KONTOR 4
Agentur für neue Medien

E-BOOK

Das Google Unternehmensprofil

Der Booster für Ihr Unternehmen: kostenlos, schnell eingerichtet und oft der erste Eindruck bei Google

Was das Unternehmensprofil (früher „Google My Business“) ist, warum jedes Unternehmen eins braucht, wie Google lokal sortiert und wie Sie Ihren Eintrag Schritt für Schritt optimieren.

0 €
kostet das Unternehmensprofil

3 Faktoren
bestimmen die Reihenfolge in der lokalen Suche

Neu
WhatsApp-Button direkt im Profil

INHALT

Was Sie hier erwartet

Sonntag, 11:34 Uhr. Bei Niklas klingelt der Wecker, und ihm fällt ein: „Mist, heute ist der Geburtstag meiner Mutter!“ Schnell noch Blumen besorgen. Aber wie lange hat der Blumenladen um die Ecke überhaupt auf? Einfach bei Google den Namen eingeben, und schon erscheinen Telefonnummer, Öffnungszeiten, Bilder und der Link zur Website. Schön wär's: Bei Niklas erscheint nichts. Was der Blumenladen und alle anderen Unternehmen tun sollten, um schnell gefunden zu werden, erklären wir in diesem E-Book.

1 **Was ist das Google Unternehmensprofil?** GRUNDLAGEN

2 **Warum sollten Unternehmen ein Google Unternehmensprofil anlegen?** GRÜNDE

3 **Drei Faktoren für das Ranking Ihres Unternehmensprofils** SO SORTIERT GOOGLE

4 **So optimieren Sie Ihren Eintrag** SCHRITT FÜR SCHRITT

5 **Neu: WhatsApp im Google Unternehmensprofil** DIREKTER KONTAKT

6 **Fazit** AUF DEN PUNKT

GRUNDLAGEN

Was ist das Google Unternehmensprofil?

Das Google Unternehmensprofil ist ein kostenloses Werkzeug, mit dem ein Unternehmen die Darstellung seiner Informationen bei Google verwaltet. Bis 2022 hieß es „Google My Business“. Am besten stellt man es sich als Branchenbuch vor: Firmenname, Beschreibung, Öffnungszeiten, Kontaktdaten, Website, Bilder und vieles mehr können dort eingetragen und gepflegt werden.

Die Angaben erscheinen an zwei Stellen: in den Google-Suchergebnissen, meist rechts neben den Treffern oder ganz oben auf dem Smartphone, und in Google Maps. Es ist also im Interesse jedes Unternehmens, dass die Angaben immer auf dem neuesten Stand sind.

Aktuell: Google beantwortet Fragen jetzt selbst

Den Bereich „Fragen und Antworten“, in dem Kund:innen Fragen zum Unternehmen stellen konnten, hat Google abgeschaltet. Stattdessen beantwortet Google Fragen in Suche und Maps zunehmend selbst mit KI, auf Grundlage Ihres Profils, Ihrer Bewertungen und Ihrer Website. Umso wichtiger ist es, dass diese Angaben vollständig und richtig sind.

GRÜNDE

Warum sollten Unternehmen ein Google Unternehmensprofil anlegen?

Damit Ihr Unternehmen von potenziellen Kund:innen gefunden wird, sollten Sie einen kostenlosen Eintrag anlegen. Mit diesem Werkzeug für die lokale Suchmaschinenoptimierung verwalten Sie Ihre Unternehmensinformationen an einer zentralen Stelle.

Gründe, warum JEDES Unternehmen das Google Unternehmensprofil nutzen sollte:

- [ ] Es ist komplett kostenlos.
- [ ] Einmal eingerichtet, ist es leicht zu verwalten.
- [ ] Sie werden in den Google-Suchergebnissen und in Google Maps sichtbarer, ohne doppelten Aufwand.
- [ ] Kund:innen können direkt aus dem Profil anrufen, schreiben oder eine Route planen.
- [ ] Sie zeigen, dass Ihr Unternehmen auch im Internet auf dem aktuellen Stand ist.
- [ ] Sie weisen Neukund:innen den Weg zu Ihnen. Sucht jemand z. B. „Pizza Hannover“, wird oft der Standort des Suchenden mit Ihrem Standort abgeglichen.
- [ ] Mit aktuellen Bildern, guten Bewertungen und vollständigen Angaben heben Sie sich vom Wettbewerb ab.
- [ ] Der erste Eindruck zählt: Wer nach Ihrem Unternehmen sucht und nichts Übersichtliches findet, ist schnell weg.
- [ ] Positive Bewertungen schaffen Vertrauen bei Neukund:innen. Kund:innen mit Google-Konto können Sie mit 1 bis 5 Sternen bewerten und einen Kommentar schreiben.
- [ ] Sie können das Profil mit Google Ads verknüpfen, sodass Ihre Adresse zusätzlich in Ihren Anzeigen erscheint.
- [ ] Im Bereich „Leistung“ sehen Sie, wie viele Menschen Ihr Profil gesehen, angerufen, eine Route geplant oder Ihre Website besucht haben, und mit welchen Suchbegriffen sie Sie gefunden haben.

