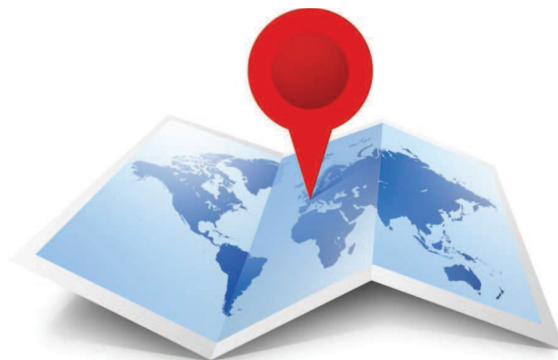




**All business is local -
wie KMUs von der lokalen Suche im Internet
und mobil profitieren können!**



Patrick Hünemohr
Geschäftsführer der GREVEN Verlagsgruppe, Köln





Agenda:

- # 1 Lokale Suche – wirklich relevant!
- # 2 Sind die Websites vom KMUs fit für lokale Suche?
 - > Ein kleiner Spot auf 70.000 Kundenwebsites!
- # 3 Der lokale 360° Kosmos
- # 4 Die 6 wichtigsten Tipps & Tricks um Ihre Website nach „ganz oben“ zu bringen
- # 5 Conclusio

Patrick Hünemohr
Geschäftsführer der GREVEN Verlagsgruppe, Köln



GREVEN

Wer wir sind:

- Wir liefern *einfach relevante Reichweite* für KMUs
- Print, Online u. Mobile
- Mittelständische Verlagsgruppe aus Köln mit 140 MA
- 25 Beteiligungen
- 40.000 Kundenbeziehungen
- Seit Januar 2013 **Google KMU Partner**

Verzeichnis- medien	Performance / Bewertung / TEC	Transaktion / Preisvergleich
         	      	    





Agenda:

1 Lokale Suche – wirklich relevant!

2 Sind die Websites vom KMUs fit für lokale Suche?

> Ein kleiner Spot auf 70.000 Kundenwebsites!

3 Der lokale 360° Kosmos

4 Die 6 wichtigsten Tipps & Tricks um Ihre Website nach „ganz oben“ zu bringen

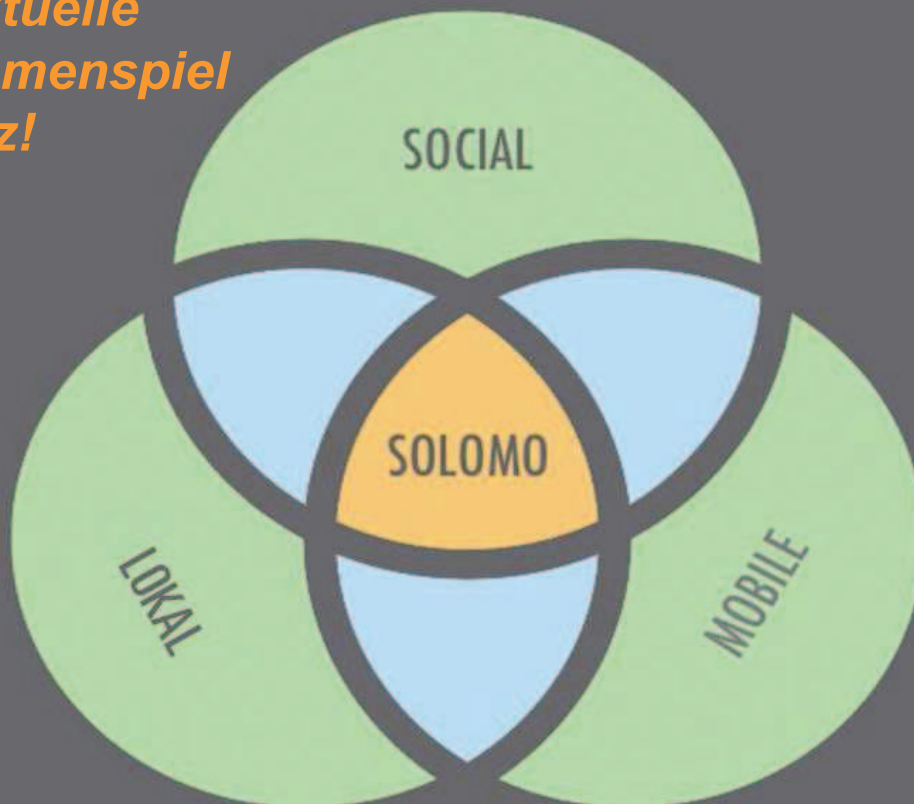
5 Conclusio

Patrick Hünemohr

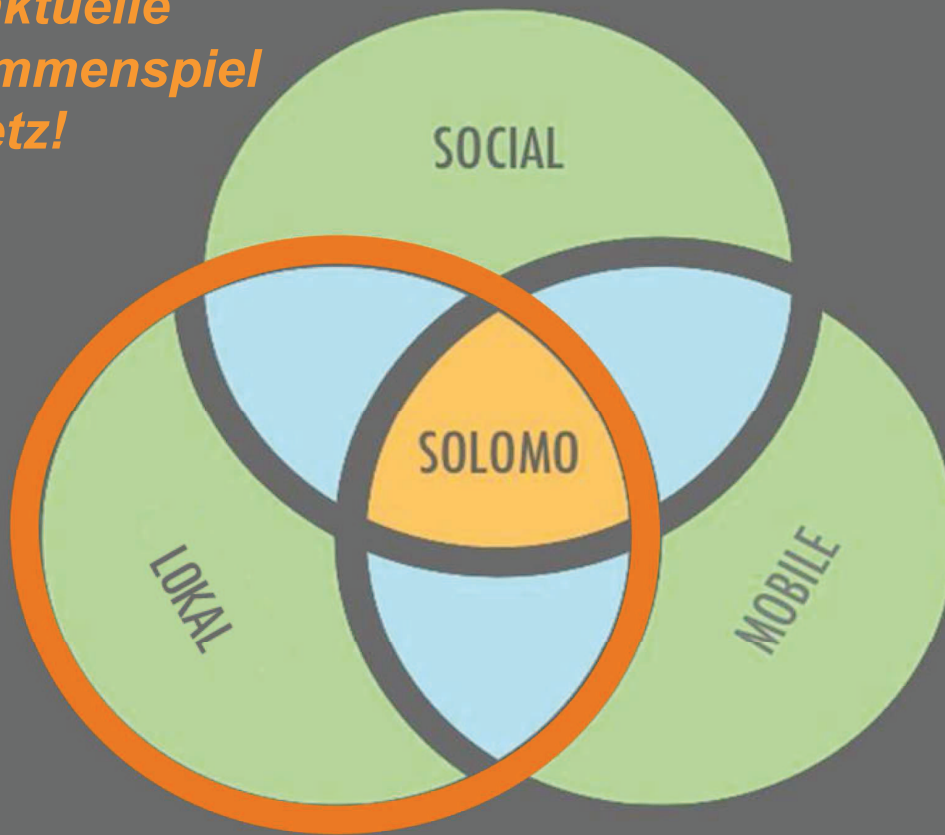
Geschäftsführer der GREVEN Verlagsgruppe, Köln



**Das aktuelle
Zusammenspiel
im Netz!**



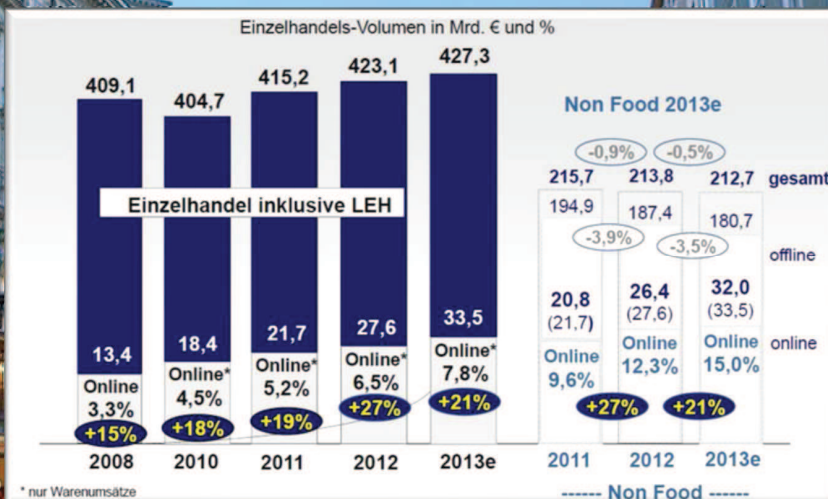
**Das aktuelle
Zusammenspiel
im Netz!**



Lokale Suche – relevant!



Lokale Suche – relevant!



2013: Noch immer werden 92% des dt. Einzelhandelsumsatzes stationär erzielt! *All business is local ...*



„[US] Consumers spend about 70 percent of their expendable income within five miles of home“

Marissa Mayer (Google Inc. Vice President of Search Products & User Experience), September 2009





30% aller Suchanfragen bei Google haben lokalen Bezug

Quelle: ComScore 2012, google und huenemohr.de





GOOGLE

1.4 Mrd. lokale Suchen p.M. in
Deutschland oder besser: **47 Mio./Tag**

Quelle: ComScore 2012, google und huenemohr.de

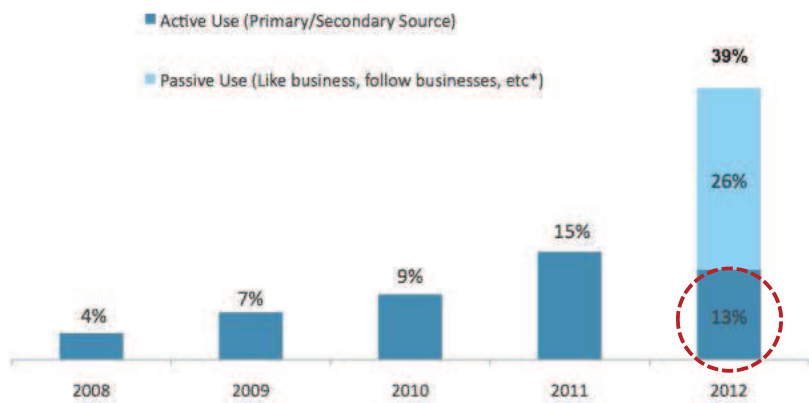


„Mehr als 40% aller
mobilen Suchanfragen
sind lokale Suchanfragen“

(Google 2012)



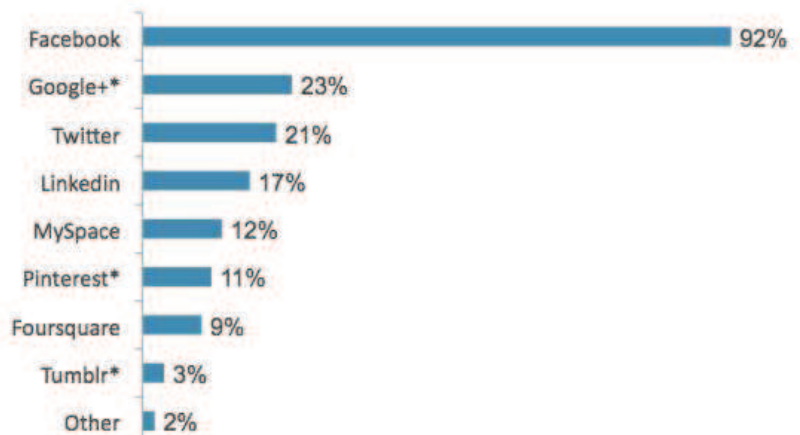
Use of Social Networking Sites to Search for Local Business



Social local?



