

## Google My Business:

# Der Weg zu mehr Sichtbarkeit im Netz

Im Sommer dieses Jahres fand das vorerst letzte Webinar der Mittelstand 4.0-Agentur Handel in Zusammenarbeit mit dem ZHH für ZHH-Mitglieder statt. Es ging darum zu zeigen, welche Möglichkeiten Google bietet, im Netz gesehen zu werden. Es ist überaus wichtig, wenigstens mit einer „Visitenkarte“ im Netz präsent zu sein, da sehr viele Menschen zuerst im Netz nach Informationen suchen, bevor sie online bestellen oder in den stationären Läden einkaufen. Überspitzt kann man sagen, wer nicht im Netz präsent ist, existiert nicht.

Google My Business ist ein kostenloses Angebot von Google (früher Google Places, Google+). Hauptkennzeichen ist die direkte Anzeige im Google-Suchergebnis und in Google Maps. Da der Marktanteil von Google mehr als 90% beträgt, lohnt es sich, auf Google präsent zu sein.

### Vorteile von Google My Business:

- Sichtbarkeit und Professionalität (Gibt es das Unternehmen überhaupt, wenn es nicht im Netz ist?)
- Anzeige in Google Maps (direkte Navigation zum Geschäft), Google+ und Google Suche
- Schnelles Finden der gewünschten Filiale
- Gute Darstellung von wichtigen Informationen auch auf mobilen Geräten. Die Nutzung mobiler Geräte wird immer mehr zur Selbstverständlichkeit. Wenn die eigene Homepage nicht mobil optimiert ist, ist der Eintrag auf Google My Business umso wichtiger.
- Wer in Google My Business seine Daten hinterlegt hat, wird in der Regel auch bei allgemeinen Suchanfragen häufiger angezeigt, mit Button zur Webseite und zu Google Maps, also zur Navigation
- **Google My Business ist kostenlos!**

### Wie wird ein Eintrag in Google My Business vorgenommen?

Zuerst müssen Sie ein Google-Konto anlegen, falls noch keines vorhanden ist.

Mit dieser E-Mail-Adresse melden Sie sich bei Google My Business an.

Dieser Link führt zur Anmeldung: [https://www.google.com/intl/de\\_de/business](https://www.google.com/intl/de_de/business)



Haben Sie sich angemeldet, füllen Sie die Formulare mit so vielen Informationen wie möglich:

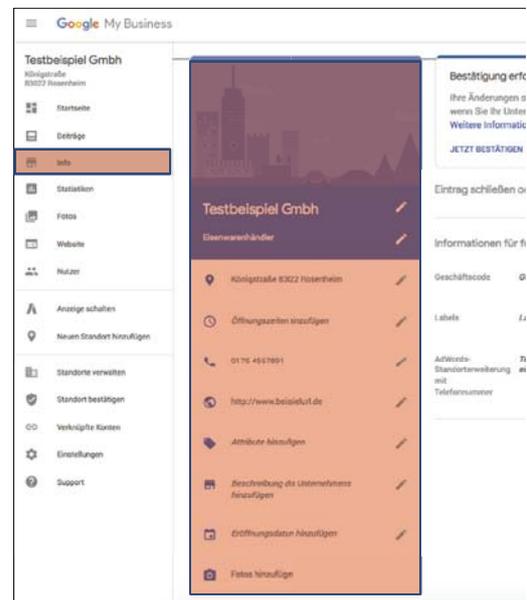
1. Geben Sie ihren Firmennamen an, möglichst so wie im Impressum
2. Geben Sie Ihren Standort an - vergessen Sie nicht die Angabe, ob Kunden an dieser Adresse bedient werden.
3. Markieren Sie den Standort auf der Karte. Sie können zoomen, so dass Sie den Standort genau bestimmen können.
4. Geben Sie die Unternehmenskategorie an, möglichst genau: statt Eisenwaren z.B. Eisenwarenhändler. Als Kategorie sollte die, die das Unternehmen am besten kennzeichnet, als Hauptkategorie gewählt werden, alle anderen werden in zusätzlichen Kategorien angegeben.
5. Geben Sie Ihre Kontaktdaten an. Die Telefonnummer am besten mit internationaler Vorwahl (0049 bzw. +49). Diese Nummer kann auf Smartphones direkt zum Anrufen genutzt werden.
6. Lassen Sie den Standort bestätigen. Dies funktioniert in der Regel per Postkarte, manchmal per Telefon, Fax oder E-Mail. Innerhalb von 30 Tagen müssen Sie den Bestätigungscod, der Ihnen auf der Karte mitgeteilt wird, in Google My Business eintragen. Das genaue Vorgehen wird auf der Karte beschrieben.

