



Google's neueste Anforderungen an Ihre Webseite bei der lokalen Suche.

Die 5 wichtigsten Tipps und Tricks wie Sie Ihre Webseite wieder auf Position bringen!



Wer wir sind, und wer zu Ihnen spricht



GREVEN Medien Gruppe

Deutschlandweit tätige wachstumsstarke Medien-Gruppe

Lokale Agentur

Deutschlands 5. größte
Verzeichnisgruppe Regionaler
Marktführer im Rheinland im
KKU-Segment für die Vermittlung
von Kontakten mit deutschland-
weitem Geschäft.



DasTelefonbuch

Gelbe Seiten

Das Örtliche Google

facebook

gocalocal.de
gemeinsam besser finden

KMU Agentur

National tätige
Top-Agenturgruppe in
Deutschland



OEVERMANN®
Networks GmbH

TWT reality bytes

TWT Digital Health

Investment

Digitale
Beteiligungsgesellschaften

auskunft.de

Alpha9
Marketing

g! gastronovi
OFFICE

billiger.de



- Mediengruppe mit 189 Jahren Kölner Tradition
- Was uns antreibt: „Wir liefern einfach relevante Reichweite für KMUs in Online, Mobile und Print“
- 25.000 zufriedene Kundenbeziehungen
- Seit 2013 einer von 18 Google KMU Partnern
- Patrick Hünemohr seit 2001 CEO bei Greven Medien

Meine „lokale“ Agenda für Sie



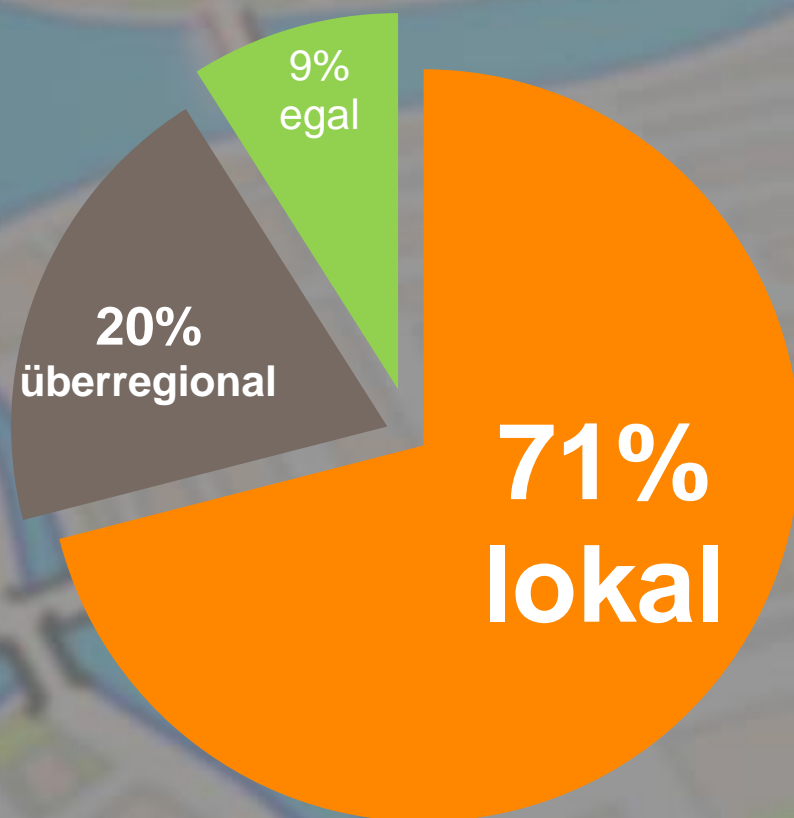
1. Nutzersignale
Zündstoff für die lokale Google Suche
2. Mobile Suche
Rolle rückwärts – alles wieder lokal
3. Sprachsuche
The next big thing – auch alles local
4. RankBrain
Rise Of The Machines
5. Google MyBusiness
Schon gut, es reicht aber nicht

Meine „lokale“ Agenda für Sie



1. Nutzersignale
Zündstoff für die lokale Google Suche
2. Mobile Suche
Rolle rückwärts – alles wieder lokal
3. Sprachsuche
The next big thing – auch alles local
4. RankBrain
Rise Of The Machines
5. Google MyBusiness
Schon gut, es reicht aber nicht

Ist die lokale Suche für sie überhaupt relevant?
>> *Wir haben bei 50 KKKU/KMUs nachgefragt*



Was schätzen Sie?
Wie viel % der Firmen legen auf **lokale Kundenkontakte** mehr **Wert** als auf **überregionale** Kontakte?

- bevorzugt lokal
- bevorzugt überregional
- egal ob regional oder überregional

Ist die lokale Suche überhaupt relevant?

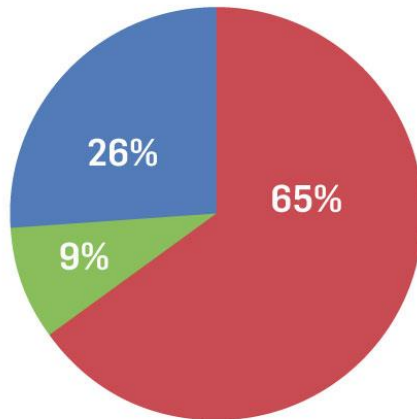
>> *Und auch bei Google ist „local“ ein großes Thema*



30% aller stationären und **40%** aller
mobilen Suchanfragen bei **Google**
haben einen **lokalen Bezug** (Quelle: Google 2015)

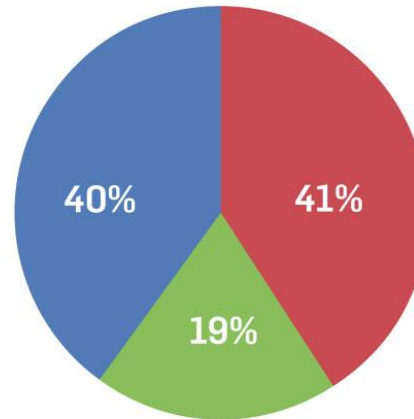
Nutzer suchen lokal – Suchmaschinen liefern bis zu 40% „lokale Treffer“

 **Bing**



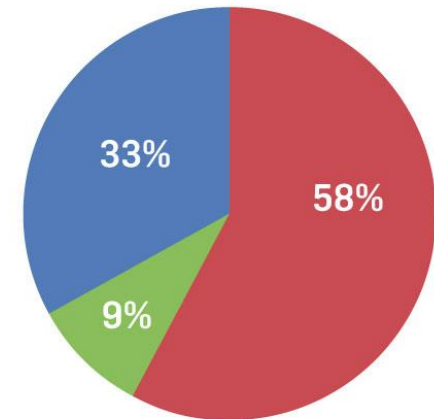
■ Lokale Ergebnisse

Google



■ Große Webseiten

YAHOO!



■ Lokale Geschäfte

Lokal. Digital. für Agenturen und Marken die 2. wichtigste Marketingmetrik ...

Most Important Tactics/Metrics for the Digital Marketing Industry According to US Marketing Professionals, Brand vs. Agency, Aug 2016

% of respondents

	Agencies	Brands
Social advertising	46%	52%
Location targeting	44%	42%
Automation software	43%	32%
Mobile	41%	51%
Social commerce	38%	26%
Rise of ad blockers	36%	32%
Conversion rate optimization	34%	46%
Programmatic	34%	26%
Voice search	33%	30%
Cloud computing	21%	14%

Note: over the past 12 months

Source: Hanapin Marketing, "The State of PPC 2016-2017," Sep 26, 2016

Meine „lokale“ Agenda für Sie



1. Nutzersignale
Zündstoff für die lokale Google Suche
2. Mobile Suche
Rolle rückwärts - alles wieder lokal
3. Sprachsuche
The next big thing - also local
4. RankBrain
Rise Of The Machines
5. Google MyBusiness
Schon gut, es reicht aber nicht

1. Nutzersignale - Zündstoff für die lokale Suche

Die Regeln ändern sich massiv...



Google drängt „handwerkliche Rankings“ zurück ...

Warum? Manipulation und unzufriedene Nutzer ...

Die bessere Ergebnisse liefern „**echte Nutzer**“ mit „**echten Nutzersignalen**“ – aber wie bekommt das Google hin?