> ACHTUNG
>
> Ausblenden lassen sich Bewertungen nicht: Google zeigt alle Bewertungen an, die nicht gegen die Richtlinien verstoßen, auch die kritischen. Umso wichtiger ist es, darauf zu reagieren.

SO SORTIERT GOOGLE

Drei Faktoren für das Ranking Ihres Unternehmensprofils

Laut Google werden lokale Suchergebnisse hauptsächlich nach Relevanz, Entfernung und Bekanntheit geordnet. Google kombiniert diese Faktoren. Ein weiter entferntes Unternehmen kann deshalb vor einem näheren stehen, wenn es besser zu dem passt, was gesucht wird.

1 · Relevanz

Wie gut passt Ihr Profil zur Suche? Unternehmensname, Kategorie, Leistungen und Merkmale wirken sich aus. Klären Sie: Welche Suchbegriffe nutzen Ihre Kund:innen? Welche Leistungen und Produkte bieten Sie an?

2 · Bekanntheit

Bekannte Orte stehen bei lokalen Suchen meist weiter oben. Auch Sie können Ihre Chancen erhöhen, vor allem mit mehr guten Bewertungen. Mehr gute Bewertungen = höhere Rankings = mehr Anfragen = mehr Umsatz. Stark vereinfachte Formel ;-)

3 · Entfernung

Wie weit ist Ihr Unternehmen von dem Ort entfernt, den jemand sucht, oder vom Standort der suchenden Person, wenn sie mit dem Smartphone sucht?

SCHRITT FÜR SCHRITT

So optimieren Sie Ihren Eintrag

Ein vollständiger Eintrag führt zu mehr Sichtbarkeit in der lokalen Google-Suche. Für diesen Kasten bei Google haben Sie die volle Freiheit, wichtige Informationen über Ihr Unternehmen nach außen zu tragen, genau für die Menschen, die gezielt nach Ihnen suchen.

Doppelte Einträge löschen

Prüfen Sie zuerst, ob Ihr Unternehmen schon einmal bei Google angelegt wurde. Wenn ja, sorgen Sie dafür, dass Sie die Duplikate in Ihrem Konto im Zugriff haben, und lassen Sie überflüssige Einträge entfernen.

Die Inhaberschaft eines vorhandenen Eintrags beanspruchen

Viele Einträge werden nicht von den Unternehmen selbst verwaltet. Oft gibt es dazu aber Bewertungen, manchmal sogar eine ganze Reihe. Die Folge: Das Unternehmen kann auf diese Bewertungen nicht reagieren und bekommt im schlimmsten Fall gar nicht mit, wenn schlechte Bewertungen dazukommen.

Warum existiert Ihre Firma schon bei Google Maps? Jeder kann Unternehmen hinzufügen, ob Stammkund:innen, Branchenverzeichnisse oder Nachbar:innen. Schlägt Google Ihr Unternehmen bereits vor, wählen Sie es auf business.google.com aus und beanspruchen es. Anschließend bestätigen Sie, dass Sie berechtigt sind, etwa per Telefon, E-Mail oder mit einem kurzen Video von Schild und Geschäftsräumen.

Sie haben nicht die Zeit, sich darum zu kümmern?

Wir nehmen Ihnen das ganze Thema ab: Für einmalig 249,00 € sorgen wir dafür, dass der Eintrag wieder Ihnen gehört und aktualisiert wird.

Das Profil sorgfältig und vollständig ausfüllen

Oft wird übersehen, dass nach dem Anlegen nicht alle Informationen ausgefüllt sind. Dabei hilft jede Angabe Google, Ihr Geschäft besser zu verstehen. Tragen Sie alles ein: Kategorie, Website, Produkte oder Leistungen, Beschreibung und sogar das Eröffnungsdatum. Und vergessen Sie Fotos und Videos nicht: Logo, Team, Räume, Produkte, im Restaurant auch Speisekarte und Gerichte.

ANGABE	DARAUF KOMMT ES AN
Name	Derselbe Name, unter dem Sie offiziell firmieren und den Sie auch auf Website und in sozialen Medien nutzen. Keine Zusätze wie Ort oder Leistung, das verstößt gegen die Google-Richtlinien.
Adresse	Dieselbe Adresse wie auf Ihrer Website und in den sozialen Medien.
Telefon	Dieselbe Nummer wie auf Visitenkarte und Website.
Öffnungszeiten	Korrekt eintragen, dazu die besonderen Öffnungszeiten. Ist Ihre Bäckerei an Himmelfahrt geöffnet? Gerade in Ferienregionen ist das extrem hilfreich.
Beschreibung	Bis zu 750 Zeichen. Nennen Sie Ihre wichtigsten Geschäftsfelder und Leistungen mit den Begriffen, nach denen Kund:innen suchen.
Hauptkategorie	Die Kategorie, die Ihr Geschäft beschreibt, nicht das Produkt oder die Dienstleistung.
Weitere Kategorien	Nur, wenn sie wirklich zutreffen. Unsere Erfahrung: Oft reicht die Hauptkategorie.
Website	Versteht sich fast von selbst, wird aber gern vergessen oder falsch eingetragen.
Merkmale	Was Kund:innen erwarten: Sitzplätze im Freien, kinderfreundlich, WLAN, barrierefreier Eingang usw.
Fotos	6 bis 10 aktuelle, gute Fotos. Sie erscheinen direkt im Eintrag, also lohnt sich etwas Liebe zum Detail.

