



Ihr Unternehmen auf Google – kostenlos

Neu – Mit Google My Business ist Ihr Unternehmen im Internet präsent. Kunden finden Sie über die Google-Suche, in Google Maps oder auf Google+.

Unternehmen eintragen

Tilman Klosa

Google My Business für Einsteiger

Google My Business ist für kleine regionale Unternehmen eine effiziente Möglichkeit, mit vergleichsweise wenig Einsatz sichtbare Erfolge zu erzielen. Wie man einen Google-My-Business-Account einrichtet und pflegt, zeigt Tilman Klosa in einem einfach nachvollziehbaren Step-by-Step-Tutorial.

1. Anmeldung

Auf der Seite www.google.com/business meldet man sich an – wer bereits ein Google-Konto, bspw. Gmail oder Google Analytics, besitzt, kommt direkt zu Punkt 2. Wer noch kein Konto bei einem der Google-Dienste hat, muss sich jetzt kostenlos registrieren.

2. Unternehmen eintragen

Nachdem man auf „Unternehmen eintragen“ geklickt hat, sucht man in der folgenden Karte nach seinem Unternehmen.

Es kann vorkommen, dass in Google My Business bereits ein automatisch erstellter Eintrag für das eigene Unternehmen existiert – keine Sorge, in diesem Fall hat Google aus anderen Quellen (Gelbe Seiten etc.) einen Eintrag erstellt, diesen aber nur mit Informationen von Ihrer Webseite oder anderen Quellen ange-

DER AUTOR



Tilman studierte Philosophie und Rhetorik in Tübingen und ist derzeit Online-Marketing-Berater und Content-Manager in der SEO-Küche. Seine Leidenschaft für die Neuen Medien verknüpft er mit Talent für Recherche, um hier im Blog die interessantesten News aus der SEO-Szene vorzustellen

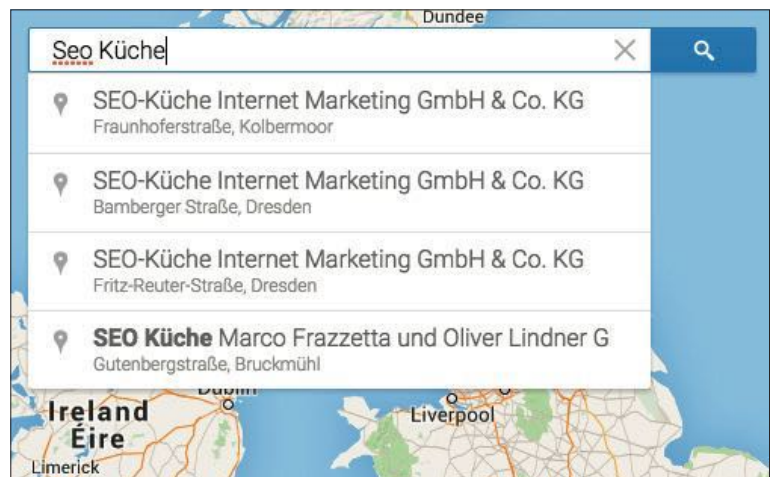


Abb. 1: Unternehmen auswählen



Abb. 2: Inhaberschaft bestätigen

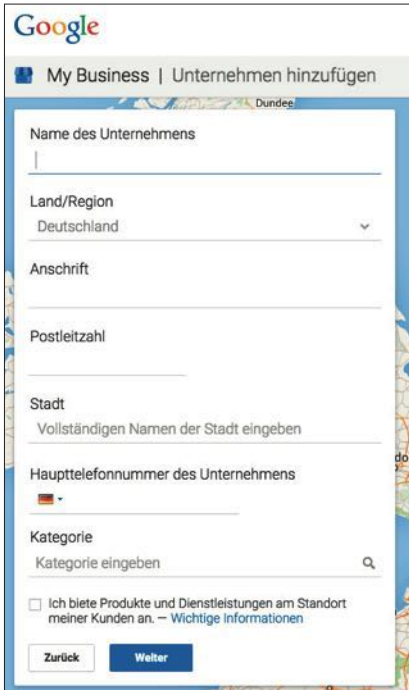


Abb. 3: Unternehmen hinzufügen

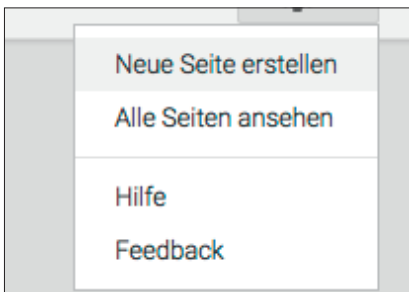


Abb. 4: Neuen Eintrag erstellen

reichert. Sie müssen nun lediglich die Inhaberschaft bestätigen.