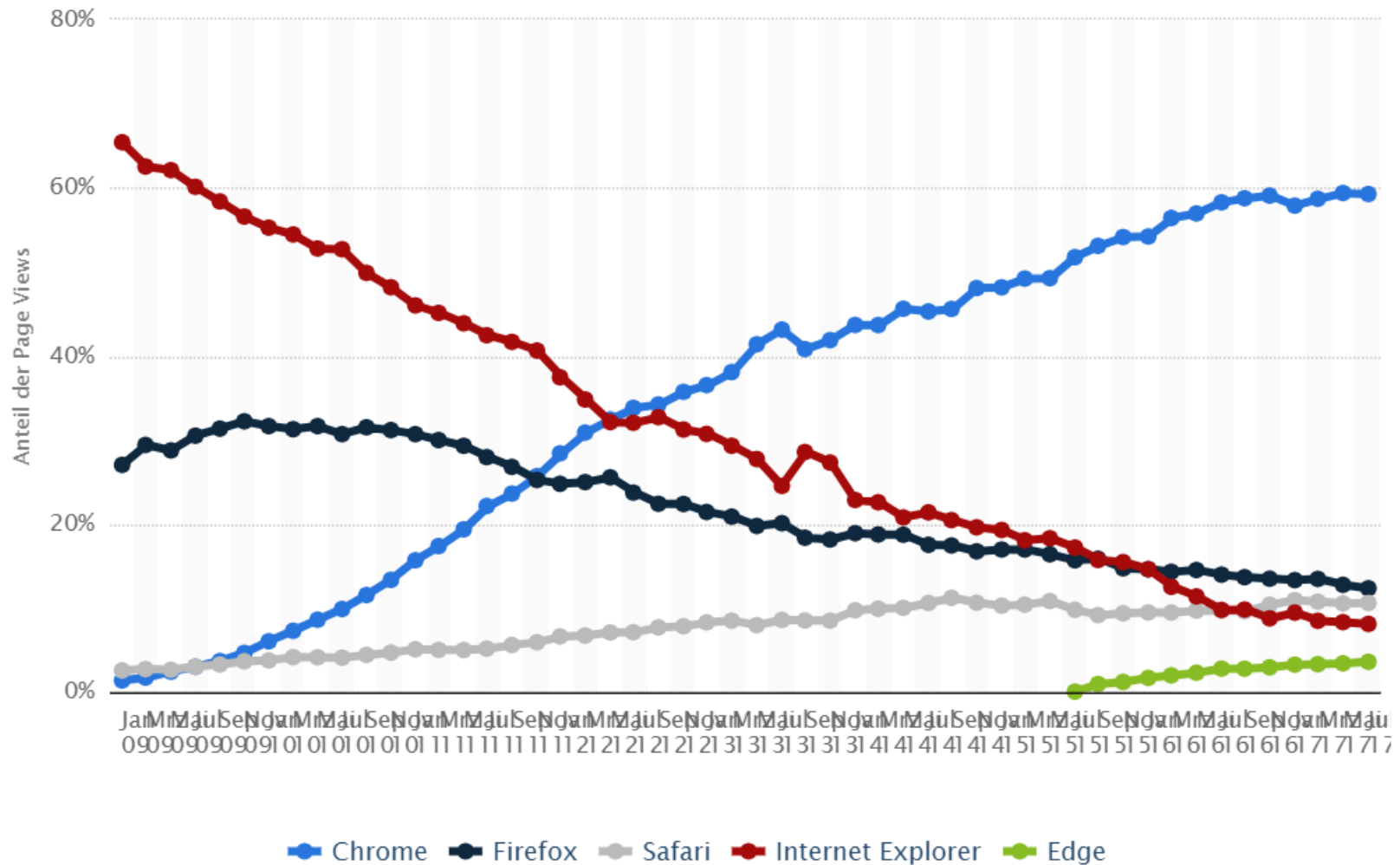
1. Nutzersignale - Zündstoff für die *lokale* Suche Und so findet Google den Weg zu echten Nutzerdaten



- Google **Chrome** ermöglicht Messung und Bewertung von Nutzerverhalten und Klicks
- Google **Analytics & Toolbar** kann das exakte Nutzerverhalten auf Ihrer Website messen!

1. Nutzersignale - Zündstoff für die *lokale* Suche

Der Marktanteil von Google Chrome ... macht's möglich



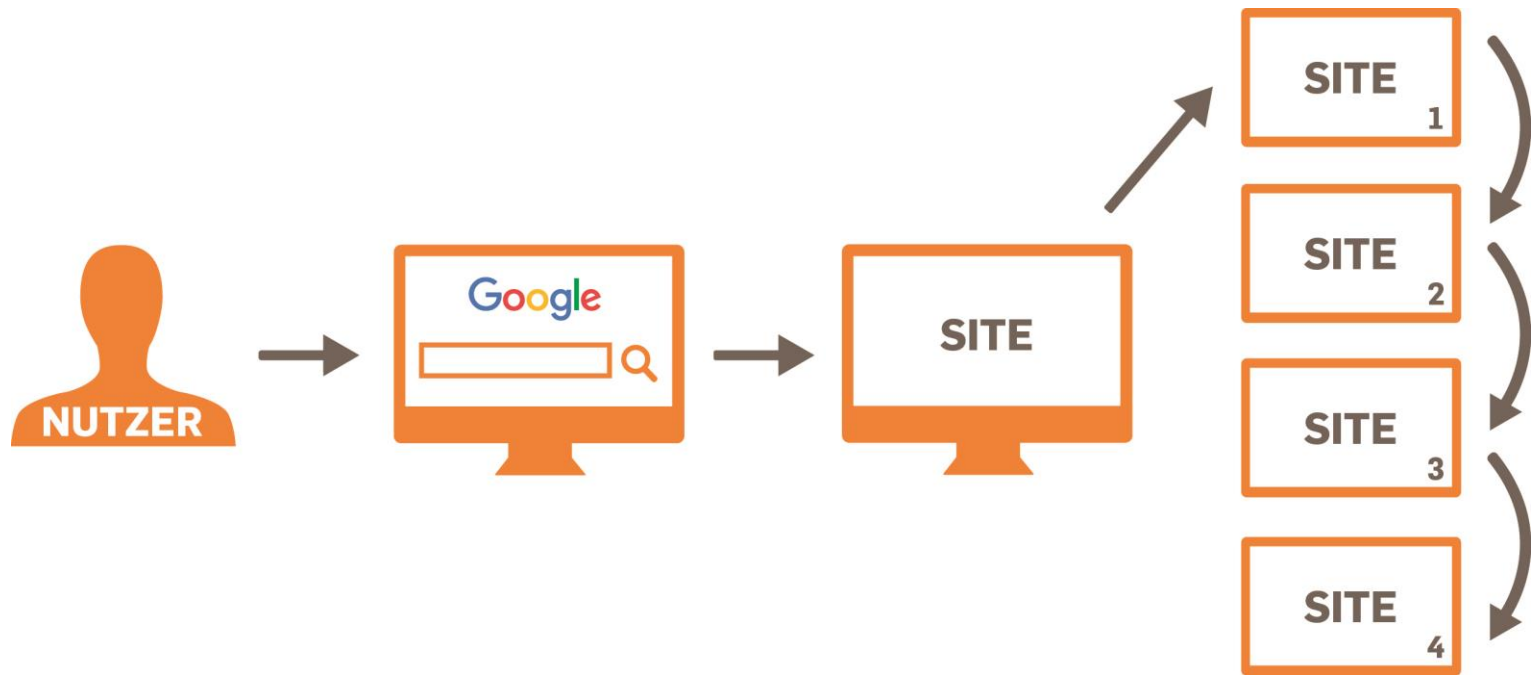
1. Nutzersignale - Zündstoff für die *lokale* Suche >> **Klickrate (Click Through Rate, CTR)**



Click-Through-Rate bedeutet wie oft Ihre Website in den Suchergebnissen im Verhältnis zu allen Einblendungen angeklickt wurde!

Nutzerzufriedenheit = höhere CTR = bessere Rankings = mehr Traffic!
So einfach ist das ;-))

1. Nutzersignale - Zündstoff für die *lokale* Suche >> **Seitenimpressionen + Verweildauer**



Nutzer die auf Ihrer Website gute Informationen finden = hochwertiger Content, **bleiben länger** und rufen auch **mehr Seiten** auf.

Für Google ist das ein klares **Qualitätssignal** von „echten Nutzern“

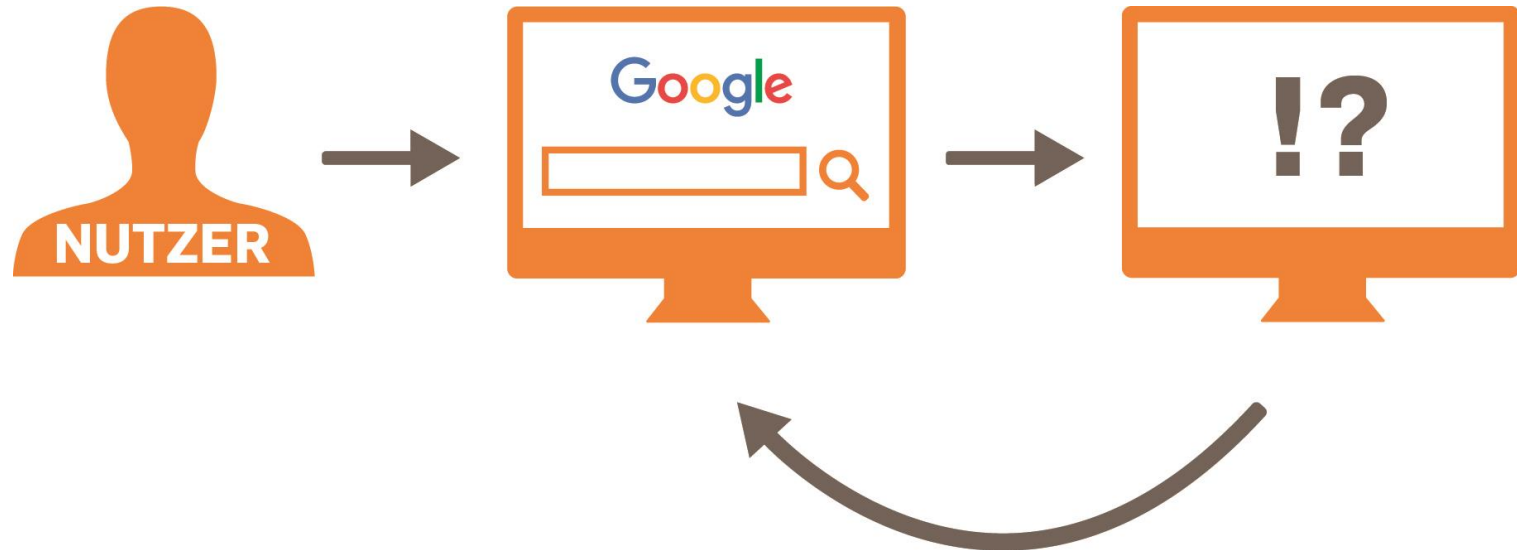
1. Nutzersignale - Zündstoff für die *lokale* Suche >> **Brand- oder Markensuche**



Für Google haben **Marken** einen **höheren Stellenwert**, da sie vom Nutzer in Ergebnislisten **eher geklickt** werden und **im Kopf der Leute** bleiben.