Which social networking sites do you use when searching for local business information?



Social local?



Google **rechtsanwalt köln**

Web Bilder Maps Shopping Videos Mehr Suchoptionen

Ungefähr 3.000.000 Ergebnisse (0,31 Sekunden)

Anzeigen zu rechtsanwalt köln

Anwalt für Verkehrsrecht - Rechtsanwalt-Hendrich.de
www.rechtsanwalt-hendrich.de/
 RA Hendrich 50031 Köln-Lindenthal Klostestz. 15-17
 Bußgeldbescheid - Verkehrsunfall - Kontakt
 Klostestz. 15-17, Rechtsanwalt Hendrich, Köln-Lindenthal - 0221 413061

Rechtsanwaltskanzlei Filz - rechtsanwalt-filz.de
www.rechtsanwalt-filz.de/
 Rechtsanwalt Filz steht Ihnen mit Rat & Tat zur Seite. Infos hier!
 Arbeitsrecht - Mietrecht - Verkehrsrecht - Allgemeines Zivilrecht-Vertragsrech

Anwalt Steuerstrafrecht - jfm24.de
www.jfm24.de/sg/steuerstrafrecht/
 Fachanwalt für Steuerrecht Burkhard Jordan unterstützt Sie.

Anwaltskanzlei & Fachanwalt für Famili...
www.anwalt-wille.de/
 3,0 ★★★★★ 11 Google-Bewertungen

Garben, Schlüter, Schützler & Reiss Part...
www.gsr.de/
 4,7 ★★★★★ 7 Google-Bewertungen

Luther Rechtsanwalts-gesellschaft mbH
www.luther-jawfirm.com/
 Google+ Seite

Fachanwalt für Arbeitsrecht Amd Potratz
www.aipotratz.de/
 5,0 ★★★★★ 15 Google-Bewertungen

GRP Rainer Rechtsanwälte Steuerberat...
www.grprainer.com/koeln/itm/
 4 Google-Bewertungen

Oberlandesgericht Köln
www.og-koeln.nrw.de/
 3 Google-Bewertungen

Landgericht Köln
www.lg-koeln.nrw.de/
 1 Google-Bewertung

Ergebnisse für rechtsanwalt köln zu Ihrer Karte anzeigen

Rechtsanwalt Köln | anwalt.de: Köln Rechtsanwälte einfach finden
www.anwalt.de/rechtsanwalt/koeln.php
 Den passenden Rechtsanwalt in Köln finden Sie bei anwalt.de! Anwälte in Köln für alle Rechtsgebiete mit ausführlichen Kompetenzprofilen!

Karte für rechtsanwalt köln

Anzeigen

Wirtschaftskanzlei
www.gprainer.com/Wirtschaftsrecht/
 Köln: kompetente und zuverlässige Rechtsberatung. GRP Rechtsberatung!
 Hohenzollernring 21-23, Köln
 0221 2722750

Scheidungsanwalt Köln
scheidung-koeln.de/Scheidungsanwalt/
 Ihre Hilfe bei Trennung, Scheidung, Unterhalt und Kindersachen!
 Martin-Luther-Platz 15, Köln

Familiengericht Köln
www.famg.de/
 Rechtsanwältin Katrin Buewas: Scheidung - Unterhalt - Sorgerecht
 Lindentaler 43, Köln (Marienburg)
 0221 92295692

Anwaltskanzlei Schörmig
www.schoermig.de/
 0221 16060900
 Kompetente Beratung - fairer Preis!
 Kurzfristige Termine möglich.
 Im Zollhafen 12, Kianhaus-Nord, Köln

Rechtsanwalt Köln
www.palmberger-Kanzlei.de/
 Arbeitsrecht, Familienrecht, Erbrecht und Mietrecht.
 Mohrenstraße 29, Köln
 0221 97769462

KLS Rechtsanwälte Köln
www.inkasso-koeln.info/
 Anwaltskassen - zertös - schnell - überraschend kostengünstig
 Pleuerer Str. 277, Köln



Auch Google hat 's erkannt ;-))
 Universal Search Integration
 Places OneBox
 > Google Maps 3 Pack
 > Google Maps 7 Pack





Agenda:

1 Lokale Suche – wirklich relevant!

2 Sind die Websites vom KMUs fit für lokale Suche?

> Ein kleiner Spot auf 70.000 Kundenwebsites!

3 Der lokale 360° Kosmos

4 Die 6 wichtigsten Tipps & Tricks um Ihre Website nach „ganz oben“ zu bringen

5 Conclusio

Patrick Hünemohr

Geschäftsführer der GREVEN Verlagsgruppe, Köln





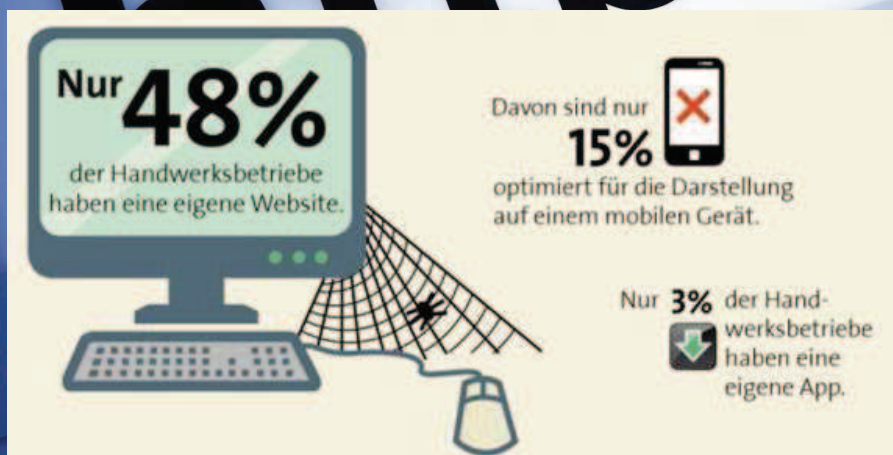
http://www

**Nur 55% aller Kleinst- und
Kleinunternehmen sowie
KMUs haben eine Website!**

Quelle: greven.de – eigene Erhebung 2013



Aktuelle Studie der GelbeSeiten zeigt für Handwerksbetriebe sogar eine noch dramatischere Zahl!



Quelle: GelbeSeiten Marketing GmbH, 2013





59.906 (85%) Webseiten wurden in den letzten **12 Monaten nicht aktualisiert***

Und Ihre? ;-))

* basiert auf Copyright Datum / META last Update etc.





GOOGLE

Wahnsinn: nur 41.608 (59%)

Webseiten haben Rankings bei Google (Top 100)



Holla die
Waldfee:
3.834 (5,4%)

Unternehmen schalten

AdWords Anzeigen!

Sale





Noch interessanter:

364 (0,5%)

Firmen schalten

AdWords und haben

keine organischen

Rankings!





**6.336 Unternehmen (8,9%)
haben eine Facebook Integration auf
Ihrer Website ...**



**5.857 Unternehmen (8,3%)
haben eine Facebook Fansite**





**2.874 (4%) Unternehmen
haben eine twitter Integration**





Abgeschlagen: **1.205 (1,7%)** der untersuchten
Unternehmen nutzen die **Google Plus** Integration





Agenda:

1 Lokale Suche – wirklich relevant!

2 Sind die Websites vom KMUs fit für lokale Suche?

> Ein kleiner Spot auf 70.000 Kundenwebsites!

3 Der lokale 360° Kosmos

4 Die 6 wichtigsten Tipps & Tricks um Ihre Website nach „ganz oben“ zu bringen

5 Conclusio

Patrick Hünemohr

Geschäftsführer der GREVEN Verlagsgruppe, Köln







Agenda:

- # 1 Lokale Suche – wirklich relevant!
- # 2 Sind die Websites vom KMUs fit für lokale Suche?
 - > Ein kleiner Spot auf 70.000 Kundenwebsites!
- # 3 Der lokale 360° Kosmos
- # 4 Die 6 wichtigsten Tipps & Tricks um Ihre Website nach „ganz oben“ zu bringen
- # 5 Conclusio

Patrick Hünemohr
Geschäftsführer der GREVEN Verlagsgruppe, Köln



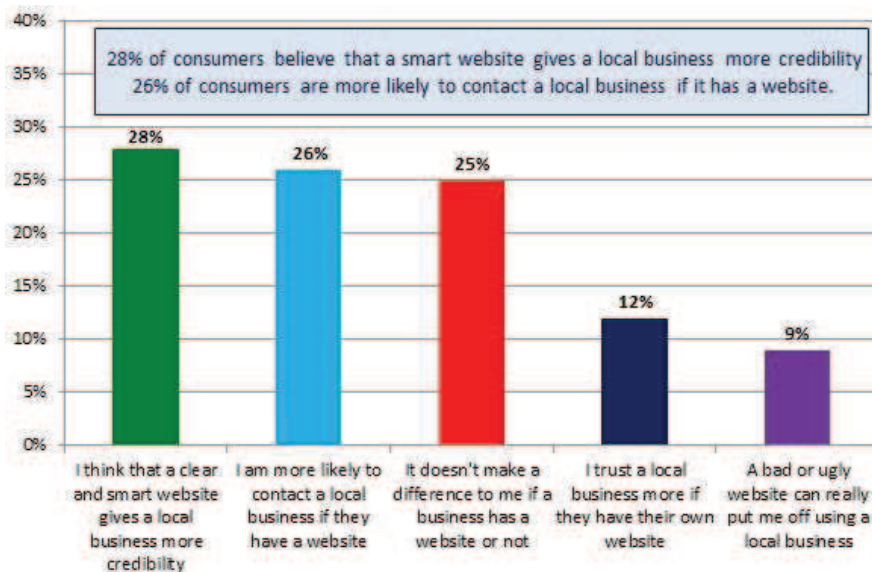
1

**Ihre Website =
Mittelpunkt der lokalen
Suche**
(Liebevoll: OnPage Maßnahmen)



Warum die eigene Website im Mittelpunkt?