Ist Ihr Unternehmen nicht zu finden, erstellen Sie ein Unternehmensprofil, nachdem sie auf „Unternehmen hinzufügen“ geklickt haben:

Wenn Ihr Unternehmen ein Ladengeschäft im klassischen Sinn oder eine vergleichbare, für den Publikumsverkehr geeignete Immobilie ist, klicken Sie unbedingt den Punkt „Ich biete Produkte und Dienstleistungen am Standort meiner Kunden an“ und definieren Sie anschließend Ihr Einzugsgebiet.

Alternativ können Sie am rechten oberen Rand das Zahnrad anklicken und eine neue Seite erstellen.

Im folgenden Fenster ist das Unternehmensmodell zu wählen, welches am besten zu Ihrem Unternehmen passt.

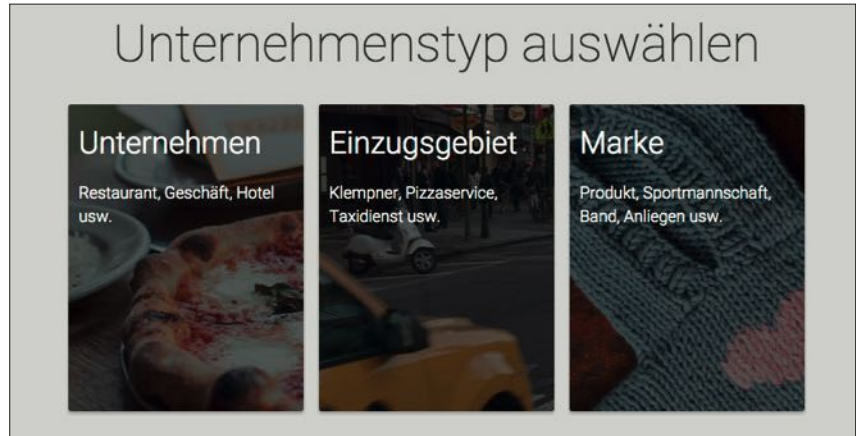


Abb. 5: Unternehmenstyp auswählen

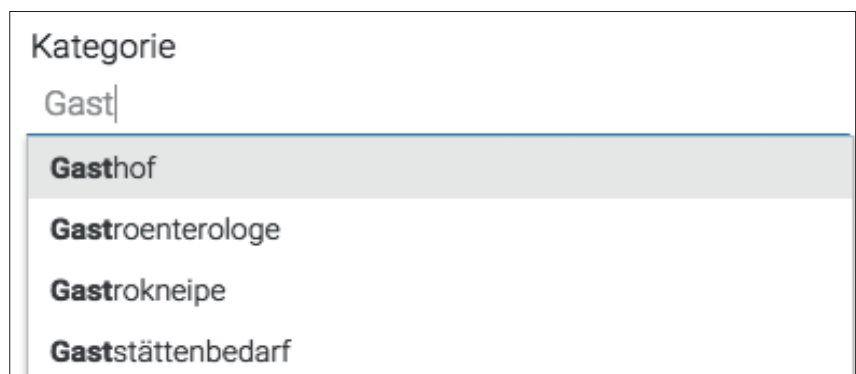


Abb. 6 Kategorie für das Unternehmen auswählen

3. Kategorien und Einstellungen vornehmen

Die **Hauptkategorie** und die Brancheneinstellungen sollten so genau wie möglich vorgenommen werden, um optimale Ergebnisse zu erzielen. Nehmen Sie am besten die von Google vorgeschlagenen Begriffe.

Als **Unternehmensname** muss der vollständige Name wie in Ihrem Impressum angegeben sein.

Auch die **Adresse** muss mit der im Impressum angegebenen übereinstimmen. Wenn Ihr Unternehmen an mehreren Standorten vertreten ist, können Sie diese nach einer abgeschlossenen Anmeldung hinzufügen. Filialstandorte müssen eine einheitliche Kategorie vorweisen können. Standorte mit unterschiedlichen Abteilungen benötigen je eigene Google-My-Business-Einträge und eigene Branchen-Kategorien.

Geben Sie Ihre **Öffnungszeiten** an, auch wenn Sie eine Agentur oder Ähnliches ohne regelmäßigen Besuchsverkehr sind.

Für das **Profilfoto** und **Hintergrundbild** sollte man genauso wählerisch sein wie bei dem für die eigene Webseite.