Übrigens: Lt. Matt Cutts können auch Personen / Autoritäten als Marke bezeichnet werden – die Google ebenfalls besser wertet!

1. Nutzersignale - Zündstoff für die *lokale* Suche >> Absprungrate oder auch Bounce Rate



Die **Absprungrate** misst, wie viele Nutzer Ihre Website wieder **verlassen** haben, **ohne eine Aktion** ausgeübt zu haben.

Für Google = „**Short Clicks**“ die wieder zur Trefferliste zurückkommen, da das **Ergebnis der Zielseite nicht gut** war!

1. Nutzersignale - Zündstoff für die *lokale* Suche >> Nutzersignal füttern quality updates bei Google

Google



Panda
- Thin content
- Link Farm



Penguin
- Keyword Spam
- Link Spam



Hummingbird
- Semantic / Graph
- Complex search
- Speech search



Opossum
- Userlocation
- Environment
- Keyword selection
(Bar/Restaurant)

1. Nutzersignale - Zündstoff für die lokale Suche

>> Checken Sie doch mal Ihre Nutzersignale ...






wjd.de  Vs.  bvmw.de 

[Add More Competitors In Pro](#)

Total Visits 



Engagement

		
Total Visits	<12K	14.31K
 Avg. Visit Duration	00:01:55	00:02:19
 Pages per Visit	2.95	3.32
 Bounce Rate	36.53%	49.01%

What do you think about our traffic analysis? [Send Feedback](#)

 SimilarWeb

Beispiel: wjd.de im Vergleich mit dem bvmw.de
Testen Sie´s doch mal mit Ihrer eigenen [Website ...](#)

1. Nutzersignale - Zündstoff für die lokale Suche

>> Man kann Nutzersignale auch beeinflussen ...

Seite 1 - mobil



Seite 2 - mobil



Der erste greven.de Treffer war am Mittwoch den 27.04.2016 um 8:00 Uhr auf der **2. Seite bei Google** ...

Um 9:40 Uhr haben wir mit ca. 30 Mitarbeitern begonnen diesen **Link „als echter Nutzer“** zu klicken ...

Um 11:30 Uhr war ist unser greven.de Treffer auf der **1. Seite der mobile Google** Trefferliste aufgetaucht

Am **Samstag 30.04.2016** um 17:00 Uhr ist der Link wieder auf **Seite 2** zurückgefallen

1. Nutzersignale - Zündstoff für die lokale Suche

>> So bekommen Sie Nutzersignale in den Griff!

Absprungrate

- + Ladezeit verbessern
- + Interne Links anbieten
- + Content der Zielseite an die Suche anpassen
- + Werbung sowie Linkwüsten runter
- + Navigation checken

Brandsuche

- + Rand Fishkin:
„Those who aren't building brands will struggle mightily in the years ahead.“
- + Für Google:
 - > Verweise von themenrelevanten Medien zu Ihnen
 - > Blogkommentare
 - > Wiederkehrende Besucher steigern
 - > Fachbeiträge
 - > Checklisten
 - > Downloads anbieten (Link dazu ;-))
 - > Social Media nutzen
- + Branding für Nutzer nicht Google!

Verweildauer

- + Faustformel:
guter Inhalt bindet Nutzer
- + News / Blog
- + Keine Prosa – think mobile!
- + „Das könnte Sie auch interessieren“ (Amazon)
- + Fotogalerie
- + Videointerview
- + Tools anbieten
z.B. Unterhaltsrechner
- + Suchfunktion

Klickrate / CTR

- + Trefferliste mit sog. Rich Snippets aufpeppen:

DachBau Schmidt in Köln | MyHammer
<https://www.my-hammer.de/firma/dachbau-schmidt-koeln/> •
★★★★ Bewertung: 5 - 2 Abstimmungsergebnisse
Das MyHammer Profil von DachBau Schmidt in Köln mit Kontaktdaten, Qualifikationen und Bewertungen. Jetzt kontaktieren!

- + Bewertungen

RegaDach – Ihr Dachdecker und Solar-Experte - YouTube
<https://www.youtube.com/watch?v=CCRAVPmdIE> •
30.11.2015 - Hochgeladen von InternetOnlineMedia
RegaDach – Ihr Dachdecker und Solar-Experte für die Region Pfalzheim Sie sind auf der Suche nach ...

- + Video
- + Aufbau
 - > Titel
 - > URL Struktur
 - > Description
- + Tipp hier ...

Google: 30% aller Suchanfragen sind lokale Suchanfragen
www.huenemohr.de/lokale-suche/google-30-prozent-aller-suchanfragen-17-11-2012 - huenemohr.de - Diese Zahl (30% aller Suchen bei Google haben lokalen Bezug) ist im Vergleich zu meiner ersten Messung aus dem ...

Meine „lokale“ Agenda für Sie



1. Nutzersignale
Zündstoff für die lokale Google Suche
2. Mobile Suche
Rolle rückwärts - alles wieder lokal
3. Sprachsuche
The next big thing - also local
4. RankBrain
Rise Of The Machines
5. Google MyBusiness
Schon gut, es reicht aber nicht

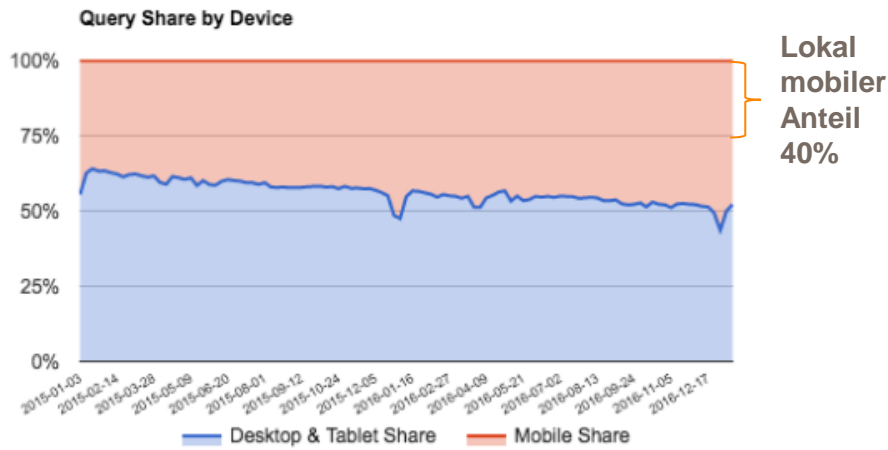
Google



Sundar Pichai hat im Oktober 2016
erklärt, dass der **Mobile Index** den
Desktop Index als „**Primärindex**“
ablösen wird!

Frisch bei Google nachgefragt am Beispiel „Zahnärzte“

Dentists - Search Trends Share by Device



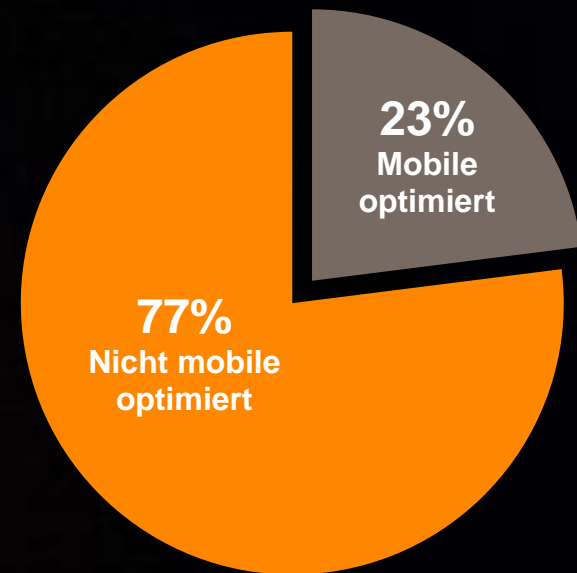
Mobile share growing and now making up for nearly half of all queries





Und die Realität? Wir haben es nachgemessen! Sind Websites aus Handwerk/Dienstleistung fit für die mobile Suche?

■ Mobile optimiert ■ Nicht mobile optimiert



17.800 untersuchte Websites im Handwerks- und
Dienstleistungsgewerbe in unserem Verlagsgebiet

2. Mobile Suche

2 weitere Themen die Sie im Auge behalten müssen ...