1. ¼ aller Nutzer beauftragen und kontaktieren lieber ein Unternehmen mit einer guten eigenen Website
2. Rd. 1/3 aller Nutzer schenken einem Unternehmen mit guter übersichtlicher Website mehr Glaubwürdigkeit
3. UND: Jeder 10. Nutzer misstraut Unternehmen mit unprofessioneller Website!



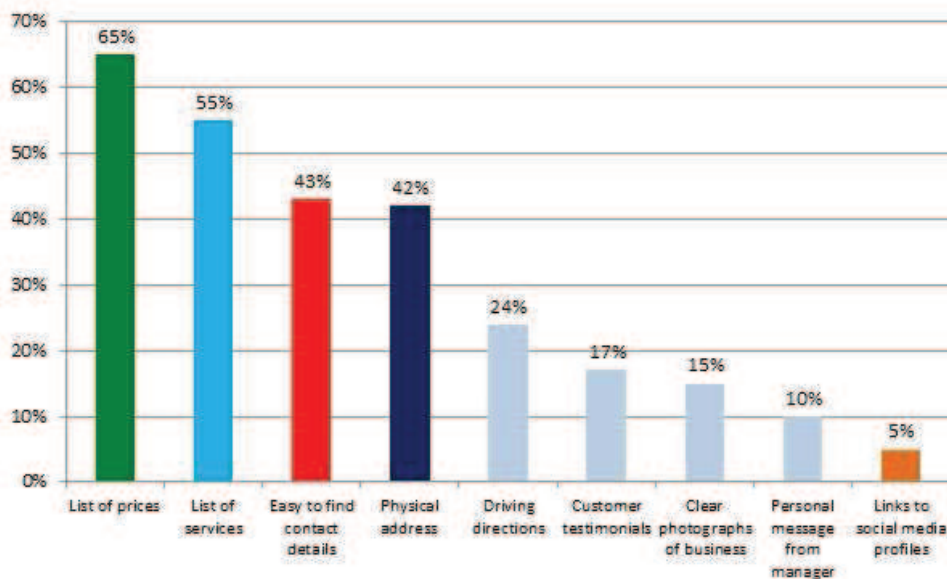
Alle anderen Seiten stellen „Zwischenschritte“ auf dem Weg der lokalen Suche dar! >> denken Sie an münchen.de auf facebook! >> Facebook und Google haben da andere Interessen ;-))

Quelle: <http://searchengineland.com/simplicity-is-key-to-converting-local-consumers-to-customers-107514>



Und was erwartet ein lokaler Besucher von Ihrer Site?

1. Gute übersichtliche Liste der Services / Preise
2. Jeder zweite Besucher will gute übersichtliche Kontaktdaten
3. So trivial: eine saubere einfache Darstellung der Adresse und Kontaktmöglichkeiten



Quelle: <http://searchengineland.com/simplicity-is-key-to-converting-local-consumers-to-customers-107514>



Und wie machen wir es jetzt der größten Suchmaschine in Deutschland schmackhaft unsere Webpage als relevant zu beurteilen?

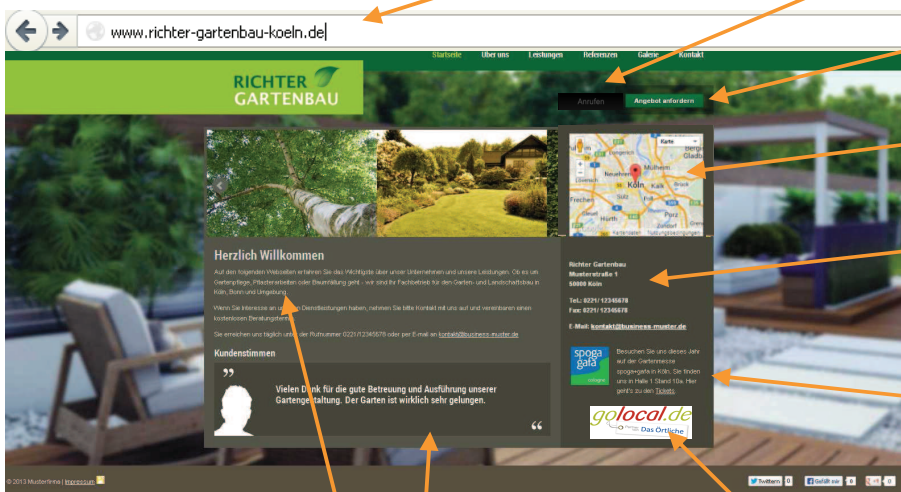


Die TOP 5 für die perfekte „lokale Suche“ Website:

- 1.) Gute Struktur & Darstellung
- 2.) NAP Darstellung
- 3.) Content: Branche + Stadt + Firma
- 4.) Content: Produktangebot
- 5.) Kontaktmöglichkeit



Gute Struktur & Darstellung > Optimal für die lokale Suche



TOP sprechende URL!!!

Call Button incl. CallMeasurement

Angebot anfordern

Karte

Adresse, Tel., Fax und eMail gem. (NAP)

News / Freshness

Social Media Einbindung

Leistungsbeschreibung mit „Branche“ „Ort“ und „Firma“

Aktuelle Bewertungen von Kunden

Link zur Bewertungsplattform



NAP?

1. **NAP = Name / Address / Phone** nach der Guideline von schema.org auf der Website einbinden
2. **Name:** genaue Firmierung
3. **Address:** schema.org
4. **Phone:** Vorwahl / Rufnummer
Wenn möglich keine 0800-er oder sonstige Servicrufnummern
5. **NAP Platzierung** z.B. im **Fußbereich** einer jeden Seite (Footer)
6. Sollten Sie **Filialen** betreiben – bitte pro Filiale eine sep. Page oder Liste



Für die lokale Suche sind im wesentlichen 2 Content Strategien für Ihre Website maßgeblich:

1.) „Branche“ + „Stadt“ + „Firmierung“

- Sprechende URLs // www.dachdecker-koeln.de oder www.dachdecker-meier-koeln.de

[Dachdecker Bergisch Gladbach Schwöppe](#) (Title-Tag)

www.schwoeppe-dach.de/dachdecker-bergisch-gladbach.php (URL)

Ihr qualifizierter **Dachdecker**-Meisterbetrieb in **Bergisch Gladbach**. Ihr Dach ist undicht oder ist durch ein Unwetter beschädigt worden? Rufen Sie uns an! (Description-Tag)

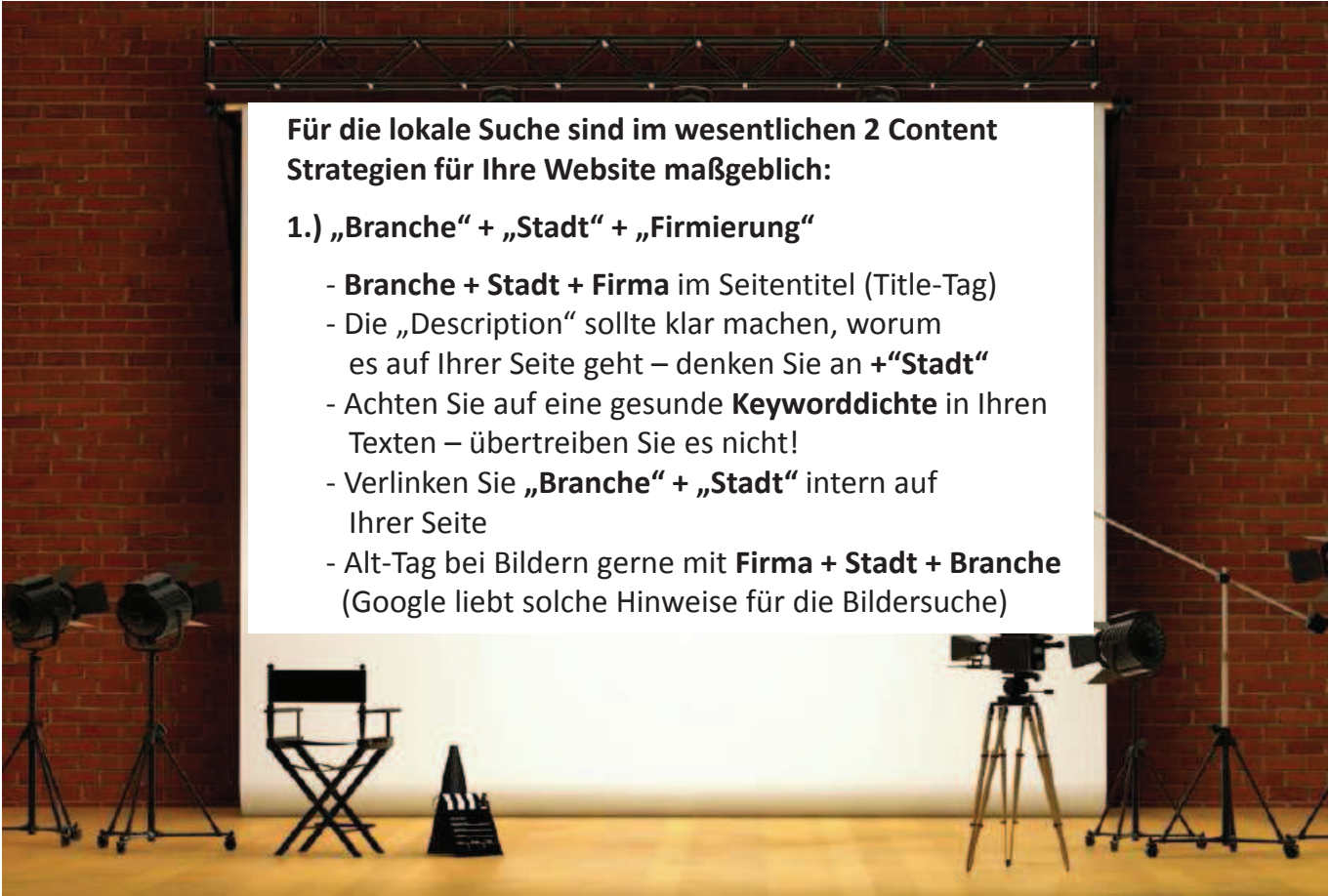
- So bitte nicht:

[Bedachungen Langel GmbH - 51145 Köln](#)

www.bedachungen-langel.de/test/index.htm

Home (Startseite). image 1. Home & Menu. Firmeninfo; Impressum; Link Text. Dach. Link Text; Link Text; Link Text. Wand. Link Text; Link Text. Link Text. image 2 ...



