

Anleitung

Google My Business: So starten Sie den Google-Turbo

Autor: Frank Pollack

Immer auf der sicheren Seite

- ✔ **Von unserer Fachredaktion geprüft** Die Inhalte dieses Downloads sind nach bestem Wissen und gründlicher Recherche entstanden. Für eventuell enthaltene Fehler übernehmen jedoch Autor/in, Chefredakteur sowie die Holzmann Medien GmbH & Co. KG keine rechtliche Verantwortung.

Google My Business: So starten Sie den Google-Turbo

Als Unternehmer möchten Sie Ihre Firma möglichst weit vorn sehen, wenn Internetnutzer aus Ihrer Region bei Google nach Ihrer Branche, Ihren Produkten oder Dienstleistungen suchen? Dann sollten Sie auf eine aussagekräftige Präsenz bei Google Plus My Business nicht verzichten. Wir erklären, was sich dahinter verbirgt und wie Sie damit im Netz durchstarten.

Mit „My Business“ führte der Platzhirsch unter den Suchmaschinen- (Marktanteil: ca. 95 Prozent) im Sommer 2014 zwei seiner Angebote zusammen: das Firmenportal „Google Places“ und das soziale Netzwerk Google Plus. Beide Angebote waren bislang zwar auf vielfältige Weise miteinander verknüpft, aber in Einrichtung und Bedienung stets getrennt. Mit der Verschmelzung will Google nicht nur Unternehmern die Arbeit vereinfachen, sondern auch dem bislang eher dahin dümpelnden Netzwerk Google Plus neues Leben einhauchen. Fakt ist: Vor allem für regional tätige Firmen erweist sich ein kostenloses My Business-Profil als wahrer Google-Turbo.

Die Vorteile. Was bringt ein My Business Profil?

Ein Profil bei My Business wird von Googles Suchalgorithmus auf vielfältige Weise honoriert. Hier die wichtigsten Beispiele:

- In der **organischen Trefferliste**, also den nicht bezahlten Suchergebnissen, kann der My Business-Eintrag Firmen besonders bei lokalen Suchanfragen nach vorn katapultieren - insbesondere gegenüber Wettbewerbern, die hier noch nicht oder nur mit oberflächlichen Informationen präsent sind.
- Im **Local Business Sevenpack**, einem besonders hervorgehobenen Block im mittleren Bereich der Trefferliste, präsentiert Google bei regionalen Suchanfragen die aussagekräftigsten My Business-Profile der jeweiligen Region.
- Eine **interaktive Visitenkarte** des Unternehmens mit Profilfoto, Karte, Routenplaner, Kontaktdaten, Bildern und weiteren Details wird rechts neben der organischen Trefferliste exklusiv präsentiert, wenn Nutzer nach dem Firmennamen suchen. Die Einblendung wird aus dem My Business-Profil generiert.
- In **Google Maps**, dem Landkartendienst der Suchmaschine, werden My Business-Einträge als interaktive Markierungen angezeigt. Dabei gilt: je aussagekräftiger das My Business-Profil, desto auffälliger die Darstellung in der Karte. Minimalistische Einträge werden als kleine Punkte gezeigt, die aussagekräftigsten dagegen mit Fähnchen und Firmenname.

- **Bilder** aus My Business-Profilen haben gute Chancen, in Googles Trefferlisten als Bild oder bei Bildersuchen angezeigt zu werden. Mit dem Blickfang vermehren sie die Chancen einer Firma entscheidend, von Suchenden wahrgenommen zu werden.
- Bei **Adwords**, also Werbeanzeigen via Google, können Unternehmen mit hochwertigem My Business-Eintrag tendenziell bessere Platzierungen erreichen und somit Geld sparen. Denn die Anzeigeplätze werden durch Google in einem Auktionsmodell vergeben, bei dem nicht nur die finanziellen Gebote allein, sondern auch die Qualität der verlinkten Seite und die Passgenauigkeit zur Suchanfrage mit einfließen.

Der Start. Wie legt man ein My Business Profil an?

Nicht nur für Firmen, sondern auch für Marken (wie z.B. Handwerker-Gütesiegel) und Communities können My Business-Profile angelegt werden. Für My Business entstehen Anbietern und Nutzern keine Kosten. Für das Anlegen Ihres Firmenprofils benötigen Sie nicht mehr als eine E-Mail- und die Kontaktdaten Ihres Unternehmens.

1. Legen Sie für Ihre Firma ein **Google-Konto** an. Rufen Sie Google MyBusiness auf.
2. **Ort/ Region:** Wählen Sie, ob Ihr Unternehmen ein Ladenlokal hat oder ob Sie ein Einzugsgebiet festlegen möchten
3. Geben Sie den **Namen** Ihres Unternehmens in die erscheinende Suchmaske ein.
4. Wenn Google Ihr Unternehmen kennt, erscheint es in einer Liste, Sie können es auswählen und die **Daten** anschließend bearbeiten. Taucht Ihre Firma nicht in der Liste auf, geben Sie sämtliche benötigte Daten manuell ein. Folgen Sie dabei den interaktiven Menüs.
5. Drücken Sie auf **Senden**, nachdem Sie alle Daten eingegeben haben.
6. **Bestätigung:** Zur Verifizierung ist eine Bestätigung erforderlich. Dafür erhalten Sie von Google einen Code, in der Regel per Postkarte, unter gewissen Voraussetzungen auch per Telefon. Diesen Code müssen Sie auf Ihrer Profilseite eingeben.

Die Details. Wie lässt sich das Profil verfeinern?