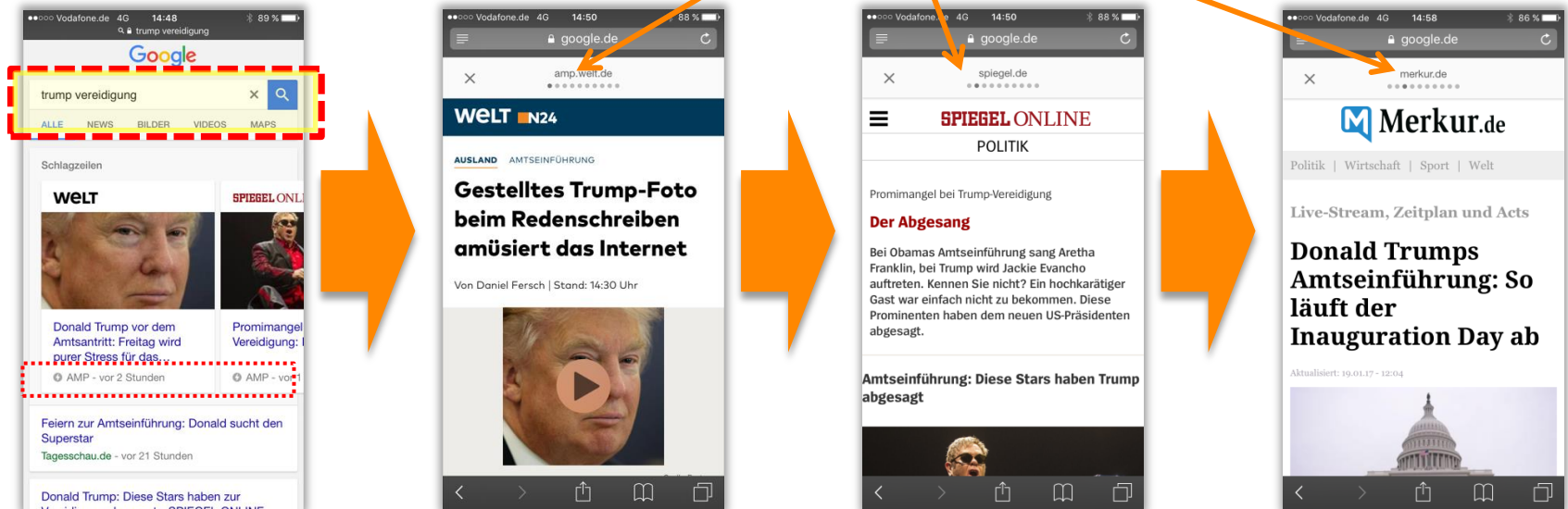
(1) Geschwindigkeit mit AMP Seiten

(2) Lokale Suchanfragen optimal beantworten



2. Mobile Suche - AMP // Accelerated Mobile Pages Zeigt wohin die Reise geht: *Geschwindigkeit ...!*

Achtung: der Nutzer bleibt bei Google!



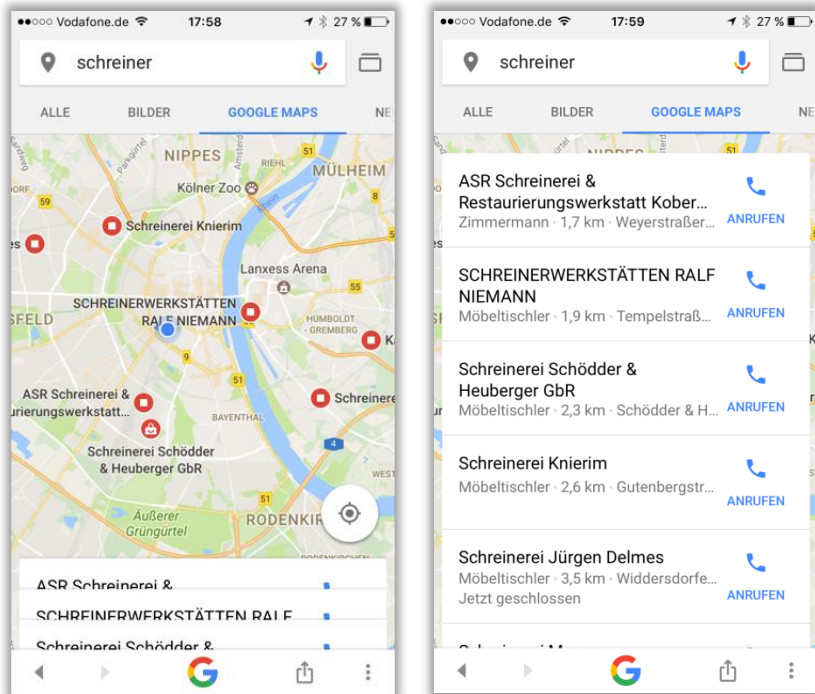
Accelerated Mobile Pages (Beschleunigte mobile Seiten)

Ca. 80% schnellere Ladezeit – ähnlich wie Facebook Instant Articles

2. Mobile Suche

Rolle rückwärts - alles wieder lokal

Beispiel „lokale Suche nach Schreiner“



Beispiel GelbeSeiten



- ✓ Wettbewerber nicht überregional, sondern hyperlocal!!!
- ✓ Ohne mobile optimierte Seite werden Sie mittelfristig keine Rolle mehr spielen – handeln Sie dazu bitte wirklich schnell ...
- ✓ **ÜBRIGENS: Der Nutzerstandort ist der neue Rankingfaktor!!!**

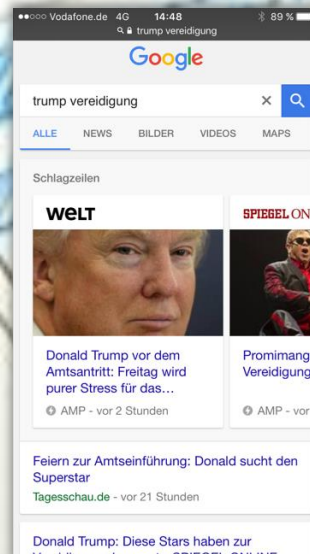
2. Mobile Suche

Das sind meine Empfehlungen für die lokale Suche ...

(1) Website mobil optimieren

(2) AMP in Ihre Website integrieren + Instant Articles für Facebook

(3) Nutzen Sie mobile Profiseiten für Ihre Firma: mybusiness, mobil.gelbeseiten.de



Meine „lokale“ Agenda für Sie

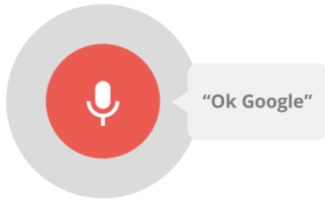


1. Nutzersignale
Zündstoff für die lokale Google Suche
2. Mobile Suche
Rolle rückwärts - alles wieder lokal
3. Sprachsuche
The next big thing - also local
4. RankBrain
Rise Of The Machines
5. Google MyBusiness
Schon gut, es reicht aber nicht