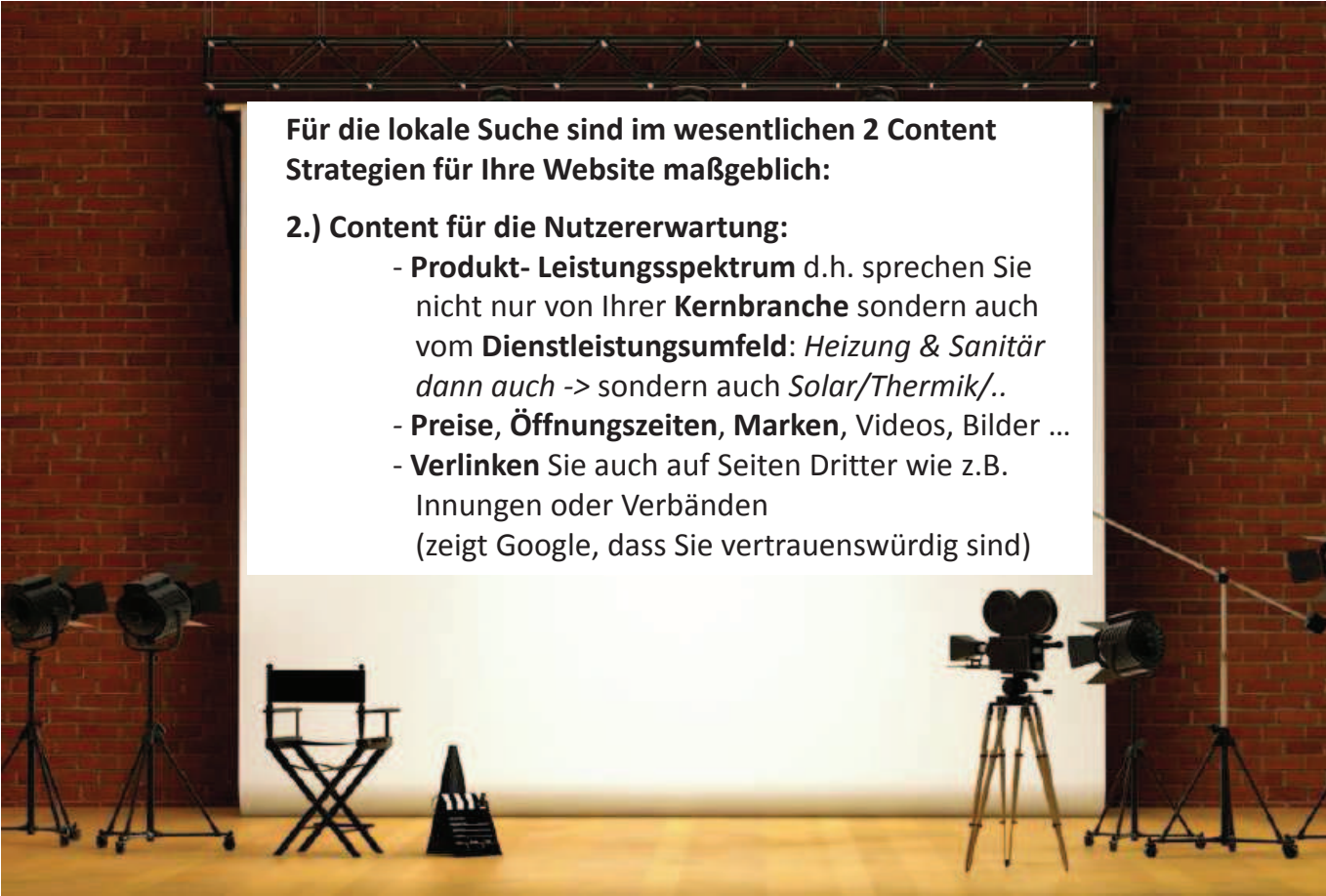


Für die lokale Suche sind im wesentlichen 2 Content Strategien für Ihre Website maßgeblich:

1.) „Branche“ + „Stadt“ + „Firmierung“

- **Branche + Stadt + Firma** im Seitentitel (Title-Tag)
- Die „Description“ sollte klar machen, worum es auf Ihrer Seite geht – denken Sie an +**„Stadt“**
- Achten Sie auf eine gesunde **Keyworddichte** in Ihren Texten – übertreiben Sie es nicht!
- Verlinken Sie **„Branche“ + „Stadt“** intern auf Ihrer Seite
- Alt-Tag bei Bildern gerne mit **Firma + Stadt + Branche** (Google liebt solche Hinweise für die Bildersuche)





Für die lokale Suche sind im wesentlichen 2 Content Strategien für Ihre Website maßgeblich:

2.) Content für die Nutzererwartung:

- **Produkt- Leistungsspektrum** d.h. sprechen Sie nicht nur von Ihrer **Kernbranche** sondern auch vom **Dienstleistungsumfeld**: *Heizung & Sanitär dann auch -> sondern auch Solar/Thermik/..*
- **Preise, Öffnungszeiten, Marken, Videos, Bilder ...**
- **Verlinken** Sie auch auf Seiten Dritter wie z.B. Innungen oder Verbänden
(zeigt Google, dass Sie vertrauenswürdig sind)



Kontaktmöglichkeit

1. Best Practice – Sie binden auf **jeder Seite** ein **Kontaktformular** ein
2. Wenigstens Ihre **Rufnummer (NAP)** sollte **auf jeder Seite** gut zu lesen sein
3. Schreiben Sie Ihre **NAP Code gerechte Adresse** auf jeder Seite in den **Footer Bereich**
4. Bieten Sie unter dem Menüpunkt **„Kontakt“** auch wirklich ein **Kontaktformular** mit wenig Hindernissen (Pflichtfelder)!



2

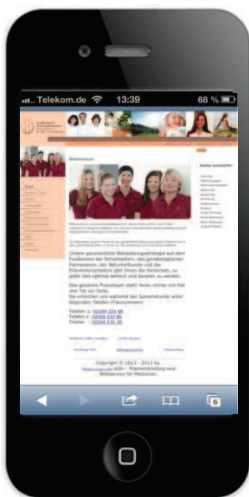
Mobile Website aufsetzen



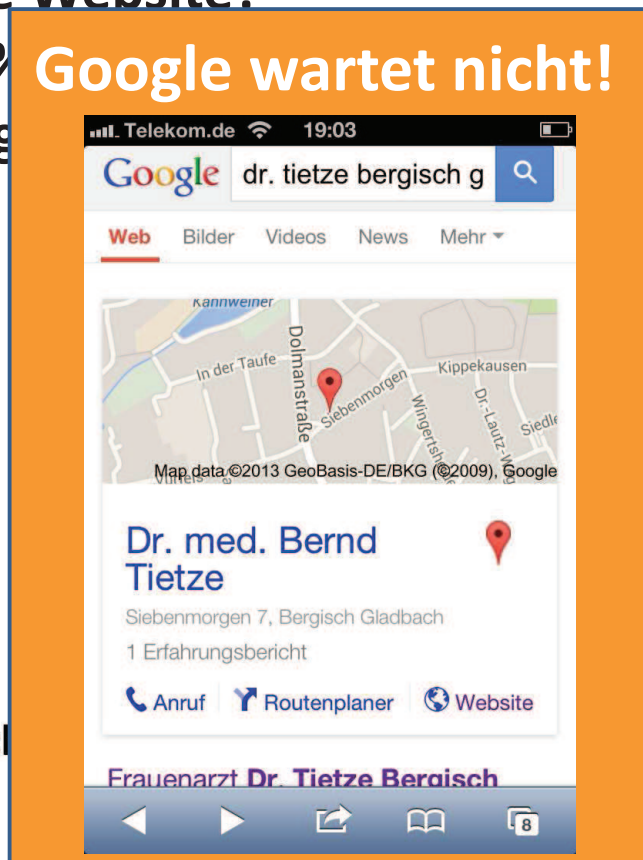
Warum eine mobile Website?

