

Große Fotogalerie zur Darstellung des Betriebes und seiner Referenzen

**Name und Adresse auf einen Blick**

**Kontaktmöglichkeiten**

**Kategorie und Öffnungszeiten**

**Beschreibungstext: 200 Zeichen, um Ihren Betrieb darzustellen**

**Hier erscheinen Erfahrungsberichte von zufriedenen Kunden**

**Profilbild: Platz für Ihr Logo oder ein Unternehmensfoto**

**Genauer Standort mit Kartenausschnitt**

**Hier geht's zur Verwaltung der Seite bzw. der Änderungen**

**Lokale Präsenz: Unternehmer können ihr Profil bei Google + Local selbst ergänzen.**

Bildquelle: Fliesenleger.net

# Einfache Einträge aufgewertet

**Internet** ■ Regionale Präsenz in Internetsuchmaschinen wie Google wird für Fliesenlegerbetriebe immer wichtiger. Mit ein paar einfachen Angaben können Sie Googles eigene Werkzeuge nutzen, um besser gefunden zu werden – wir erklären Ihnen, worauf es ankommt. **Frederike Pollner**

■ Eine gute, informative Webseite, die dem potenziellen Kunden aus dem Internet mehr bietet als Kontaktdaten, ist inzwischen Pflicht für jeden Fliesenfachbetrieb. Aber um mit der eigenen Webseite zum Beispiel unter dem Stichwort „Fliesenleger Hamburg“ gefunden zu werden, muss viel Arbeit in die Pflege der Seite und das Erstellen von Inhalten gesteckt werden. Der Suchmaschinenriese Google selbst bietet regionalen Betrieben jetzt eine Möglichkeit, mit ein paar einfachen Schritten unter allgemeinen Suchbegriffen gefunden zu werden. In den oberen Suchergebnissen findet der Nutzer immer häufiger drei bis sieben Einträge, die nicht nur den Link zur Webseite von regionalen Betrieben anzeigen, sondern auch direkt Adressdaten und Telefonnummer enthalten: Wenn der Suchende mit der Maus über diese Einträge fährt, wird sofort eine Vorschau des Suchergebnisses ange-

zeigt, die nicht nur den genauen Standort auf einer Karte zeigt, sondern auch die Adressdaten des Betriebs, die Telefonnummer und (wenn vorhanden) Erfahrungsberichte von Kunden.

Beim Klick auf das Suchergebnis öffnet sich dann eine neue Seite: Der Google+Local-Eintrag (ehemals unter Google Places bekannt) ist im Grunde eine „Mini-Webseite“, die dem Suchenden alles bieten kann, was er braucht: eine Bildergalerie mit Referenzfotos, Kontaktmöglichkeiten (zum Beispiel Telefonnummer und Webseite), Beschreibung des Betriebs und Erfahrungsberichte von anderen Kunden.

### Woher hat Google meine Daten und wie kann ich sie ändern?

Es bestehen bereits diverse Kooperationen zwischen Branchenbuchanbietern (wie zum Beispiel Gelbe Seiten) und Google, die

der Suchmaschine auch den Zugriff auf die Adressdaten von zahlreichen regionalen Betrieben ermöglichen. In der Regel wird die Quelle der Daten auch auf der Google+Local-Seite ausgewiesen. Wenn Sie in einem herkömmlichen Branchenbuch mit einem Eintrag vertreten sind, ist es folglich sehr wahrscheinlich, dass auch ein Google+Local-Eintrag zu Ihrem Fliesenlegerbetrieb besteht. Aber was ist, wenn die Angaben nicht richtig oder unvollständig sind? Dafür bietet Google jedem Betriebsinhaber die Möglichkeit, die Seite für sich zu beanspruchen, zu bestätigen, dass man selbst der Inhaber ist, und die Angaben entsprechend zu ergänzen.

### In sechs Schritten zum Google+-Local-Eintrag

1. Suchen Sie Ihre Seite über [www.google.de](http://www.google.de) und klicken Sie auf den Link „zur

Google+-Seite“. Hier erhalten Sie jetzt schon einmal einen Eindruck von den bereits vorhandenen Daten.