3. Mobile Suche - *The next big thing – also local* *Alle großen Internetkonzerne haben eine Sprachsuche*



Apple Siri – im iPhone 4s 2011



Google Now startet 2012

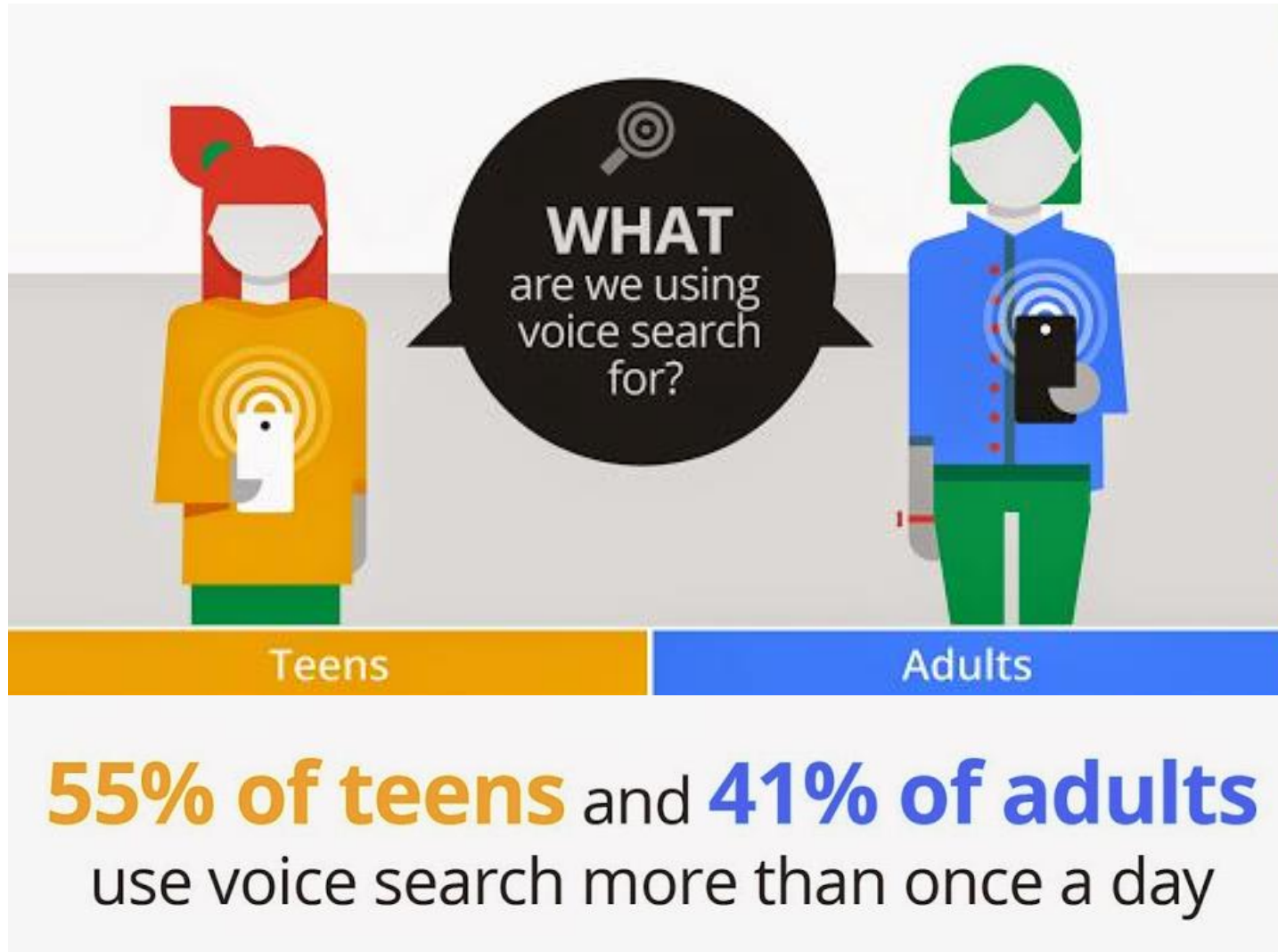


Microsoft Cortana spricht ab 2014

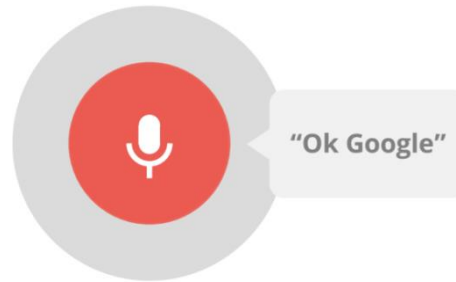


Amazon Echo quatscht seit 2014/2015

3. Mobile Suche - *The next big thing – also local* *Wer sucht denn schon über Sprache ...?*



3. Mobile Suche - *The next big thing – also local* *Das ist das Charakteristische an Sprachsuche!*



1. Längere Suchphrasen

„Ich suche einen Rechtsanwalt mit guten Bewertungen, der mich wegen meiner Abmahnung von meinem Chef beraten kann ...

2. Konkrete Fragestellungen:

„Was ist der Unterschied zwischen einem Satteldach und einem Walmdach?

3. Ortsbezogen:

„Wo ist der nächste Augenoptiker Nähe Köln Hbf.?“

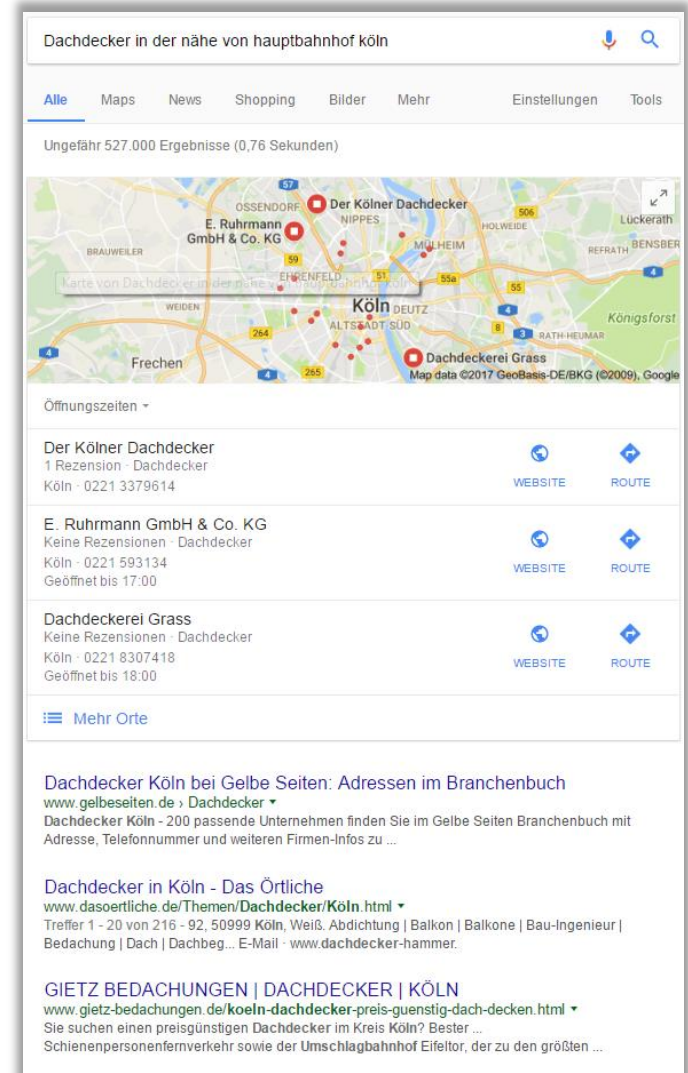
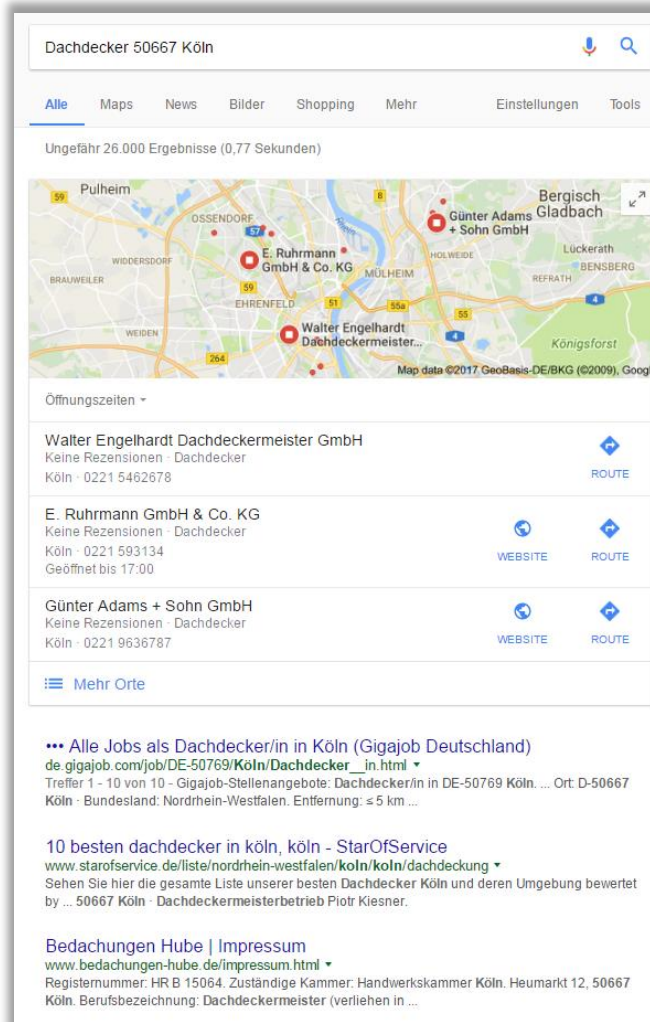
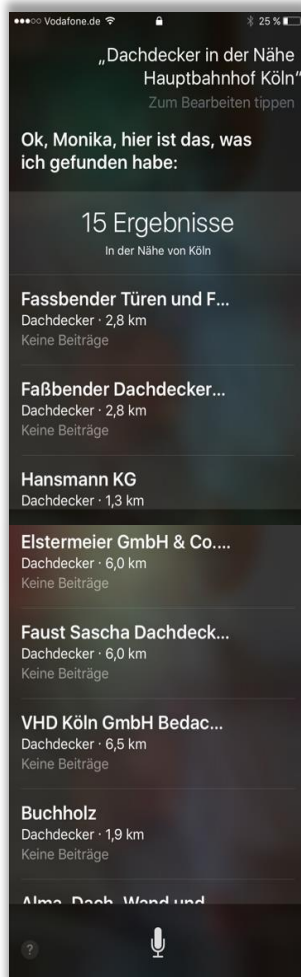
4. Sehr oft navigierend:

„Wie komme ich am schnellsten zur IHK Köln?

3. Mobile Suche - *The next big thing – also local*
Das ist das Charakteristische an Sprachsuche!



3. Mobile Suche - *The next big thing* – also local *Sprachsuche liefert andere Treffer!*



3. Mobile Suche - *The next big thing* – also local *Das sollten Sie morgen umstellen!*

Meine Tipps zur Sprachsteuerung:

- (1) Bei der Sprachsuche verwenden Nutzer ganze Sätze – Fragen! Geben Sie auf Ihrer Website **präzise Antworten in Form von ganzen Sätzen** und nicht nur einzelne Keywords
- (2) Achten Sie auf **gleichklingende Keywords** – passen Sie die Antworten im Zweifel für jedes Keyword separat an!
- (3) Optimieren Sie die interne **Verlinkung auf Ihrer Website, damit die „Sprachmaschine“ alle relevanten Inhalte** über Ihre Firma findet
- (4) Und übrigens: der mobile Nutzer wünscht (besser erwartet) eine **gute responsive (mobil optimierte) Website ;-)**
Denken Sie an die 23%!