„Ganz einfach – 40% Google wartet nicht! einen lokalen Bezug

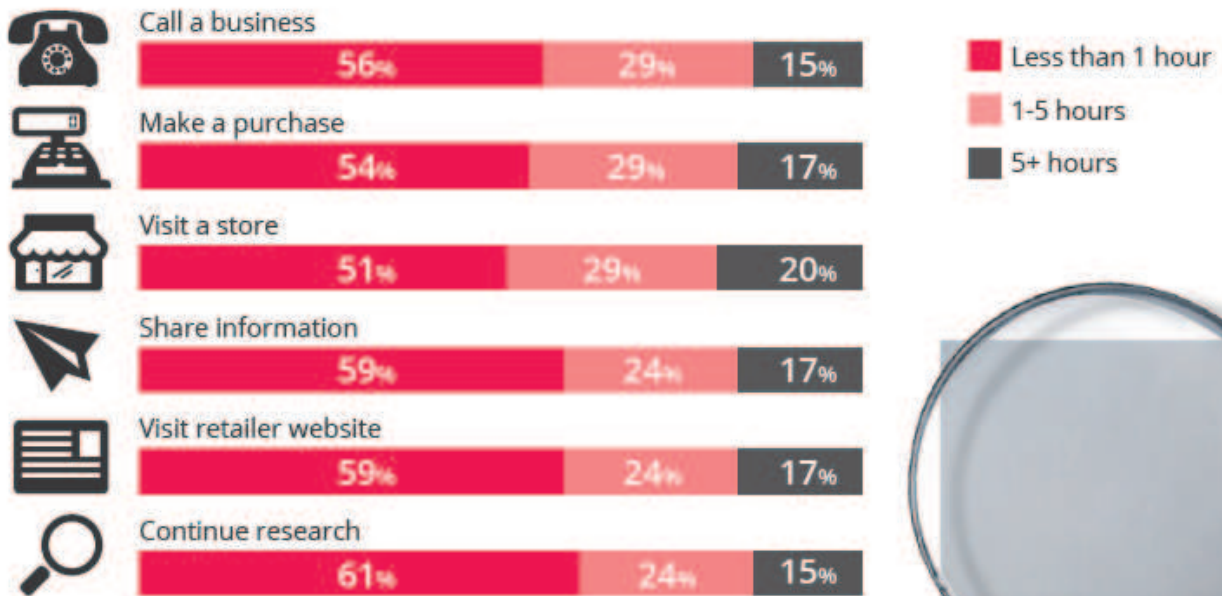
Aber bitte nicht so ...



... ich



MOBILE SEARCHES TRIGGER QUICK ONLINE AND OFFLINE ACTIONS



Quelle: Google Mobile Search Moments 2013

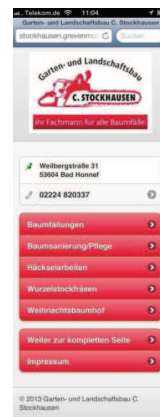


Bauen Sie eine mobile Website auf!

1. Das Zauberwort lautet „Responsive“ Webdesign – das Design der Website, passt sich automatisch dem jeweiligen Endgerät an
2. Prüfen Sie Ihr CMS – oft gibt es günstige Möglichkeiten, die Website umzustellen (Wordpress Themes)
3. Auch auf der mobile Website gilt: NAP Konsistenz beachten!



Gelungene Beispiele, wenn Sie Ihre Website nicht sofort auf responsive Webdesign umstellen können ...



3

Signale von externen Webseiten (Liebevoll: OffPage Maßnahmen)



Für die lokale Suche relevant: 3 Signale von außen!

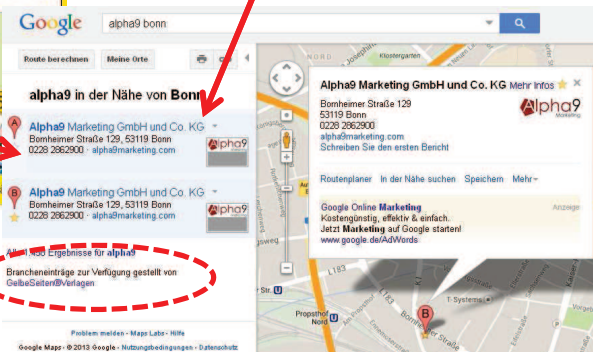
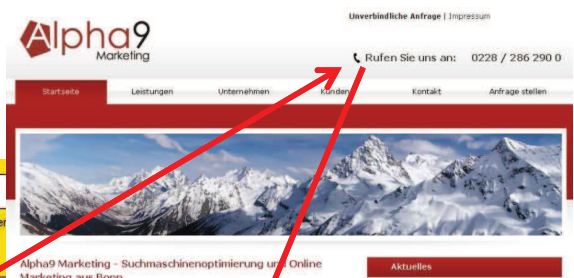
1. Citations – d.h. Erwähnungen Ihrer NAP mit und ohne Link aus wichtigen Verzeichnissen
2. Links, Links und nochmal Links von externen Seiten
3. Signale aus Social Networks



Für die lokale Suche relevant: 3 Signale von außen!

1. Citations – d.h. Erwähnungen Ihrer NAP mit und ohne Link aus wichtigen Verzeichnissen

- Trust einer gelbeseiten.de wird auf die eigene Website weitergegeben. Für Google heißt das: die Adresse ist valide!!!
- Wichtig für das Google Maps Ranking
- Besser mit Link – aber auch ohne Link ist es für Google ein „Qualitätssignal“



Für die lokale Suche relevant: 3 Signale von außen!

Citations – d.h.
Erwähnungen Ihrer NAP
mit und ohne Link aus
wichtigen
Verzeichnissen

>> [Liste der wichtigsten Verzeichnisse ...](#)

Die Top 25 Verzeichnismedien
in der deutschen Google Suche



Platz	Domain	Sichtbarkeit Score	Keywords		
			Unique Top 10	Unique Top 30	Unique Top 100
1	*.cylex.de	5.191	2.546.545	5.552.111	9.788.166
2	*.stadtbranchenbuch.com	3.691	1.579.077	3.591.296	10.345.649
3	*.meinstadt.de	3.617	1.897.654	3.691.150	6.120.581
4	*.dasoertliche.de	3.389	2.098.774	3.094.815	3.621.154
5	*.getbesetzten.de	2.834	1.570.048	2.683.442	4.591.291
6	*.klicktel.de	2.291	1.136.668	2.652.729	3.580.928
7	*.marktplatz-mittelstand.de	1.668	906.501	1.759.971	2.335.825
8	*.qype.com	1.538	808.608	1.645.785	2.353.871
9	*.dastelefonbuch.de	1.459	699.210	1.573.890	2.877.807
10	*.yellowmap.de	939	424.326	1.144.470	1.710.798
11	*.branchen-info.net	898	435.145	1.039.265	1.511.811
12	*.11880.com	630	263.122	783.431	1.315.355
13	*.goyellow.de	550	205.310	740.096	1.222.912
14	*.pointoo.de	508	176.484	677.517	1.278.557
15	*.hotfrog.de	450	137.770	607.664	1.302.273
16	*.unternehmensauskunft.com	321	160.394	359.692	529.592
17	*.branchenbuchsuche.de	298	101.028	402.353	765.768
18	*.kennstduenien.de	170	74.337	201.932	350.023
19	*.yelp.de	146	56.670	193.437	309.777
20	*.yalwa.de	114	36.695	147.774	326.400
21	*.europages.de	90	32.482	100.634	268.042
22	*.dialo.de	80	14.766	114.412	309.700
23	*.genios-firmen.de	52	22.390	63.634	106.507
24	*.3klicks.de	45	17.248	57.807	108.033
25	*.regional.de	38	10.642	49.395	127.678

Quelle: Manhattan-Tools.com | Mai 2013



Für die lokale Suche relevant: 3 Signale von außen!

2. Links, Links und nochmal Links von externen Seiten

Wo bekommen Sie weitere Links für Ihre Website?

1. **Branchenportale** oder regionale **Unternehmenskataloge** wie z.B. IHKs, Verbände, kommunale Wirtschaft
2. Offene **Webkataloge** wie z.B. Yahoo, MeineStadt, ...
3. **Bewertungsportale** wie z.B. glocal.de, qype.de, ...
4. **Themenblogs** die zu Ihnen passen
-> Beispiel: <http://www.expertenportal.de/>
5. Lokale und hyperlokale **Städteseiten**: Rodenkirchen.de
6. **Foren**: Sie als Experte ziehen so Links auf Ihre Seite
7. **Kunden** – fragen Sie doch einfach mal einen „zufriedenen“ Kunden, der ggf. sogar noch aus Ihrer Region kommt, ob er Ihnen einen Link von seiner Seite liefert ;-))

ABER: Linkbuilding immer mit Augenmaß und nicht zu schnell ;-))



Für die lokale Suche relevant: 3 Signale von außen!

3. Signale aus Social Networks

Wie geht das?

1. **Facebook Fanpage** aufsetzen, mit der eigenen Website verbinden
>> Aber Achtung: Aufwand und Ertrag vorher genau überlegen
>> Und: Können Sie auch auf negative Posts „schnell“ antworten?
2. **Twitter Account** aufsetzen und ebenfalls mit der eigenen Website verbinden – Twitter Widget auf der eigenen Site platzieren
>> Auch hier gilt: haben Sie genügend News? Ist es authentisch?
3. **Google Places** Seite aufsetzen und ebenfalls auf die eigene Seite verlinken

Google RANKINGS



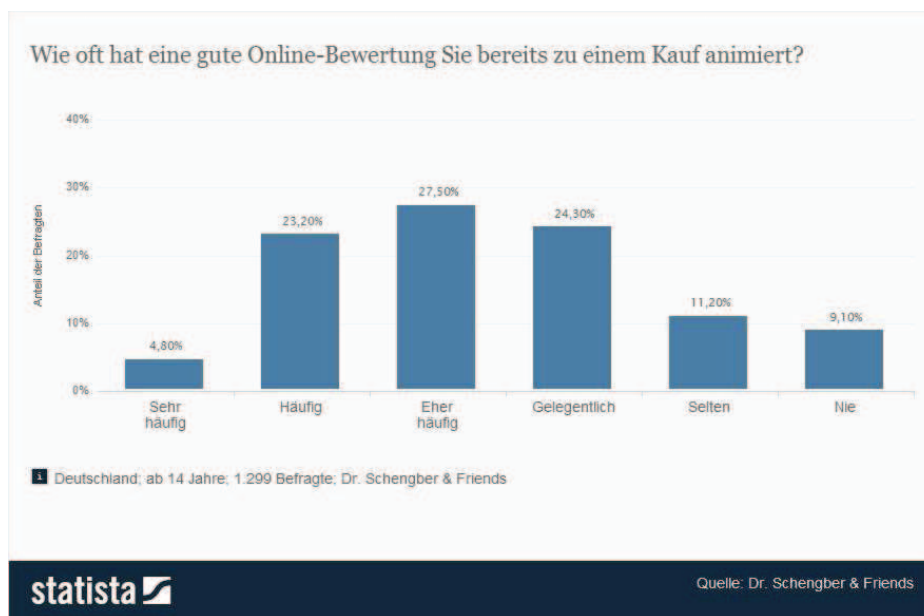
4

Lokale Bewertungen einsammeln



Im wesentlichen empfehle ich das „einsammeln“ von Bewertungen aus 3 Gründen:

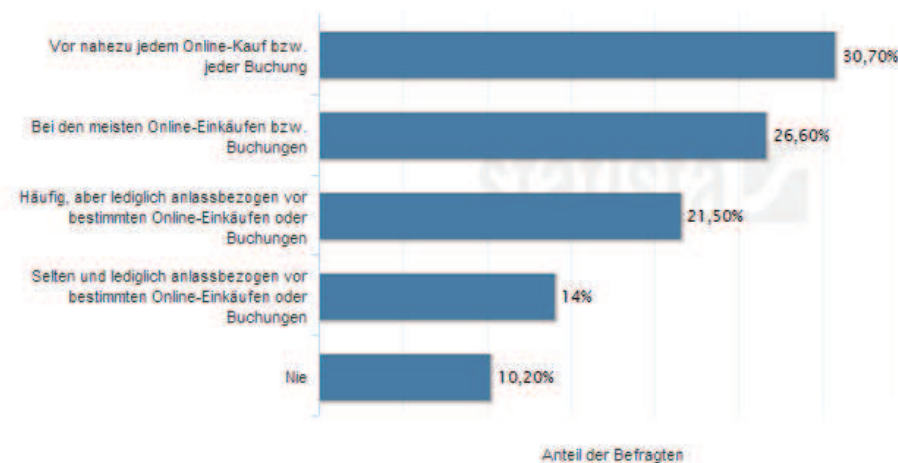
(1) Bewertungen werden vom Nutzer erwartet



Im wesentlichen empfehle ich das „einsammeln“ von Bewertungen aus 3 Gründen:

(1) Bewertungen werden vom Nutzer erwartet

Wie häufig werden Bewertungsportale beim Online-Kauf genutzt?



1 Deutschland; ab 18 Jahre; Wahlberechtigte: 985 respondents; YouGov; 16.03.2010 bis 18.03.2010

Quelle: YouGov 12nach12

© Statista 2012



Im wesentlichen empfehle ich das „einsammeln“ von Bewertungen aus 3 Gründen:

(2) Bewertungen sind ein „Rankingfaktor“

Google hotel köln

Ungerfähr 44.500.000 Ergebnisse (0,47 Sekunden)

Anzeigen zu hotel köln

175 Hotels in Köln - Schnell und sicher online buchen
www.booking.com/koeln
 53.788 Bewertungen für booking.com
 Sparen Sie jetzt bis zu 50%!
 1.123 Personen in Deutschland geben hier 5+!

Die Beliebtesten Hotels Bestbewertete Hotels
 Budget-Hotels Luxus-Hotels

Hotel in Köln bei HRS - Jetzt buchen und sparen bei HRS - hrs.de
www.hrs.de/Hotel_Koeln
 10.947 Verkäuferbewertungen
 Hotels in Köln zu Niedrigpreisen!
 Hotels im Zentrum - Günstige Hotels - Hotels mit Frühstück - Schnäppchen Hotels

Hotels in Köln auf Google
 Vergleichen Sie Hotels anhand von Bewertungen, Preisen, Fotos und Street View

89 €	Hotel Köln	2-Sterne-Hotel	4,5	★★★★☆	(33)
62 €	Hotel Cäcilien	3-Sterne-Hotel	4,2	★★★★☆	(11)
87 €	Lindner Hotel Dom Residence	4-Sterne-Hotel	4,5	★★★★☆	(10)
141 €	Hilton Cologne	5-Sterne-Hotel	4,1	★★★★☆	(10)

Köln - Günstige Hotels Köln im Preisvergleich | trivago.de
www.trivago.de/koeln-15491/hotel
 Alle Preise > Alle Bewertungen > zu 428 Hotels in Köln für Ihren Köln Aufenthalt.
 Vergleichen Sie Hotels auf trivago.de!
 Martin Köln - Savoy Köln - Radisson Blu Hotel Köln - Im Wasserum

Hotels Köln - günstiges Hotel am Dom oder zum Karneval finden - H..
www.hrs.de > HRS Hotelseuche > Deutschland > Nordrhein-Westfalen >
 HRS Preisgarantie: 258 Hotels in Köln beim Testbieger - 107 Hotelvideos > Geprüfte
 Hotelbewertungen > Kostenlose Stornierung

Hotel Köln - günstige Hotels in Köln bei HolidayCheck
www.holidaycheck.de > Europa > Deutschland > Nordrhein-Westfalen >
 1811 > Hotel in Köln vom Testbieger. Lesen Sie Hotelbewertungen zu Hotels in Köln und
 buchen Sie Ihr Hotel mit HolidayCheck.

Hotel Köln - Buchen Hotels Köln - Martin
www.martin.de/de/hotels/koeln
 22 Google-Bewertungen - 140 €

Google zahnarzt köln

Ungerfähr 2.240.000 Ergebnisse (0,28 Sekunden)

Anzeigen zu zahnarzt köln

Zahnarzt Köln - Termin ohne Warten online buchen - doxter.de
www.doxter.de/Zahnarzt-Koeln
 88 Bewertungen für doxter.de
 Zahnärzte in Köln mit Bewertungen.
 Zahnarzt Köln Altstadt - Zahnarzt Köln Innenstadt

Zahnarzt Köln 0221 2724940
www.dentvita.de/
 DENIVITA: nah & für Sie da 7 - 22 Uhr Rufen Sie an oder kommen Sie vorbei
 Täglich geöffnet 7-22 Uhr - Hilfe für Angstpatienten - Modernste Implantate
 Antonsgrasse 1, Köln

Zahnarzt in Köln - zahnarzt-zentrum-koeln.de
www.zahnarzt-zentrum-koeln.de/
 Zahnarztpraxis für Zahnheilkunde und Implantologie in Köln!

Zahnarztpraxis Dr. H.-J. Schumacher
plus.google.com
 2 Google-Bewertungen

Zahnklinik Hansaring
www.welldent.de/
 6 Google-Bewertungen

richmodent - Zahnärzte köln
www.richmodent.net/
 4 Google-Bewertungen

Dr. med. dent. Axel Kirchner
www.zahnarzt-kirchner.net/
 1 Google-Bewertung

Zahnärztin Olga Seifert
www.schoene-und-gesunde-zahn.de/
 3 Google-Bewertungen

Achim Schäfer
www.zahnarzt-schafer.de/
 3 Google-Bewertungen

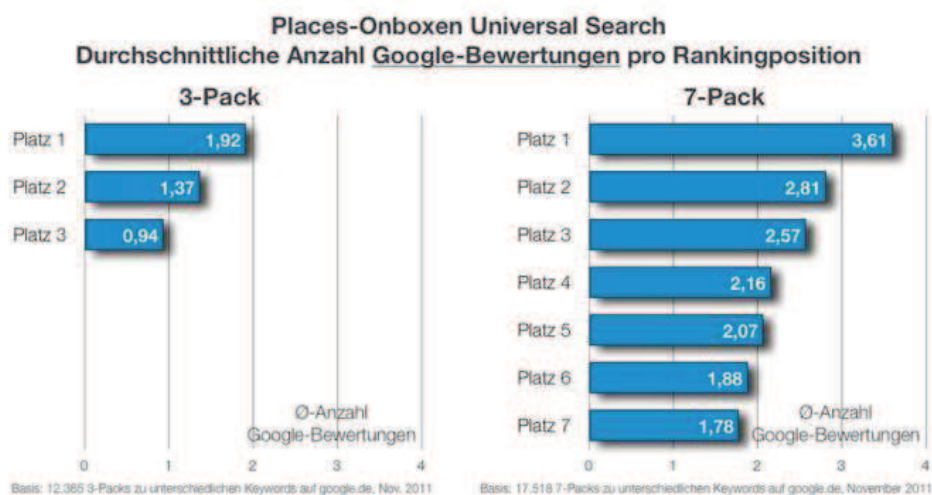
Dr. Georg J. Arnoldy
www.bre-zahnarztpraxis-ist.net/
 7 Google-Bewertungen

- A Neumarkt 25
Köln
0221 218028
- B Hansaring 55
Köln
0221 4747900
- C Richmodstraße 31
Köln-Zentrum
0221 2572070
- D Christophstraße 60
Köln
0221 132384
- E Clarenbachstraße 2
Köln
0221 407191
- F Ehrenfeldgürtel 171
Köln
0221 552765
- G Eberplatz 7
Köln
0221 7200991



Im wesentlichen empfehle ich das „einsammeln“ von Bewertungen aus 3 Gründen:

(2) Bewertungen sind ein „Rankingfaktor“



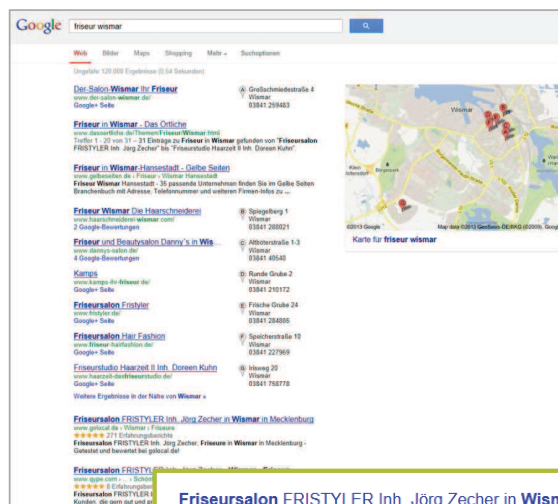
Es besteht eine starke Korrelation zwischen Rankingposition und Ø-Anzahl Bewertungen

Quelle: Sitrix November 2011



Im wesentlichen empfehle ich das „einsammeln“ von Bewertungen aus 3 Gründen:

(3) Gute Bewertungen sind die „digitale“ Reputation für Ihr Unternehmen – also ran ...