2. Klicken Sie rechts unten auf der Seite auf den Link „Diese Seite verwalten“. Damit öffnet sich der Administrationsbereich und Sie müssen sich einloggen. Achtung: Da Google natürlich viele neue Kunden gewinnen möchte, funktioniert der Login nur mit einer E-Mail-Adresse von Google! Stellen Sie also sicher, dass Sie eine funktionierende E-Mail-Adresse mit der Endung @googlemail.com oder @gmail.com haben.
3. Im nächsten Schritt werden Ihnen Möglichkeiten der Bearbeitung der ausgewählten Seite angeboten. Klicken Sie hier auf „Ändern Sie die Unternehmensinformationen“.
4. Jetzt haben Sie die Möglichkeit, Ihre Google+-Local-Seite zu personalisieren. Achten Sie vor allem darauf, die Kategorie entsprechend anzugeben (zum Beispiel Fliesenleger, Fliesenverlegung oder Ähnliches). Es sind bis zu fünf Angaben möglich. Außerdem sollte der Beschreibungstext kurz und knackig formuliert sein und Angaben zu Ihrem Leistungsspektrum enthalten. Sie haben nur 200 Zeichen zur Verfügung, also überlegen Sie sich am besten genau, was Sie schreiben möchten.
5. Mit Abschluss der Bearbeitung des Profils müssen Sie nun eine PIN anfordern. Sie erhalten die PIN entweder per Postkarte an die angegebene Firmenadresse oder Sie können sie über das Telefon anfordern. Ein Computer liest Ihnen dann am Telefon die Nummer vor. Halten Sie also einen Stift bereit.
6. Sobald Sie die PIN erhalten haben (per Post dauert das zwischen zwei und vier Wochen), können Sie sich einloggen, die PIN eingeben und Ihre Google+-Local-Seite gilt als bestätigt. Es kann jedoch noch ein bisschen dauern, bis die Änderungen tatsächlich im Internet zu sehen sind.

#### Wieso lohnt sich der Aufwand?

Eine komplett ausgefüllte und bestätigte Google+-Local-Seite hat viele Vorteile. Neben den zusätzlichen Informationen, die ein potenzieller Kunde auf der Seite vorfindet, sind vor allem auch Refe-

renzbilder ein Mittel, um sich mit dem eigenen Betrieb von möglicherweise ebenfalls gelisteten Konkurrenten abzuheben. Außerdem hat auch keiner Ihrer Konkurrenten mehr die Gelegenheit, die von Ihnen beanspruchte Seite ebenfalls zu beanspruchen und so eventuell Ihrem Ruf zu schaden. Sie selbst können direkt auf Kundenbewertungen reagieren, die auf Ihrer Seite hinterlassen werden, und so aktiv Ihren Ruf pflegen und Suchenden zeigen, dass Sie die Meinung Ihrer Kunden interessiert.

Und nicht zuletzt haben Sie als Inhaber der Seite die Möglichkeit, Statistiken der letzten 30 Tage aufzurufen, die Ihnen zeigen, wie häufig Ihre Seite bei Suchanfragen eingeblendet wurde (Impressionen), wie oft sie angeklickt wurde (Klicks) und bei welchen Suchbegriffen (zum Beispiel Fliesenleger Hamburg) Ihre Seite überhaupt angezeigt wurde.

So können Sie regelmäßig überprüfen, wie sichtbar Ihre Seite über die Suchmaschine Google ist, und Änderungen an den Einstellungen vornehmen, die Ihnen Neukunden aus dem Internet einbringen.

Das Online-Portal Fliesenleger.net (Kooperationspartner des ZVDH) unterstützt bereits zahlreiche Kunden bei der Optimierung von Google+-Local-Seiten, denn das gehört bei der Buchung eines Marketingpakets zum Service. Gern berät Sie das Team von Fliesenleger.net über weitere Möglichkeiten, online Präsenz zu zeigen. ■



#### Die Autorin

**Frederike Pollner** arbeitet bei Dachdecker.com für die Bereiche PR und Social Media und unterstützt Innungen unter anderem bei der Nachwuchsgewinnung über Facebook.

[www.fliesenundplatten.de](http://www.fliesenundplatten.de)

**Schlagerworte für das Online-Archiv**  
**Betriebsführung, Internet**

www.fliesenundplatten.de