Meine „lokale“ Agenda für Sie



1. Nutzersignale
Zündstoff für die lokale Google Suche
2. Mobile Suche
Rolle rückwärts - alles wieder lokal
3. Sprachsuche
The next big thing - also local
4. RankBrain
Rise Of The Machines
5. Google MyBusiness
Schon gut, es reicht aber nicht

4. Google RankBrain
Rise of the Machines – jetzt wird's schräg
Schräg mit Auswirkung auf Ihre Website



4. Google RankBrain Was steckt dahinter, was ist RankBrain?



RankBrain arbeitet mit Machine based learnings & künstlicher Intelligenz, um **Suchanfragen zu beantworten (15-20%) die noch nie gestellt wurden**

Anfang 2015 wurde RankBrain gegen „echte Nutzer“ getestet. Die „echten Nutzer“ ordneten 70% der neuen Suchanfragen richtig zu – RankBrain 80%.

Da das System selbständig lernt, wurde **BrainRank schnell zum 3. wichtigsten Rankingfaktor** bei Google erkoren! (Links & Semantik sowie Nutzersignale)

Beispiel: Wir finden einen Text mit: <Berlin>, <Politik>, <Kanzlerin>, dann kommen wir schnell auf <Hauptstadt> und so kann man über Vectoring auch auf London, Paris oder Rom kommen, wenn ähnliche Entitäten auftauchen ...

4. Google BrainRank Was das jetzt für Ihre Website bedeuten kann!



Sprachsuche

Speziell die Sprachsuche liefert die 15% der Suchen die Google nicht kennt – hier wird BrainRank deutlich bessere Ergebnisse liefern
ERGO: Website auf Sprache opt.

Bewertungen

RankBrain versteht Bewertungen die von „echten Nutzer“ kommen jetzt sehr viel besser.
Fahrradhändler mit gutem Preis-Leistungsverhältnis finden
Bewertungen!!

Ort & Zeit werden viel besser erkennbar!

Ort und Suche lassen sich mit verfeinerten und besseren Suchergebnissen exakter ausspielen!
Lokale Suche optimieren!!!

Werbung auf Google könnte teurer werden!

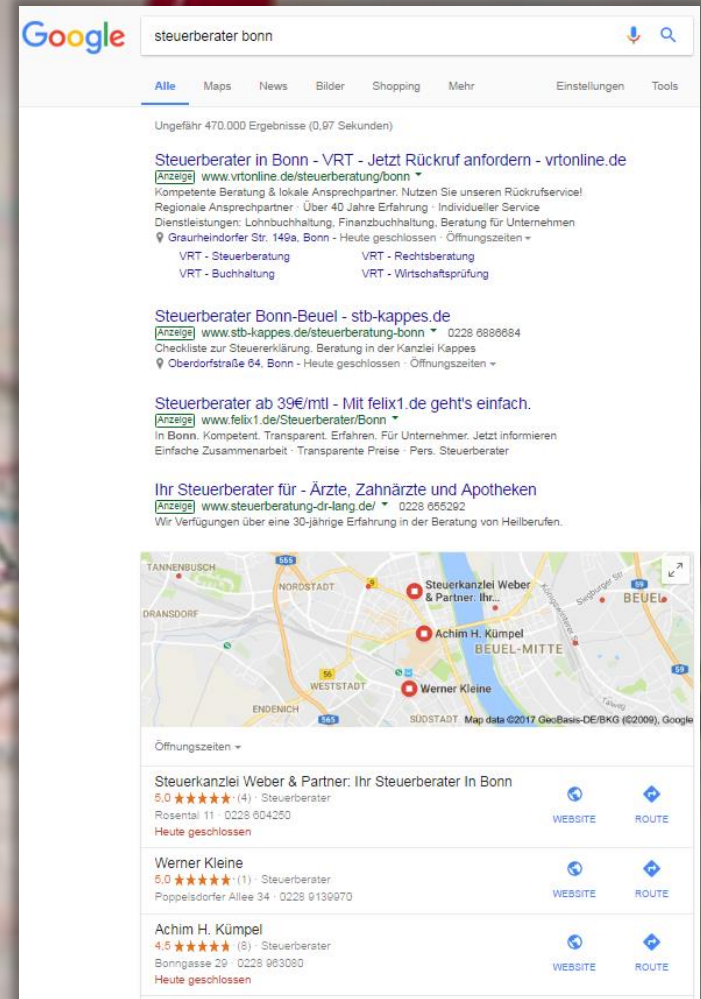
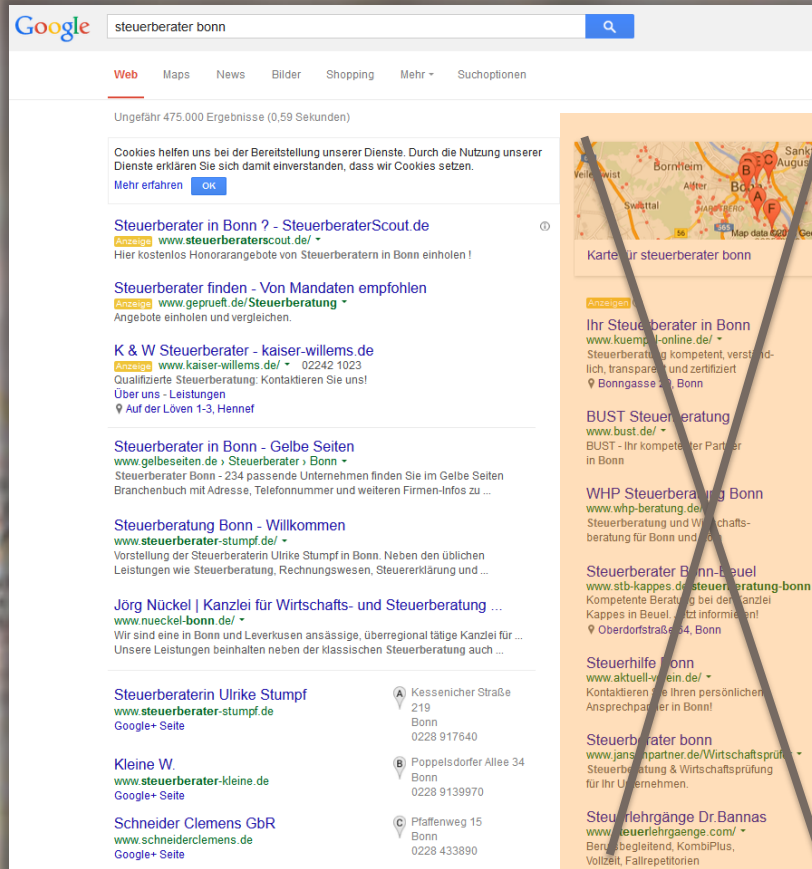
Durch bessere Ergebnisse werden CTRs besser und damit das Targeting (spez. Mobile). **ERGO: Abhängigkeit von Paid Search runter**

Meine „lokale“ Agenda für Sie



1. Nutzersignale
Zündstoff für die lokale Google Suche
2. Mobile Suche
Rolle rückwärts - alles wieder lokal
3. Sprachsuche
The next big thing - also local
4. RankBrain
Rise Of The Machines
5. Google MyBusiness
Schon gut, es reicht aber nicht

5. Google MyBusiness Radikale Veränderungen seit dem 22.02.2016 und Februar 2017!



- ✓ Der rechte Anzeigen- und Kartenbereich ist weggefallen
- ✓ Der Local-Slot ist von max. 7 auf 3 reduziert worden
- ✓ Expanded text ads – noch Werbung?

5. Google MyBusiness Der Kampf um organische Sichtbarkeit beginnt ...



**Orthopäde in Köln -
Privatpraxis Rudolf W.
Strümper - Facharzt für
Orthopädie / Sportmedizin ★**

3,3 ★★★★★ 3 Google-Rezensionen
Orthopäde in Köln, Nordrhein-Westfalen

Adresse: Im Zollhafen 6, 50678 Köln
Öffnungszeiten: **Schließt bald** - 08:30–12:15, 13:00–18:30
Telefon: 0221 2407082