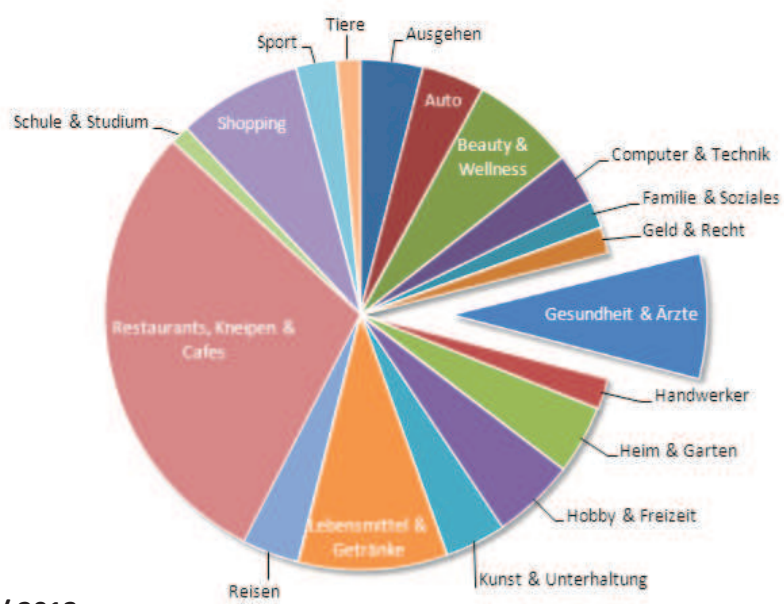


Friseursalon FRISTYLER Inh. Jörg Zecher in Wismar in Mecklenburg
www.golocal.de > Wismar > Friseure
 ★★★★★ 271 Erfahrungsberichte
 Friseursalon FRISTYLER Inh. Jörg Zecher, Friseure in Wismar in Mecklenburg -
 Getestet und bewertet bei golocal.de!



Übrigens ...

Bewertungen sind in allen Branchen angekommen!



Quelle: glocal.de / 2013



Bewertungen immer nur negativ? Mehr als 2/3 aller Bewertungen sind „überwiegend“ positiv



Quelle: glocal.de / 2013



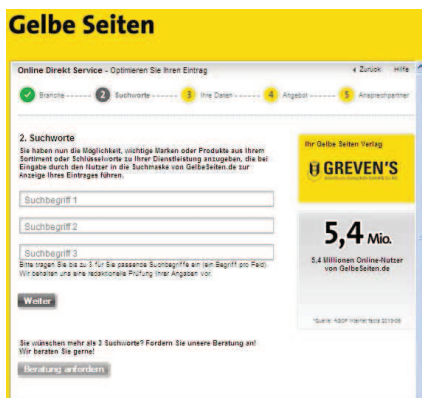
5

Lokale Listings aufbauen



2 ausgewählte Beispiele

Gelbe Seiten

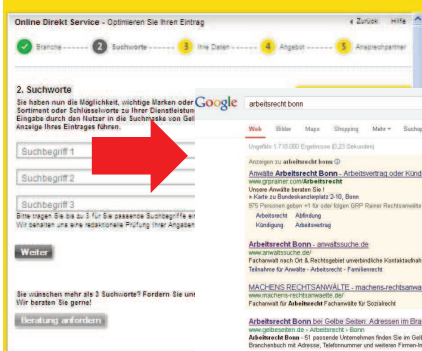


- > Ein Listing bei *gelbeseiten.de* sorgt für eine **hochwertige Citation**, da *gelbeseiten.de* wesentlicher **Datenlieferant** für die **Google Places / G+ Local Einträge** ist!
Aber: auch andere Branchenportale liefern die Grundlage für Google Places (mash-up)
- > Ein **Google Places Eintrag** bietet dem Unternehmen ebenfalls einen strukturierten **lokalen Firmeneintrag** mit der Chance sich im Index prominenter abzuheben



Wie geht das bei gelbeseiten.de?

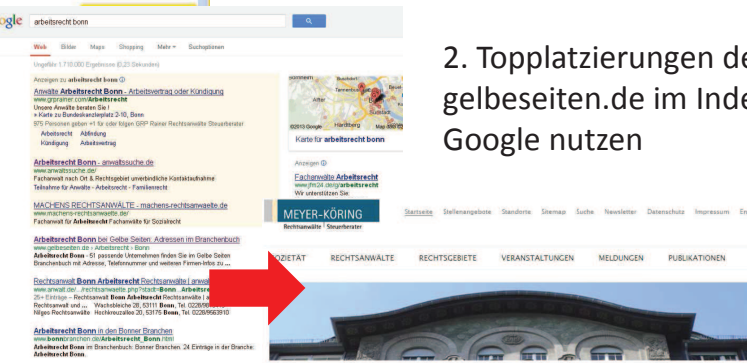
Gelbe Seiten



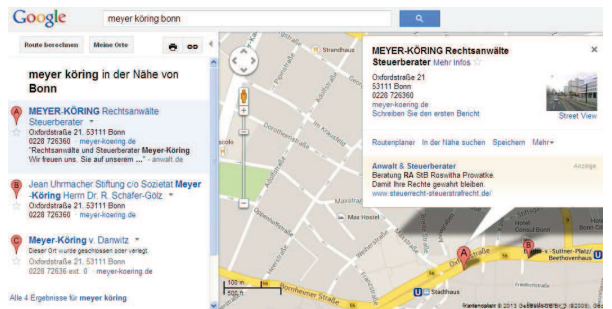
1. Eintrag unter gelbeseiten.de anlegen oder Außendienst kostenfrei kontaktieren und Topranking buchen

2. Topplatzierungen der gelbeseiten.de im Index von Google nutzen

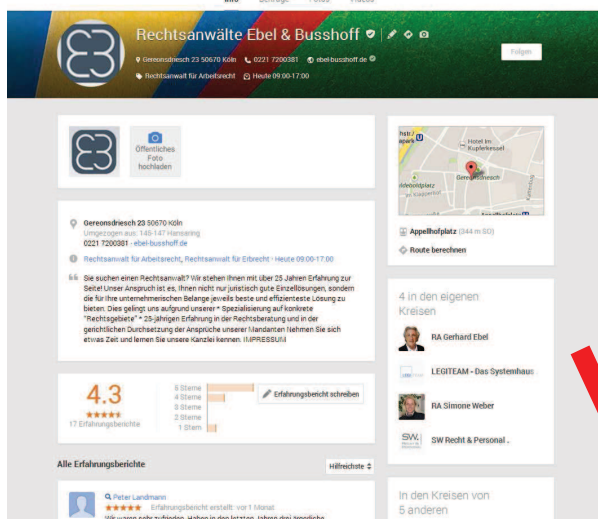
3. Verkehr und Trust von gelbeseiten.de nutzen zzgl. Google Places Profil!



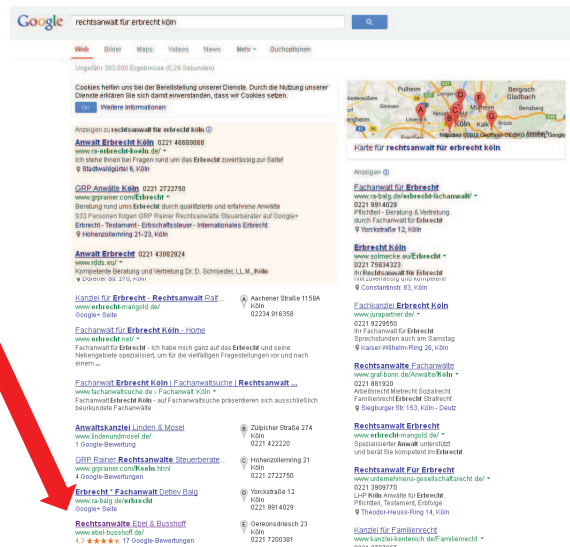
Mit mehr als 100 Jahren Tradition Ihre Berater für heute.
In Bonn und Berlin.
Rechts- und Steuerberatung sind Dienstleistungen. Und wer sie in Anspruch nimmt, hat ein Recht darauf, über seine Vertragspartner mehr zu erfahren, als sich aus Praxisschild, ...



Und wie geht es bei google Places?



1. Eintrag unter google.de/places anlegen. Profil vollständig mit Text, Bildern, Adresse und richtiger Branchenbezeichnung wie z.B. die der gelbseiten.de ausfüllen



2. Prominente Platzierung für Places Einträge direkt unter den ersten organischen Treffern bei google!
WICHTIG: Ab 5 Bewertungen zeigt google auch Sterne. Korrelation viele Bewertungen = besseres Ranking!

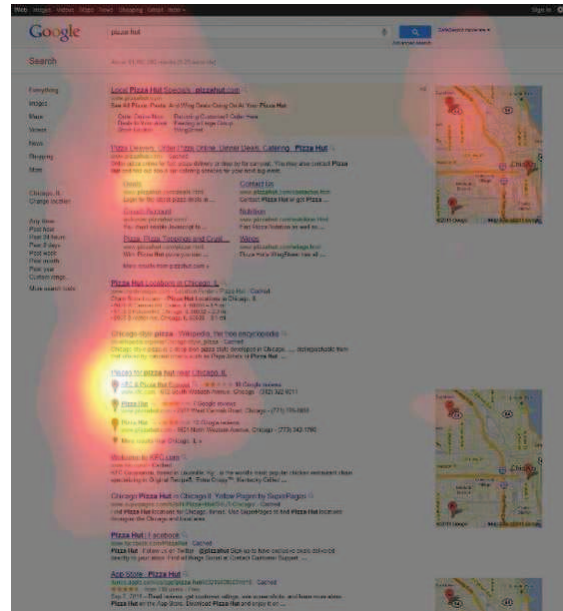


Und wie geht es bei google?