Nun ist der Eintrag angelegt und muss mit weiterem Inhalt gefüllt werden. Die Prozentanzeige zeigt Ihnen an, wie viele Informationen noch „fehlen“. Sie müssen nicht die 100% erreichen, aber es ist sinnvoll, so viele Informationen wie möglich einzutragen.

Werbung sollten Sie erst schalten, wenn Sie über die grundlegenden Mechanismen von Werbung im Netz Bescheid wissen (sog. Adwords-Knowhow).

Die Spalte „Info“ bietet die Möglichkeit das Profil zu ergänzen, besonders wichtig ist die rot markierte Spalte, diese sollten Sie sehr gewissenhaft ausfüllen. In die rechte Spalte werden interne Informationen eingetragen, zum Beispiel zum Unterscheiden von Filialen.

Sehr wichtig sind die **Öffnungszeiten**. Wann sind Sie für Ihre Kunden erreichbar? Gibt es Sonderöffnungszeiten? Nicht möglich ist es, Öffnungszeiten



nach Vereinbarung einzutragen - diese Information müssen Sie ggf. bei der Unternehmensbeschreibung eintragen.

Die **Unternehmensbeschreibung** sollte die **sachliche Information** enthalten, was Sie anbieten, ggf. das Alleinstellungsmerkmal, evtl. die Unternehmensgeschichte und weitere Informationen. Der Platz ist allerdings auf 750 Zeichen begrenzt. Keywords sollten hier vermieden werden.

Die Schaltfläche „Attribute“ bietet die Möglichkeit, das Geschäft noch genauer zu beschreiben: Gibt es ein Kunden-WC? Ist das Geschäft barrierefrei? Ist es kinderfreundlich? etc.

Zuletzt haben Sie die Möglichkeit, **Fotos** hinzuzufügen. Wichtig ist das Profilbild (z.B. das Logo) und das Hintergrundbild (etwas, das das Unternehmen charakterisiert). Achten Sie auf eine ausreichende Auflösung der Bilder und darauf, dass sie aussagekräftig sind. Be-



achten Sie das **Urheberrecht** und nutzen Sie möglichst aktuelle eigene Fotos.

## Eigene Webseite erstellen

Sie können über Google sogar eine eigene Webseite erstellen, falls Sie noch keine haben. Eine eigenständige Seite hat aber den Vorteil, dass sie von Google unabhängig ist.

## Ihr Unternehmen ist schon in Google My Business

Es kann passieren, dass Sie feststellen, dass es schon einen Eintrag zu Ihrem Unternehmen gibt, wenn Sie sich entscheiden, einen Eintrag zu erstellen. Dies erklärt sich dadurch, dass Google Einträge aus unterschiedlichen Quellen, wie z.B. Branchenbüchern, selbst erstellt. Oder dass ein Eintrag schon einmal angelegt wurde, aber die Zugangsdaten verschwunden oder verloren sind.

Sollte der Eintrag von Google **automatisch generiert** worden sein und keinen Administrator haben, dann können Sie sich als Inhaber zu erkennen geben (über den Link „Inhaber dieses Unternehmens“) und die Angaben bestätigen, ergänzen oder korrigieren. Auch hier muss der Standort letztlich bestätigt werden.

Sollte es sich um einen **älteren Eintrag** handeln, dann können Sie auch diesen übernehmen, indem Sie wie bei einer Neuanlage vorgehen. Google fragt bei gleichen oder sich ähnelnden Daten, ob es sich um dasselbe Unternehmen handelt. Am Ende muss wieder der Standort bestätigt werden. Der bisherige Administrator wird von Google benachrichtigt und kann innerhalb einer festgelegten Zeit widersprechen.

## Verwaltung des Eintrages

Es sollten mehrere Personen die Möglichkeit haben, den Eintrag aktuell zu halten. Als **Inhaber** haben Sie alle Befugnisse, als **Administrator** haben Sie

fast alle Befugnisse, ausgenommen sind Aktionen wie „Konto löschen“. **Kommunikationsadministratoren** haben alle Berechtigungen eines Administrators. Sie können allerdings keine Informationen zum Unternehmen bearbeiten.