Es gibt zahlreiche Möglichkeiten, Ihren My Business-Auftritt zu verfeinern. Die Bedienoberfläche, das so genannte Dashboard (zu deutsch: Armaturenbrett), ist auch von mobilen Geräten wie Smartphones oder Tablet-PCs aus bedienbar. So können Sie Ihre Firma stets aktuell und detailreich präsentieren. Einige Beispiele:

- **Kontaktinformationen.** Weitere Adressen und Kontaktdaten (z.B. für Filialen) können ergänzt werden. Für Firmen mit mehr als zehn Standorten bietet Google spezielle Hilfsprogramme zur einfachen Eingabe und Pflege der Daten.

- **Kategorie.** Hierbei handelt es sich um Branchen- und Tätigkeitsangaben, die aus einer Liste auszuwählen sind. In der möglichst präzisen Auswahl liegt ein entscheidender Schlüssel für gute Platzierungen in den Trefferanzeigen der Suchmaschine. Googles Suchalgorithmus sorgt dafür, dass Einträge aus untergeordneten Kategorien wie zum Beispiel „Möbelbau“ auch dann angezeigt werden, wenn Nutzer mit übergeordneten, allgemeineren Begriffen wie etwa „Tischler“ nach Dienstleistern suchen.
- **Öffnungszeiten.** Einmal eingetragen - und schon sind Ihre Kunden auf allen Google-Kanälen (von der normalen Trefferanzeige bis hin zur Kartensuche) mit nur einem Klick darüber informiert, wann sie ihr Unternehmen erreichen können.
- **Intro:** In diesem Feld können Sie Ihr Unternehmen Ihren (potenziellen) Kunden in einer ausführlicheren Beschreibung vorstellen.
- **Profilbild.** Das runde Bild neben ihrem Unternehmensnamen hat eine Schlüsselfunktion: Es taucht jedes Mal auf, wenn Sie etwas posten oder mit Dritten über Google My Business oder Google+ interagieren. Das Profilbild steht also symbolisch für Ihr Unternehmen. Bei einem Handwerksbetrieb kommt zum Beispiel ein sympathisches Porträt des Chefs oder auch das Firmenlogo in Betracht.
- **Hintergrundbild.** Es wird groß ganz oben auf der My Business Seite angezeigt und prägt damit den Charakter der Seite. Handwerksbetriebe können hier zum Beispiel positive Emotionen mit einem Einblick in die Arbeit (z.B. die Werkstatt), durch ein sympathisches Team oder ein typisches Produkt wecken.
- **Videos** können, anders als beim Vorgänger Google Places, bei Google My Business nicht mehr direkt eingestellt werden. Posten Sie Ihre Filme statt dessen über Google Plus oder auf Youtube und teilen Sie sie anschließend auf Ihrer My-Business-Seite.
- **Verknüpfung mit der Firmen-Website.** Dazu muss ein spezielles Code-Snippet (eine kleine Textdatei), das Google im Laufe eines elektronischen Dialogs ausgibt, in Ihre Firmen-Website eingefügt werden. Auf diese Weise sichert sich Google ab, dass Sie tatsächlich Inhaber der verlinkten Seite sind.
- **Verknüpfung mit Google Maps.** Als Unternehmen mit einem Ladenlokal wird Ihre My-Business-Präsenz automatisch mit dem Online-Kartendienst der Suchmaschine verknüpft. Als Firma ohne Ladenstandort, dafür aber einem bestimmten Einzugsgebiet, müssen Sie diese Verknüpfung unter Umständen noch manuell anlegen.
- **Datenschutzeinstellungen** können zu vielen Elementen der My Business-Präsenz vorgenommen werden. So lassen sich die Zugriffsrechte für bestimmte Anwendungen, Zielgruppen oder auch geografisch einschränken.

Interaktion: Wie bringt man Leben auf die Seite?

Google bevorzugt aktuelle Inhalte und Internetseiten, auf denen Menschen sich austauschen. Das ist bei My Business nicht anders. So verschaffen Sie sich hier die nötige Aufmerksamkeit:

- **Aktualisieren** Sie regelmäßig die Daten auf Ihrer My Business-Präsenz. Achten Sie nicht nur auf aktuelle Öffnungszeiten, Adressen, Telefonnummern und Tätigkeitsfelder. Stellen Sie regelmäßig Informationen über neue Projekte, Produkte und Services ein - wenn möglich, in Text und Bild.
- **Weitersagen.** Informieren Sie über wichtige Aktualisierungen durch Postings auf Google Plus und in anderen Netzwerken wie Twitter, Facebook & Co.
- **Bewertungen.** Fordern Sie Ihre Kunden auf, Erfahrungsberichte zu schreiben - ganz gleich ob in Google+ oder anderen Bewertungsportalen. Firmen mit Bewertungen Dritter werden von Google in Trefferlisten und im Adwords-Ranking bevorzugt.
- **Veranstaltungen:** Informieren Sie über soziale Netzwerke über geplante und erfolgreich abgeschlossene Veranstaltungen. Laden Sie Gäste über Netzwerke ein.
-

Zusatznutzen. Was bietet My Business noch?

Statistiken. Dank detaillierter Auswertungen können Sie in Ihrem My Business Account genau nachverfolgen, wie oft das Profil oder einzelne Beiträge aufgerufen wurden, wie die Besucher auf Sie gestoßen sind und wie oft Ihre Beiträge kommentiert oder mit anderen geteilt wurden.

Erfahrungsberichte-Analyse. Mit dieser Funktion in Ihrem Dashboard erhalten Sie einen Überblick über Erfahrungsberichte, die Internetnutzer zu Ihrem Unternehmen auf Bewertungsportalen im Web abgegeben haben. Diese bilden ein wichtiges Kriterium für die Zusammenstellung der Trefferlisten.