Bewertungen sammeln und beantworten

Entwickeln Sie Strategien, um mehr Kundenbewertungen zu bekommen, etwa mit dem Bewertungslink oder QR-Code aus Ihrem Profil auf Rechnung oder in der Dankes-Mail. Und reagieren Sie auf Bewertungen. Das ist ein wichtiger Hebel, mit dem Sie sich vom Wettbewerb absetzen, und für Google das Signal: Hier kümmert sich jemand.

> ACHTUNG
>
> Bewertungen kaufen, mit Rabatten oder Geschenken belohnen oder nur zufriedene Kund:innen gezielt fragen ist nach den Google-Richtlinien verboten.

Beiträge und Veröffentlichungsplan

Nutzen Sie die Beiträge im Profil für neue Angebote, Produkte, Veranstaltungen und Neuigkeiten. Legen Sie einen Veröffentlichungsplan fest und posten Sie regelmäßig über Leistungen, Preise, Termine und Neuigkeiten. Dieser Plan lässt sich gut mit Ihrem Redaktionsplan für Social Media verbinden.

DIREKTER KONTAKT

Neu: WhatsApp im Google Unternehmensprofil

Google macht es Unternehmen noch einfacher, mit potenziellen Kund:innen in Kontakt zu treten: WhatsApp kann direkt ins Unternehmensprofil eingebunden werden. Kund:innen schreiben Sie dann mit einem Klick an, der WhatsApp-Button erscheint direkt im Profil.

Vorteile

- Kund:innen können einfacher Kontakt aufnehmen
- Anfragen lassen sich schnell und direkt klären
- mehr Anfragen, mehr Verkaufschancen
- schnelle Klärung von Fragen zu Produkten oder Bestellungen
- persönlicher Service, auch im Onlinehandel

Darauf sollten Sie vorbereitet sein

- Zeit für schnelle Antworten einplanen
- klare Abläufe für Anfragen festlegen
- Datenschutz im Blick behalten: WhatsApp Business nutzen und in der Datenschutzerklärung erwähnen

So richten Sie den WhatsApp-Link ein

1 Unternehmensprofil aufrufen

Mit Ihrem Google-Konto anmelden, nach Ihrem Unternehmen suchen und „Profil bearbeiten“ wählen.

2 Kontaktinformationen öffnen

Im Menü zum Bereich „Kontakt“ wechseln.

3 WhatsApp hinterlegen

Zum Abschnitt „Chatten“ scrollen, WhatsApp auswählen und den Click-to-Chat-Link eintragen. Er folgt immer dem Muster https://wa.me/[Telefonnummer ohne „+“ und Sonderzeichen], z. B. https://wa.me/49160123456.

4 Speichern und testen

Änderungen speichern und einmal selbst ausprobieren.

AUF DEN PUNKT

Fazit

Jedes Unternehmen sollte seinen Eintrag bei Google anlegen und pflegen. Viele Unternehmen, vielleicht auch Ihre Mitbewerber, unterschätzen das noch. Dabei ist das Profil oft der erste Eindruck, den Sie bei Google hinterlassen. Und es ist kostenlos.

Google honoriert es, wenn Sie sich aktiv um Ihr Profil kümmern. Seit 1999 beraten wir mittelständische Unternehmen in Digitalfragen. Unser Fazit: Das Google Unternehmensprofil gehört zu den Maßnahmen mit dem besten Kosten-Nutzen-Verhältnis überhaupt. Keine Marketing-Buzzwords, keine teuren Experimente, sondern ein pragmatisches Werkzeug, das funktioniert und messbare Ergebnisse liefert.

Die häufigsten Fehler

- Den Eintrag einmal anlegen und danach nie wieder aktualisieren: Veraltete Öffnungszeiten schrecken ab.
- Funktionen nicht nutzen: keine Beiträge, keine Fotos, keine Antworten auf Bewertungen.
- Keinen festen Plan für die Pflege haben. Ein kurzer Blick pro Monat reicht oft schon.

Zum Abhaken: Unsere kostenlose „Checkliste Google Unternehmensprofil“ zeigt, was Sie für Ihren Eintrag bereitstellen sollten.

KONTOR4
Agentur für neue Medien

Sie wollen auch vom Google Unternehmensprofil profitieren?

Das können wir gut verstehen, denn es ist ein sehr gutes Instrument, um sich in der lokalen Suche besser zu positionieren. Warten Sie nicht länger und überlassen Sie das nicht „den anderen“.

KONTOR4 GmbH
Georgstraße 48 · 30159 Hannover
Telefon: 0511 99 99 58 90
info@kontor4.de · www.kontor4.de

Kostenloses Erstgespräch vereinbaren