

Finde die richtige Local SEO Strategie für dein Unternehmen



1. Identifiziere dein Unternehmenstyp

<p>Ein Standort, den Kunden besuchen</p> <p>z.B.: Restaurant, Geschäft</p>	<p>Mehrere Standorte, die Kunden besuchen</p> <p>z.B. Filialen</p>	<p>Ein Standort, von welchem aus du Kunden besuchst</p> <p>z.B. Handwerk, Lieferservices</p>	<p>Mehrere Standorte, von denen aus deine Kunden besucht werden</p> <p>z.B. Handwerk, Lieferservice</p>	<p>Gebäudekomplexe mit vielen Büros, Ärzten oder Anwälten</p> <p>z.B. Krankenhaus, Schulen, Praxen, Kanzleien etc.</p>	<p>Selbstständige mit privatem Geschäftssitz</p> <p>z.B. Dienstleistungen, bei denen die Adresse irrelevant ist</p>
--	--	--	---	--	---

2. Erstelle hochwertige Inhalte für deine Website. Diese Seiten brauchst du immer: Home, Über uns, Kontakt, Testimonials. Außerdem:

<p>1 Produktseite für jedes/n Produkt oder Service</p> <p>Kontakt-Seite: Liefere Infos zu NAP, Öffnungszeiten, Anfahrt und Parkmöglichkeiten</p> <p>Binde eine Landkarte mit Standort ein</p>	<p>1 Produktseite für jedes/n Produkt oder Service</p> <p>1 Seite pro Standort inkl. NAP + Öffnungszeiten am Seitenanfang</p> <p>Liefere Infos zu Anfahrt und Parkmöglichkeiten</p> <p>Binde eine Landkarte mit Standort ein</p>	<p>1 Produktseite für jedes/n Produkt oder Service</p> <p>Stadt, in der deine Dienste angeboten werden</p> <p>Prominent platzierte (trackbare) Conversion-Möglichkeit</p>	<p>1 Produktseite für jedes/n Produkt oder Service</p> <p>Standort inkl. NAP + Öffnungszeiten am Seitenanfang</p> <p>Prominent platzierte (trackbare) Conversion-Möglichkeit</p>	<p>1 Produktseite für jedes/n Produkt oder Service</p> <p>zu Anfahrt und Parkmöglichkeiten</p> <p>Binde eine Landkarte mit Standort ein</p> <p>Prominent platzierte (trackbare) Conversion-Möglichkeit. (z.B. Terminvereinbarung)</p>	<p>1 Produktseite für jedes/n Produkt oder Service</p>
--	--	---	--	---	--

3. Stelle identische Informationen für Google Maps, Bing Places und Apple Maps zur Verfügung.

Wichtig: Packstationen/virtuelle Adressen sind nicht erlaubt.
Tipp: Nutze UTM Parameter, um GMB Traffic in Google Analytics zu erfassen.

<p>Ein GMB Listing mit sichtbarer Adresse</p> <p>Link auf Homepage</p> <p>Füge Bilder des Ladens und der Ladenfront hinzu</p>	<p>Ein GMB Listing pro Standort mit sichtbarer Adresse</p> <p>Link auf Standort-Seite</p> <p>Individuelle Telefonnummer pro Standort</p> <p>Füge Bilder des Ladens und der Ladenfront hinzu</p>	<p>Ein GMB Listing</p> <p>Link auf Conversion-Seite</p> <p>Verstecke die Adresse im GMB Dashboard. Wenn Kunden auch zu dir kommen, setze das passende Häkchen unter der Adresse</p>	<p>Ein GMB Listing pro Standort</p> <p>Link auf Conversion-Seite</p> <p>Verstecke die Adresse im GMB Dashboard. Wenn Kunden auch zu dir kommen, setze bei GMB das passende Häkchen unter der Adresse</p>	<p>Ein GMB Listing pro Arzt, Anwalt etc.</p> <p>Link auf Homepage</p> <p>Individuelle Telefonnummer pro Kontaktstelle</p> <p>Business-Titel: Name der praktizierenden Person</p> <p>Füge Bilder des Ladens und der Ladenfront hinzu</p>	<p>Ein GMB Listing</p> <p>Link auf Homepage</p> <p>Verstecke die Adresse im GMB Dashboard</p>
---	---	---	--	---	---