Richten Sie alle **Standorte** des Unternehmens in My Business ein, die von Kunden aufgesucht werden können. Sie müssen jeden Standort extra bestätigen. Die Standortliste finden Sie unter <https://business.google.com/locations>.

Die Statusanzeige muss für jeden Standort auf „veröffentlicht“ stehen. Fehlt die Bestätigung noch, können Sie diese über den Button „Jetzt bestätigen“ nachholen.

## Praktische Tipps

Hinterlegen Sie ein neutrales Unternehmenskonto, wie z.B. info@..., dokumentieren Sie die Zugangsdaten, damit Sie Nutzer hinzufügen oder löschen können. Richten Sie eine **Weiterleitung vom Google-Konto auf eine Firmen-Mail** ein, damit Sie die Reaktionen (Bewertungen, Kommentare, Fragen ...) auch regelmäßig sehen und darauf reagieren können. Werden solche Kontaktaufnahmen nicht beantwortet, leidet die Vertrauenswürdigkeit!

Halten Sie die Öffnungszeiten immer aktuell, weisen Sie auf Sonderöffnungszeiten hin.

Prüfen Sie, ob die Angaben zu Ihrem Unternehmen überall einheitlich sind. Stimmen sie mit dem Impressum und anderen Branchenbüchern überein. Achten Sie auch auf die Schreibweise bei Anschrift und Kontaktdaten.

Nutzen Sie My Business als soziales Netzwerk. Beantworten Sie Fragen, verweisen Sie auf aktuelle Berichte, sammeln Sie Bewertungen, ggf. auch über andere Netzwerke wie Facebook. 360°-Ansichten des Unternehmens erregen Aufmerksamkeit, müssen aber durch zertifizierte Fotografen erstellt werden.

## Statistiken nutzen

Google My Business bietet Ihnen die Möglichkeit, verschiedene Statistiken über die Besucher des Profils zu bekommen. Es handelt sich um folgende Informationen:

- Wurde direkt nach dem Unterneh-

men gesucht oder gab es eine allgemeine Suche?

- Erfolgte die Anzeige des Unternehmens in der Google-Suche oder bei Google-Maps?
- Welche Kontaktmöglichkeiten wurden genutzt? Anruf, Webseite, Wegbeschreibung?
- Von welchen Orten aus wurde die Wegbeschreibung genutzt?
- Wie oft wurde auf den Anruf-Button geklickt?
- Wie viele Fotos wurden angesehen? Es wird durch Google ein Ranking bei allg. Suchanfragen erstellt, bei dem die Kriterien nicht klar definiert sind. Eine Rolle spielen aber der Standort des Suchenden, die Aktualität des Eintrages, die Übereinstimmung mit anderen Quellen, die Bewertungen, evtl. auch wie oft auf den Eintrag geklickt wurde.

## Was wirkt unprofessionell und sollte unbedingt vermieden werden?

- Falsche Bewertungen erstellen oder erstellen lassen,
- bei schlechten Bewertungen unsachlich antworten,
- keine Reaktion auf Bewertungen zeigen,
- Keywordstuffing im Unternehmensnamen (Keywordstuffing bezeichnet allgemein den übermäßigen Gebrauch von Keywords auf einer Seite, mit dem Ziel, das Ranking der Seite zu verbessern. Auch das massive Einfügen von Keywords in einem Fließtext, gilt als Keywordstuffing.) Mitbewerber können Keywordstuffing im Namen abmahnen und Google ändert die Angaben,
- eine Briefkastenfirma als Standort angeben, Google überprüft im Zweifel die Richtigkeit der Angaben,
- unpassende Kategorien verwenden, um häufiger angezeigt zu werden,
- unterschiedliche Angaben über das Unternehmen machen, hierzu zählt auch eine uneinheitliche Schreibweise.

Die Mittelstand 4.0-Agentur Handel bietet eine Reihe von kostenfreien Informationen, wie z.B. Broschüren, Ratgeber, Leitfäden, Checklisten und Praxis-



beispiele mit konkreten Handlungsempfehlungen unter <https://handelmittelstand.digital/> an.