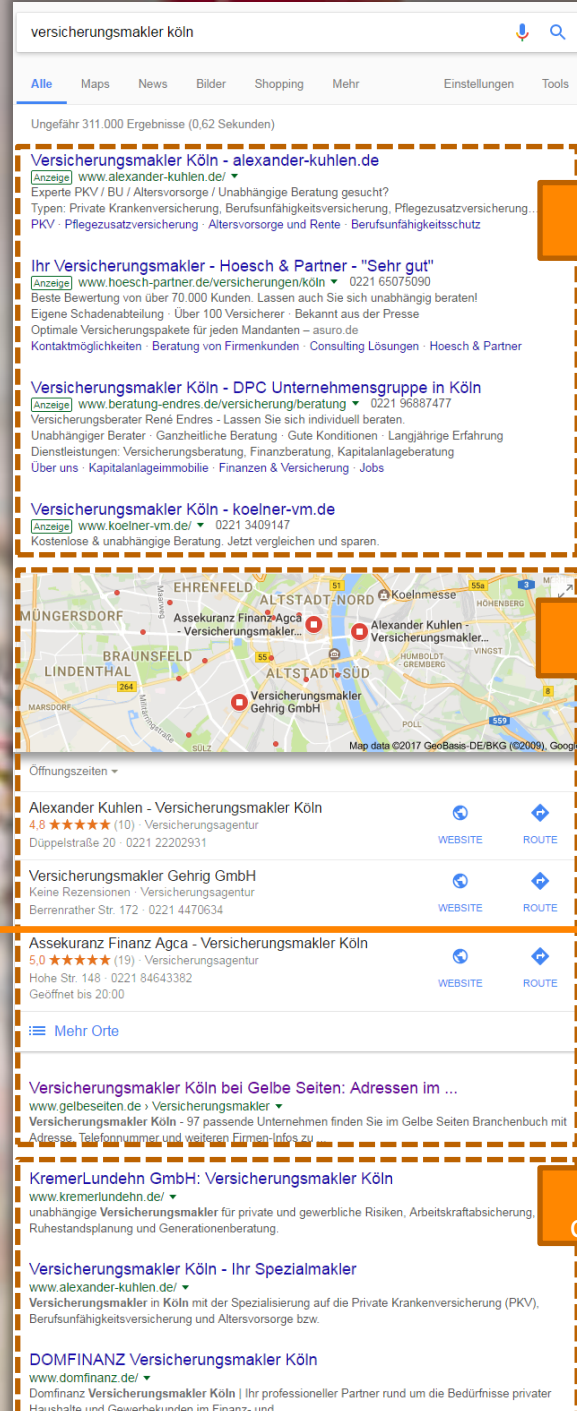
Änderung vorschlagen

Bewertungen aus dem Web

Jameda	Facebook
4,4/5	5/5
18 Abstimmungsergebnisse	11 Abstimmungsergebnisse

Bewertungen
3 Google-Rezensionen

An mein Smartphone senden



versicherungsmakler köln

Ungefähr 311.000 Ergebnisse (0,62 Sekunden)

- Versicherungsmakler Köln - alexander-kuhlen.de**
www.alexander-kuhlen.de/
Experte PKV / BU / Altersvorsorge / Unabhängige Beratung gesucht?
Typen: Private Krankenversicherung, Berufsunfähigkeitsversicherung, Pflegezusatzversicherung, PKV - Pflegezusatzversicherung - Altersvorsorge und Rente - Berufsunfähigkeitsschutz
- Ihr Versicherungsmakler - Hoesch & Partner - "Sehr gut"**
www.hoesch-partner.de/versicherungen/koeln/ 0221 65075090
Beste Bewertung von über 70.000 Kunden. Lassen auch Sie sich unabhängig beraten!
Eigene Schadenabteilung · Über 100 Versicherer · Bekannt aus der Presse
Optimale Versicherungspakete für jeden Mandanten – asuro.de
Kontaktmöglichkeiten · Beratung von Firmenkunden · Consulting Lösungen · Hoesch & Partner
- Versicherungsmakler Köln - DPC Unternehmensgruppe in Köln**
www.beratung-ndres.de/versicherung/beratung/ 0221 96887477
Versicherungsberater René Endres - Lassen Sie sich individuell beraten.
Unabhängiger Berater · Ganzheitliche Beratung · Gute Konditionen · Langjährige Erfahrung
Dienstleistungen: Versicherungsberatung, Finanzberatung, Kapitalanlageberatung
Über uns · Kapitalanlageimmobilie · Finanzen & Versicherung · Jobs
- Versicherungsmakler Köln - koelner-vm.de**
www.koelner-vm.de/ 0221 3409147
Kostenlose & unabhängige Beratung. Jetzt vergleichen und sparen.

Maps

Alexander Kuhlen - Versicherungsmakler Köln
4,8 ★★★★★ (10) · Versicherungsagentur
Düppelstraße 20 · 0221 22202931

Versicherungsmakler Gehrig GmbH
Keine Rezensionen · Versicherungsagentur
Berrenrather Str. 172 · 0221 4470634

Assekuranz Finanz Agca - Versicherungsmakler Köln
5,0 ★★★★★ (19) · Versicherungsagentur
Hohe Str. 148 · 0221 84643382
Geöffnet bis 20:00

Mehr Orte

Versicherungsmakler Köln bei Gelbe Seiten: Adressen im ...
www.gelbeseiten.de · Versicherungsmakler
Versicherungsmakler Köln - 97 passende Unternehmen finden Sie im Gelbe Seiten Branchenbuch mit Adresse, Telefonnummer und weiteren Firmen-Infos zu

KremerLundehn GmbH: Versicherungsmakler Köln
www.kremerlundehn.de/
unabhängige Versicherungsmakler für private und gewerbliche Risiken, Arbeitskraftabsicherung, Ruhestandsplanung und Generationenberatung.

Versicherungsmakler Köln - Ihr Spezialmakler
www.alexander-kuhlen.de/
Versicherungsmakler in Köln mit der Spezialisierung auf die Private Krankenversicherung (PKV), Berufsunfähigkeitsversicherung und Altersvorsorge bzw.

DOMFINANZ Versicherungsmakler Köln
www.domfinanz.de/
Domfinanz Versicherungsmakler Köln | Ihr professioneller Partner rund um die Bedürfnisse privater Haushalte und Gewerbekunden im Finanz- und ...

Anzeigen
AdWords

Maps

Reguläre
organische Treffer

5. Google MyBusiness *Aktuelle Darstellung von verifizierten Firmenprofilen*

The screenshot shows a Google MyBusiness profile for 'Orthopäde in Köln - Privatpraxis Rudolf W. Strümper - Facharzt für Orthopädie / Sportmedizin'. The profile includes a map view at the top, a star rating of 3.3 from 3 reviews, and contact information such as the address 'Im Zollhafen 6, 50678 Köln', phone number '0221 2407082', and opening hours. It also displays ratings from other platforms like Jameda (4.4/5) and Facebook (5/5).

Map data ©2017 GeoBasis-DE/BKG (©2009), Google

Fotos anzeigen Von außen ansehen

Orthopäde in Köln -
Privatpraxis Rudolf W.
Strümper - Facharzt für
Orthopädie / Sportmedizin ★

Website Routenplaner

3,3 ★★★★★ 3 Google-Rezensionen
Orthopäde in Köln, Nordrhein-Westfalen

Adresse: Im Zollhafen 6, 50678 Köln
Öffnungszeiten: **Schließt bald** · 08:30–12:15, 13:00–18:30 ▾
Telefon: 0221 2407082

Änderung vorschlagen

Bewertungen aus dem Web

Plattform	Bewertung	Abstimmungsergebnisse
Jameda	4,4/5	18
Facebook	5/5	11

Bewertungen 3 Google-Rezensionen

Rezension schreiben Foto hinzufügen

An mein Smartphone senden Senden

Google MyBusiness ist
„aber nur ein Profil ...“

Google braucht zur
exakten Zuordnung
speziell für die mobile
lokale Suche „viele
Signale“

Google nennt diese
Signale Citations ...

Und so bekommen Sie
das hin ...

5. Google MyBusiness

Zauberformel NAP oder besser Name / Adress / Phone

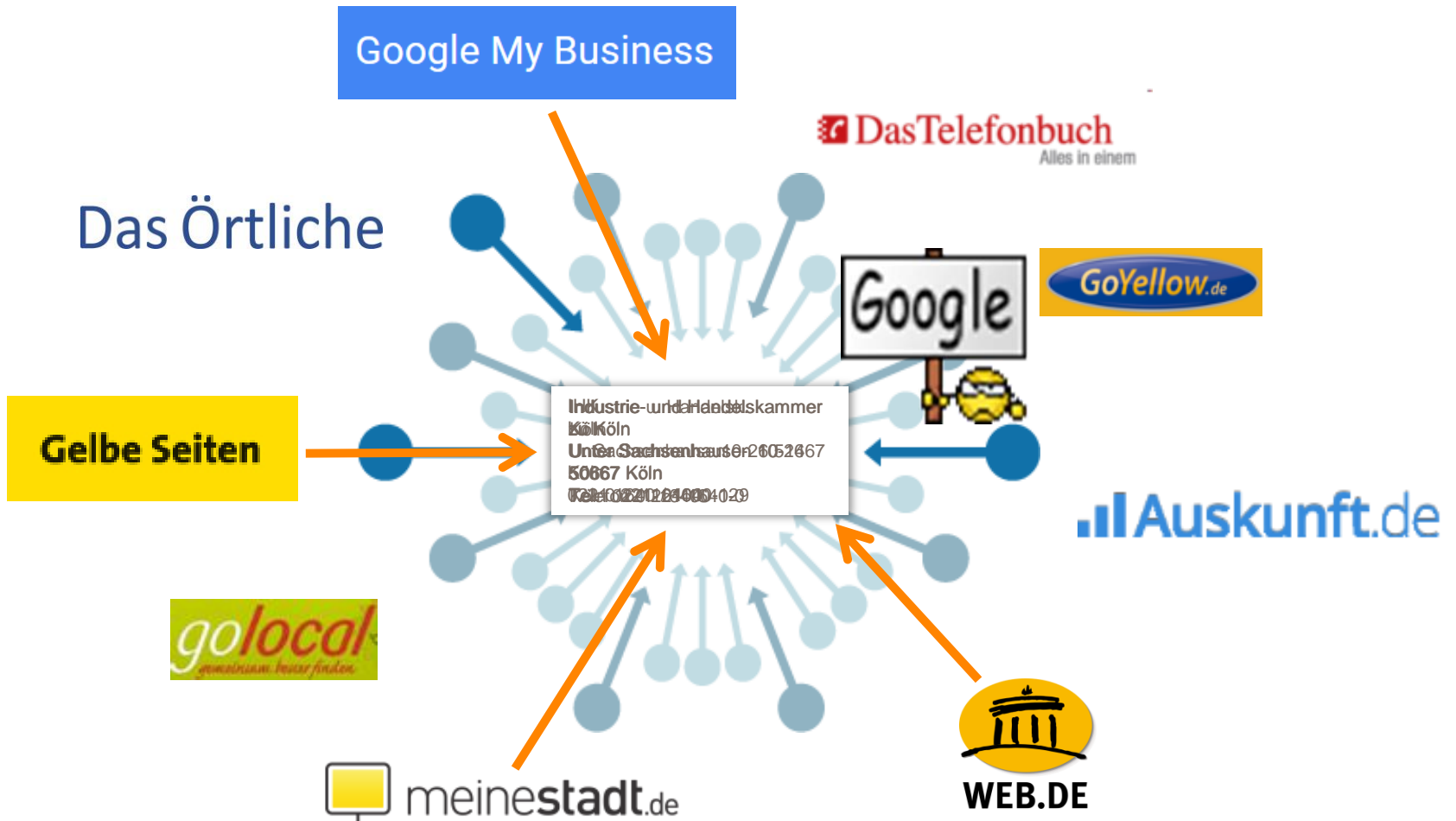


5. Google MyBusiness

So sehen Sie unterschiedliche Portale – Unschärfe!!!