4. Mehrere Standorte verwalten:

War es früher noch recht umständlich, mehrere Standorte in Google My Business anzulegen und zuzuordnen, bietet Google mittlerweile ein sehr übersichtliches Menü an, um auf einen Blick mehrere Standorte zu verwalten. Dazu geht man im



Abb.7: Öffnungszeiten eintragen

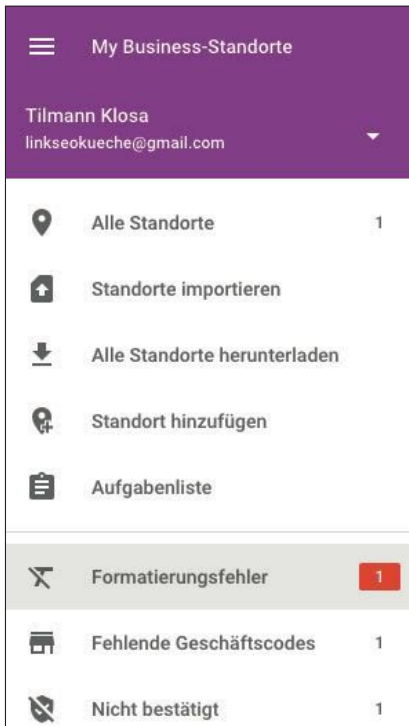


Abb. 8: Mehrere Standorte oder Filialen hinzufügen

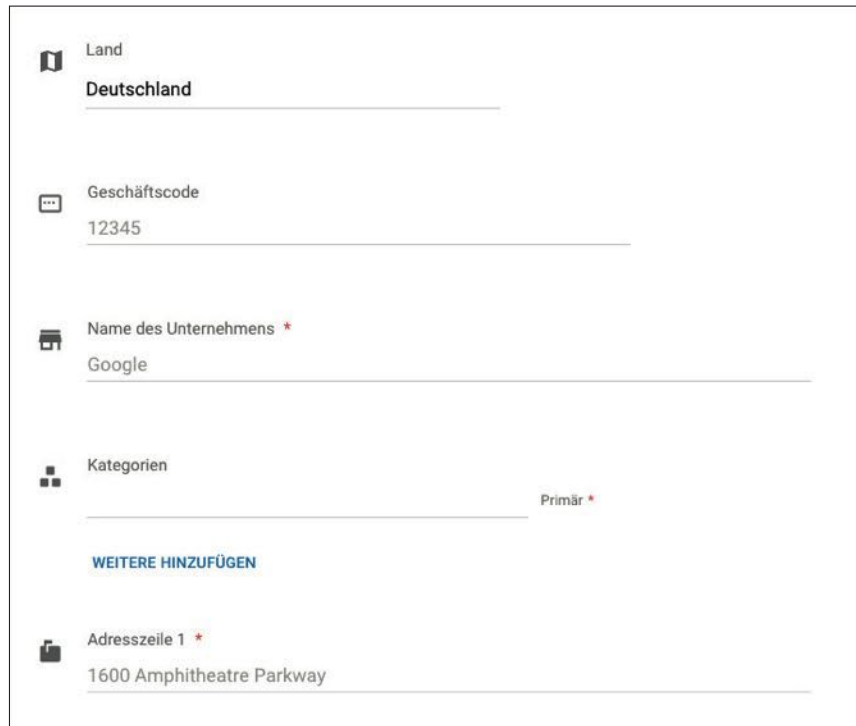


Abb. 9: Mehrere Standorte oder Filialen hinzufügen

eingeloggt Zustand auf:

www.google.com/local/manage

Klicken Sie dort auf das Menü am oberen linken Rand.

Unter „Standort hinzufügen“ lassen sich recht unkompliziert Filialen und Zweigstellen in Google My Business einbinden. Der „Geschäftscodes“ kann intern vergeben werden, um Filialen zu ordnen

Ein paar Hinweise:

- » „Briefkastenfirmen“ dürfen keinen Google-My-Business-Account

haben – unter der angegebenen Adresse sollte Personal anwesend sein. Selbstbedienungsdienste wie Geldautomaten sind davon ausgenommen.

- » Die Daten über das Unternehmen in Google My Business (Anschritt, Telefon etc.), sollten 1 zu 1 mit denen im Impressum der Webseite übereinstimmen.
- » Tragen Sie Ihr Unternehmen in möglichst viele seriöse Branchenbücher ein mit exakt denselben Daten wie

im Impressum und bei Google My Business. Damit steigern Sie Ihr Ranking in der lokalen Suche.

- » Es lohnt sich, den Eintrag regelmäßig zu pflegen, Daten zu aktualisieren und auf Bewertungen zu reagieren.

Auf www.seo-kueche.de/download/local-seo-whitepaper/ finden Sie übrigens einen ähnlichen Ratgeber für Google My Business. ¶

ZUHAUSE STUDIERN!

DIE NEUE WEBSITE BOOSTING IMMER PÜNKTLICH IM BRIEFKASTEN

Studiengebühr nur 40,80 EUR pro Studienjahr
(bei sechs Selbst-Lesungen!)

Dies gilt natürlich auch für:
» Schüler/Innen & Auszubildende
(entsprechende Bescheinigung mitschicken!)

www.websiteboosting.com/studentenabo