Google Maps 7 Pack



Google Maps 3 Pack



Quelle: SEOmoz - „Eye-Tracking Google SERPs“ - Oktober 2011



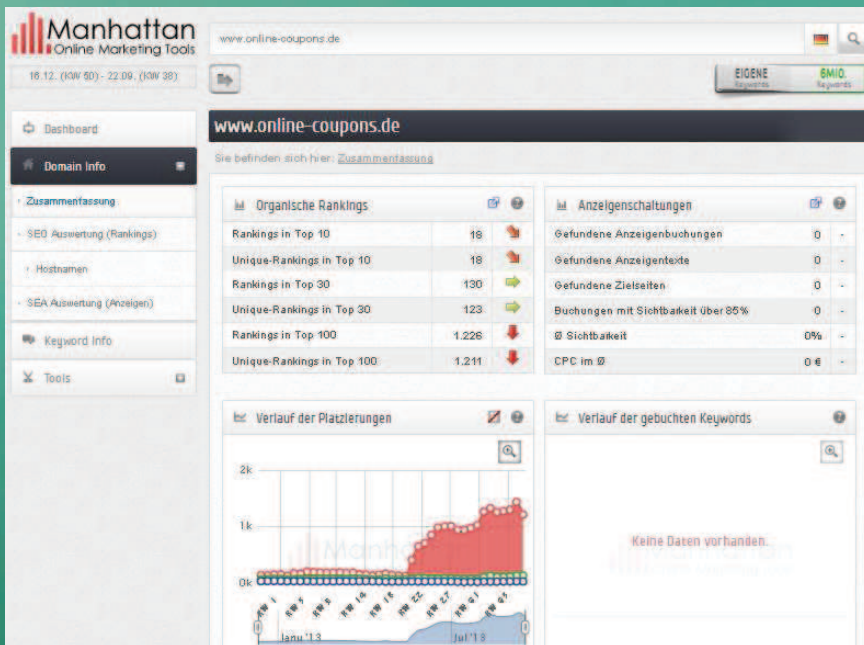
6

Messen Sie Ihre Website durch und optimieren Sie



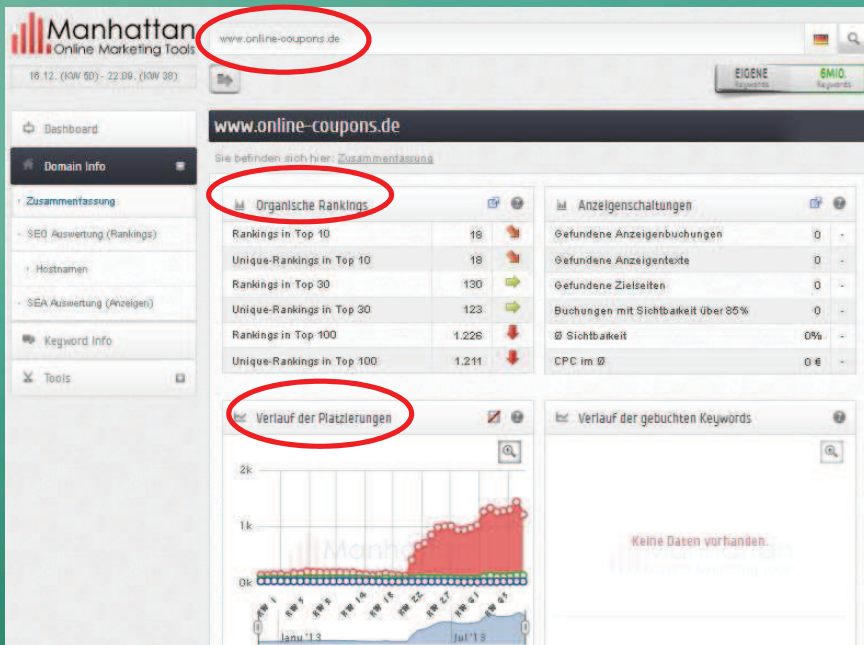
Messen, messen, messen und optimieren!

> Die lokale Suche verlangt eine ständige Überprüfung Ihrer Keywords & Positionen



Messen, messen, messen und optimieren!

> Welche Rankings hat meine Website?



Messen, messen, messen und optimieren!

> Meine besten „Keyword“ + „Stadt“ Kombinationen

Rankings: Beste erreichte Positionen

Einträge pro Seite: 10

Keyword	Position	Change	Genauere Position	Change	CPC	Suchvolumen (Nachfrage)
coupon bonn	3	→	3	→	0,00 €	0
coupon levertkusen	3	↑	3	↑	0,00 €	0
coupon bergisch gladbach	3	↑	3	↑	0,00 €	0
coupon düren	3	↑	3	↑	0,00 €	0
beflockung trikot düren	4	→	4	→	0,00 €	0
musterartikel aachen	4	↑	4	↑	0,00 €	0
trikot beflockung düren	4	→	4	→	0,00 €	0
coupon aachen	5	→	5	→	0,00 €	6
coupon troisdorf	5	↑	5	↑	0,00 €	0
musterartikel düren	5	↑	5	↑	0,00 €	0

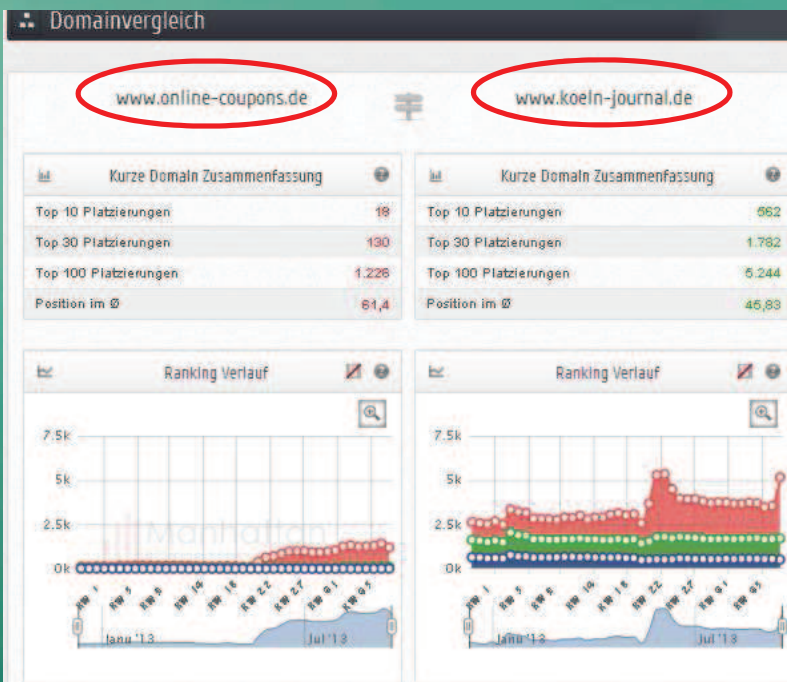
1 bis 10 von 130 Einträgen

Erste Zurück 1 2 3 4 5 Nächste Letzte



Messen, messen, messen und optimieren!

> Welche Positionen haben meine Wettbewerber auf welche Keywords?



Messen, messen, messen und optimieren!

> Welche Werbeanzeigen schalten meine Mitbewerber?

The screenshot shows an 'AD Browser' window. At the top, the search term is 'Dachdecker Köln - dachdeckerklement.de'. The results show a top position with a rank of 4, a top location, and 74% visibility. Below this, a table lists competing ads for the same keyword. The table has columns for 'Ausrichtung', 'Host', and 'URL'. The 'Host' column lists various roofing websites, and the 'URL' column shows the landing pages for these ads.

Ausrichtung	Host	URL
RIGHT	www.frohlig-frank.de	/
RIGHT	www.dach-fassade-gaertner.de	/
RIGHT	www.esserdach.com	/
RIGHT	www.dach-fassade-gaertner.de	/
RIGHT	www.dach-elstermeier.de	/
RIGHT	www.dach-duesseldorf.de	/
RIGHT	www.dachdecker-klement.de	/
RIGHT	www.dach-fassade-berghelm.de	/
RIGHT	www.degen-dach.de	/
RIGHT	www.kattenbach-bedachungen.de	/



Meine Empfehlung!

- > [Manhattan Online Marketing Tool](#) mit dem derzeit größten Set an „Keyword“ + „Stadt“ Kombinationen (4 Mio.)!

Funktionen Meinungen Preise Blog Shop Jetzt testen Login

Manhattan

Online Marketing Tools

Online Marketing richtig machen

- Alle Funktion des Tools auf eigenem (tägliches) Keywordset sowie auf dem wöchentlichen Keywordset
- Vermutlich das größte regionale Keyword-Set in einem SEO Tool (4 Mio. Branche, Stadt, Kombinationen)
- Mobile Compatible (Tool komplett in Responsive Design)
- Instant Crawling - Daten zu neu eingetragenen Keywords werden innerhalb von wenigen Minuten bereitgestellt
- Kein Bullshit Marketing mit Netto Preisen. Alles Brutto Preise

Jetzt kostenlos testen
Die 14-Tage-Testversion läuft automatisch aus. Keine Kündigung erforderlich!



**Einen habe ich
noch ...
Auch Offline geht
was ...**



Bewertungen offline für online einsammeln



Wir sind gut!

Empfohlen auf
dastelefonbuch.de



golocal.de
Partner
von **Das Örtliche**



Der QR-Code stellt eine direkte Verbindung zu Ihrer mobilen Website her / die Responsequoten sind mehr als respektabel!

160 QR-Code Aufrufe in 6 Monaten

142 QR-Code Aufrufe in 6 Monaten

163 QR-Code Aufrufe in 6 Monaten





Agenda:

1 Lokale Suche – wirklich relevant!

2 Sind die Websites vom KMUs fit für lokale Suche?

> Ein kleiner Spot auf 70.000 Kundenwebsites!

3 Der lokale 360° Kosmos

4 Die 6 wichtigsten Tipps & Tricks um Ihre Website nach „ganz oben“ zu bringen

5 Conclusio

Patrick Hünemohr

Geschäftsführer der GREVEN Verlagsgruppe, Köln



**Die gute Nachricht
vorab:
Sie haben es geschafft**



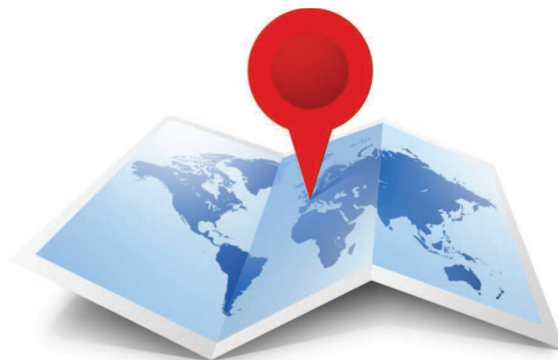
Conclusio:

- 1. Die lokale Suche ist für KMUs hoch relevant:**
 - 40% mobil lokal
 - 30% desktop lokal
- 2. Die klassischen Website Optimierungsregeln für das „Lokale“ gelten nicht mehr**
- 3. Wenn Sie Zuhause sind checken Sie mal:**
 - > Eigene Website „Onpage“
 - > Mobile Website
 - > Signale extern „Offpage“
 - > Bewertungen einsammeln
 - > Lokale Listings (GS/Places)
 - > Messen, messen, messen





Vielen Dank!



Patrick Hünemohr
Geschäftsführer der GREVEN Verlagsgruppe, Köln