5. Google MyBusiness *Und Google blickt nicht mehr durch ...*



5. Google MyBusiness

Das verhindert optimale lokale Suchergebnisse

Google My Business

DasTelefonbuch

Das

Ihr Auffindbarkeits-Ergebnis für:

Industrie- und Handelskammer zu Köln, Unter Sachsenhausen 10 - 26, 50667 [STANDORT ÄNDERN](#)

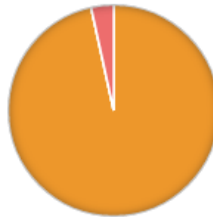
[Ergebnis teilen](#)

Qualität Ihrer derzeit online auffindbaren Firmendaten, erfolgreich gesucht in 29 Verzeichnissen:

3%
FEHLEN

97%
FALSCH

0%
KORREKT



[Beratung Anfordern](#)

Ergebnisliste

Detailansicht zur Qualität Ihrer Firmeneinträge im Internet

meinestadt.de

WEB.DE

ft.de

Gelbe Se

5. Google MyBusiness

Das verhindert optimale lokale Suchergebnisse

Das Örtliche

Gelbe Seiten

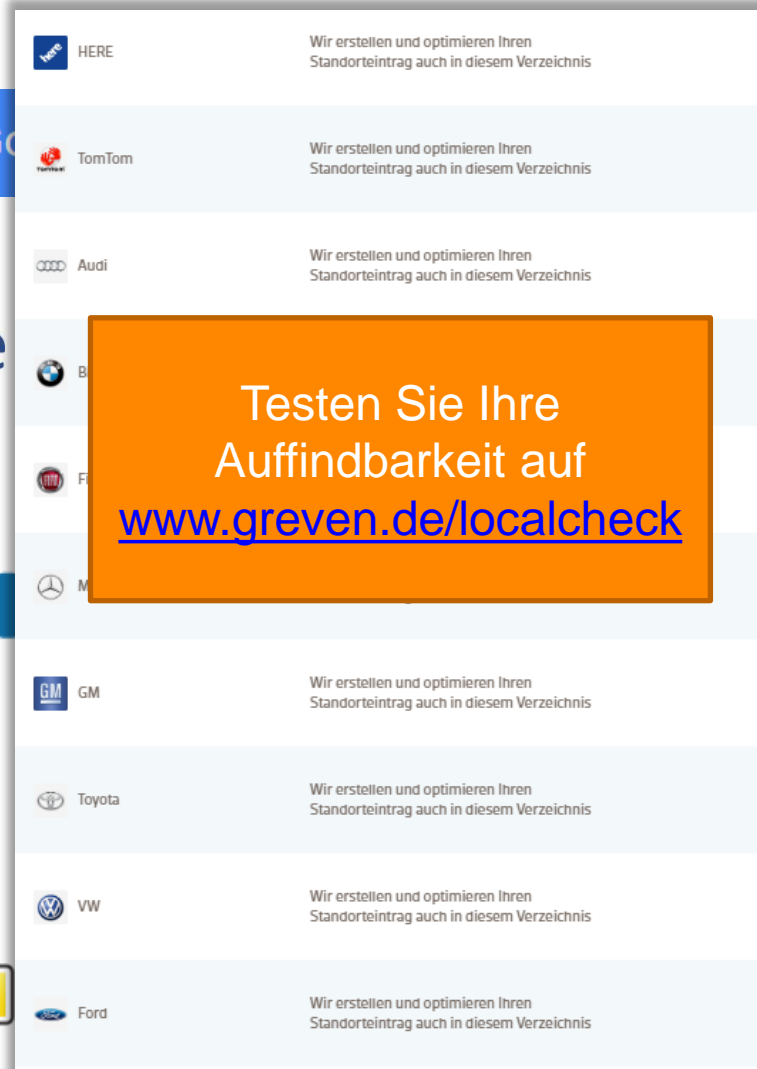
	Google My Business	IHK zu Köln Unter Sachsenhausen 10-26 Köln 0221 16400 http://www.ihk-koeln.de/	✓	✓
	Google Maps	IHK zu Köln Unter Sachsenhausen 10-26 Köln 0221 16400 http://www.ihk-koeln.de/	✓	✓
	Foursquare	IHK Köln Unter Sachsenhausen 10 - 26 Köln 022116400 http://www.ihk-koeln.de	✓	✓
	Facebook	Industrie- Und Handelskammer Köln Unter Sachsenhausen 10-26 Cologne keine Telefonnummer keine Webseite	✗	✓
	meinstadt.de	Ernst-Schneider-Preis der deutschen Industrie- u... Unter Sachsenhausen 10-26 Köln 02211640157 http://www.ernst-schneider-preis.de	✗	✗
	Business Branchenbuch	Industrie- und Handelskammer zu Köln Unter Sachsenhausen 10-26 Köln 02211640667 www.kausa-jugendforum.de	✗	/
	WEB.DE	Industrie- und Handelskammer zu Köln Unter Sachsenhausen 10 -26 Köln +49 221 16400 www.ict-cologne.de	✗	✓
	GMX	Industrie- und Handelskammer zu Köln Unter Sachsenhausen 10 -26 Köln +49 221 16400 www.ict-cologne.de	✗	✓
	Stadtbranchenbuch	Industrie- u. Handelskammer zu Köln Unter Sachsenhausen 10 Köln +4922116400 http://www.ihk-koeln.de/	✗	✓
	YellowMap	Industrie- und Handelskammer zu Köln Unter Sachsenhausen 10 -26 Köln +49 221 16400 www.ict-cologne.de	✗	✓
	Öffnungszeitenbuch	Industrie- und Handelskammer Köln Unter Sachsenhausen 10-26 Köln 0221 1640130 www.ihk-koeln.de	✗	/
	Unternehmensauskunft	Industrie- u. Handelskammer zu Köln 0221 1640255 keine Webseite	✗	/

5. Google MyBusiness

Wir liefern unsere Kunden auch an Navigationsgeräte

Das Örtliche

Gelbe Seiten



ouch
alles in einem



Auskunft.de

DE

5. Google MyBusiness *Meine Tipps*

Meine Tipps zu lokalen Profilen:

- (1) Der Kampf um die besten lokalen Treffer wird von Google weiter angefeuert – **Google will Firmen in den bezahlten Bereich treiben** – das kann nicht der langfristige Weg sein!
- (2) Holen Sie sich **viele gleichlautende Signale (Citations)** von außen: Google MyBusiness, gelbeseiten.de, auskunft.de, goyellow.de, dasoertliche.de die für Google einen extrem hohen „trust-status“ haben
- (3) Befeuern Sie alle **Profile, die Sie anlegen mit Content, Bildern, Videos und vor allem Links, Links und nochmal Links** (Geklickte Links sind echte Nutzersignale – gelernt ;-))
- (4) **Bewertungen werden zum MUSS** - holen Sie sich doch eine neutrale Plattform mit Offline/Online Kombination wie z.B. Meinungsmeister in Ihre Firma

Meine „lokale“ Agenda für Sie



1. Nutzersignale

Zündstoff für die lokale Google Suche

2. Mobile Suche

Rolle rückwärts - alles wieder lokal

3. Sprachsuche

The next big thing - locally

4. RankBrain

Rise Of The Machines

5. Google MyBusiness

Schon gut, es reicht aber nicht

Conclusio

So nutzen Sie die gute Seite der Macht ...



Conclusio:

- (1) **Nutzersignale übernehmen die Macht! Optimieren Sie für den Nutzer und nicht für Google!**
- (2) **Mobil wird alles wieder lokal – und dazu auch noch zur Primärlogik!**
- (3) **Passen Sie Ihre Website auf Sprachsuche an**
- (4) **RankBrain kommt auch auf Ihrer Website an ...**
- (5) **Lokale Citations – der Weg zu mehr lokalem TRUST ... ;-))**

Vielen Dank

Patrick Hünemohr


Geschäftsführer der GREVEN Verlagsgruppe, Köln

Whitepaper zu diesem Vortrag gibt´s unter: <https://greven.de/service/fachwissen/studien>

Folgen Sie mir gerne bei:

 www.twitter.com/huenemohr

 www.huenemohr.de

A large, bright yellow starburst shape with multiple points, containing text.

Checken Sie Ihre
Website und
Google Citations
bei uns am Stand!