist als Erstes Google in den Sinn. Aufgrund der weltweiten Dominanz – der Marktanteil liegt bei über 90% – wird der Begriff „googeln“ sogar häufig synonym für das Recherchieren im Internet verwendet. Auf der Suche nach Informationen, Produkten, Dienstleistern und Unternehmen nutzen vor allem Menschen aus Amerika und Europa und somit auch Deutschland die Suchmaschine des Online-Konzerns aus Kalifornien ... | VON ANDREAS KARASEK



Einfache Verwaltung aller Angaben

Bei Google My Business handelt es sich um ein Tool für Unternehmen, das kostenlos verwendet werden kann. Über diese Schnittstelle erhalten Firmen die Möglichkeit, ihren Standort und weitere Informationen wie den Tätigkeitsbereich anzugeben sowie den Brancheneintrag zu verwalten. Früher mußten diese Angaben der verschiedenen Google-Dienste separat bearbeitet werden. Änderungen einzelner Informationen wie die Telefonnummer oder E-Mail-Adresse übernimmt der Dienst nun automatisch auch in der Kartenansicht direkt in der Google-Suche und auf Google Maps. Die Angabe der Unternehmensdetails erhöht dabei die Verknüpfung zu entsprechenden Suchbegriffen und somit auch die organische Reichweite.

Wer z.B. ein Geschäft betreibt, kann verschiedene Marken auf seiner Website aufzählen, Handwerker die angebotenen Dienstleistungen. Werden dann in Snippets – also die Vorschau des Webseiteninhalts in den Suchergebnissen – und Beiträgen auf Google My Business Marken und Leistungen immer wieder vorgestellt, erhöht sich die Relevanz der Betriebe bei Suchvorgängen mit denentsprechenden Begriffen. Die Erfahrung zeigt, daß regelmäßig aktualisierte Einträge von Google auch bevorzugt angezeigt werden. Allerdings gilt es, nicht zu viele verschiedene Beiträge gleichzeitig zu veröffentlichen. Dann besteht die Gefahr, als Spam-Account wieder nach hinten geschoben zu werden. Es gibt vier Punkte, auf die Unternehmen bei der Erstellung und Pflege des Tools achten sollten:

„Um bei Suchanfragen im Web besser gefunden zu werden, sollten vor allem kleine und mittelständische Firmen sowie Selbständige ein Google-My-Business-Profil anlegen und den Eintrag stets aktuell halten ...“
Andreas Karasek

1. Vollständige Daten

Alle Unternehmensinformationen müssen vollständig und stets aktuell sein – insbesondere jene, die für Handlungen und Kontaktaufnahme relevant sind; wie Adresse, Telefonnummer, E-Mail-Adresse, URL der Website und Öffnungs- oder Geschäftszeiten. Darüber hinaus bietet das Profil die Möglichkeit, Neuigkeiten, Änderungen oder spezielle Aktionen zu veröffentlichen. Der jeweils neueste Eintrag erscheint in den Suchergebnissen direkt unter dem Brancheneintrag. Bestehen seitens

Google allerdings Zweifel an der Richtigkeit der angegebenen Informationen, kann ein Kontrollanruf folgen. So soll sichergestellt werden, daß die Geschäftsadresse auch wirklich ein Anlaufpunkt für Kunden darstellt und es sich um ein echtes Unternehmen handelt.

2. Prägnanz

Zum Google-My-Business-Eintrag gehört eine Kurzbeschreibung, die Suchenden auf einen Blick die wichtigsten Informationen liefert und beschreibt, worum es im Allgemeinen geht. Die Frage lautet also, wie sich das eigene Unternehmen in wenigen Sätzen und trotzdem prägnant beschreiben läßt. Statt eines Satzes wie „Ihr

professioneller Spezialist für schöne und gepflegte Gärten aus einer Hand individuell geplant“ gilt es, sich kurz zu halten und überflüssige Angaben wegzulassen. Daß es sich bei einem Gartenlandschaftsbauer um einen Spezialisten für Gärten handelt, sagt schon der Name. Auch Adjektive wie „schön“ und „gepflegt“ sollten nicht in die Kurzbeschreibung: Schließlich will niemand ungepflegte Gärten. Also auf die Keywords fokussieren und Beschreibungen wie „Gärten individuell geplant“ angeben. >>

>> 3. SEO-optimierte Beschreibung

Im Gegensatz zur Kurzbeschreibung liefert die Unternehmensbeschreibung mehr Details und lässt sich als gut durchdachte Version von „Über uns“ definieren. Hier gilt es ausführlich darzustellen, was die Firma anbietet und was Kunden erwartet. Die Beschreibung sollte unbedingt Keywords enthalten, die zum eigenen Unternehmen passen und die von Internetnutzern häufig gesucht werden. Dafür bietet sich eine Keyword-Recherche an. Zwei Grundfragen sind: Was suche ich bei Google, wenn ich dieses Unternehmen finden will? Was will ich lesen, um Kontakt zu dieser Firma aufzunehmen?

4. Aktivität

Wer regelmäßig zum Unternehmen passende Beiträge veröffentlicht, zeigt dem Algorithmus, daß die eigene Firma aktiv und für Kunden interessant ist. Dafür gilt es, Snippets zu nutzen und spezielle sowie aktuelle Angebote, Aktionen und Neuigkeiten vorzustellen – immer mit Nennung von wichtigen Keywords. Dabei empfiehlt es sich, lebensnahen und für potentielle Kunden interessanten Content zu lie-

fern. Dieser lässt sich auch mit Fotos und einer Call-to-Action ergänzen. Für Suchmaschinen bedeutende Snippets sind auch Zusammenfassungen

der Bewertungen von Kunden. So lässt sich das eigene Unternehmen auch aus der Vielzahl der Mitbewerber hervorheben. <<



Andreas Karasek
(Bild: sem-berater)

Noch Fragen?

www.sem-berater.de