

Tipps und Tricks für das Google Unternehmensprofil

12. März 2024

Moin, ich bin Sabrina!

**Kauffrau für Marketingkommunikation
B.A. Medien- und Kommunikationsmanagement**

2009 - 2017

angestellt in unterschiedlichen Media- und
Digitalagenturen

seit 2017

selbstständig als Onlinemarketing Trainerin,
Medientrainerin für die Haba Digitalwerkstatt &
105Viertel und Beraterin für unterschiedliche
Unternehmen (B2B/B2C)

seit 2018

Trainerin in der Google Zukunftswerkstatt

ausgebildete Mediatorin

Schwerpunkte:

Strategieentwicklung, Wettbewerbs- und
Zielgruppenanalysen, Beratung und Training zu
diversen Onlinemarketing Kanälen
insbesondere LinkedIn





**Alle Beispiele &
Screenshots sind
anhand meines
eigenen Google
Unternehmens
Profils.**





Das Google Unternehmensprofil

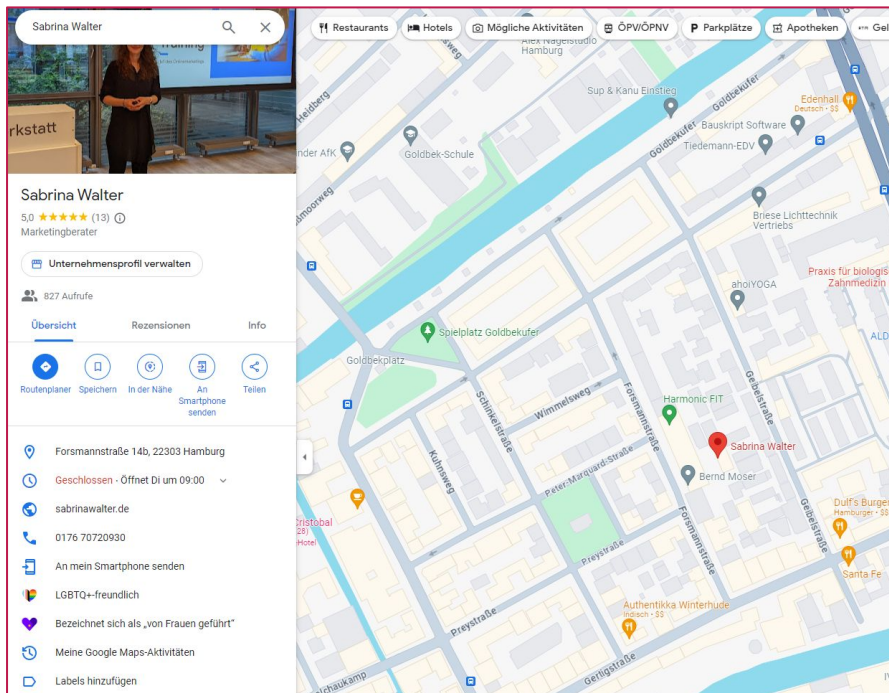
- Einführung
- Das Profil in allen Einzelheiten
- Tipps und Tools

**Mit dem Google Unternehmensprofil haben
Sie eine kostenlose Werbefläche, die Sie
optimal nutzen sollten.**

Was ist das Unternehmensprofil?

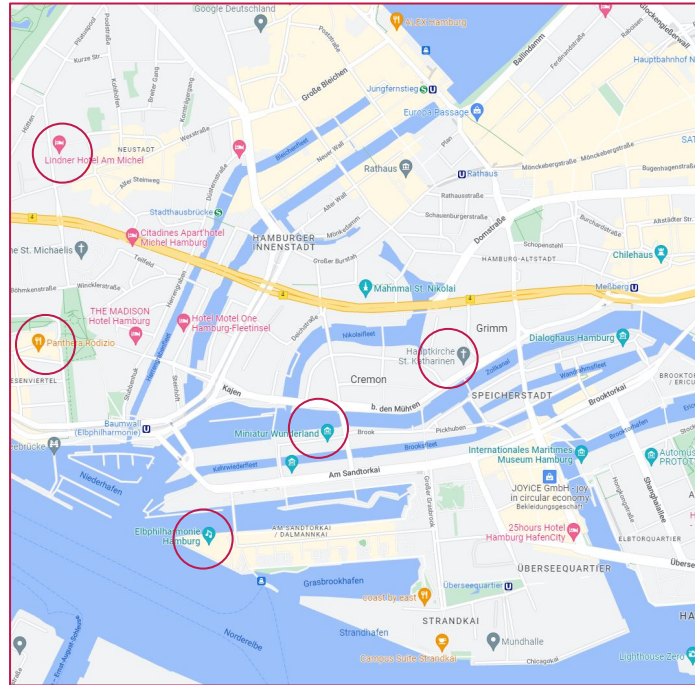
- kostenlose Möglichkeit bei Google Maps und generell via Google gefunden zu werden
- Potenzielle Kundschaft bekommt einen Einblick in Produkte/Dienstleistungen
- jedes Unternehmen kann kostenlos einen Eintrag anlegen
- relevant für Ihre Kundschaft und für das lokale Search Engine Optimization (SEO)

Der Eintrag



Andere Points of Interest

Für öffentliche Orte
erstellt Google
selbstständig
Kategorien und
Profile. Diese werden
mit Informationen
(z.B. von Wikipedia)
automatisch ergänzt.



Informationen

Google hat ein Local Guide Programm. Wenn Sie Orte bewerten oder Fotos zu Unternehmensprofilen hinzufügen, werden Sie automatisch Teil dieses Programms.

Wenn Sie Ihre Standortdaten mit Google teilen, werden Sie nach dem Besuch von z. B. Museen, Restaurants oder anderen Geschäften aufgefordert, die bereits vorhandenen Informationen zu bestätigen.

← Museum der Arbeit

×

Arbeitsmuseum in ehemaliger Kautschukfabrik mit Ausstellungen zum industriellen Erbe Hamburgs.

Barrierefreiheit

✓ Rollstuhlgerechter Eingang

✓ Rollstuhlgerechter Fahrstuhl

✓ Rollstuhlgerechter Parkplatz

✓ Rollstuhlgerechtes WC

Ausstattung

✓ Kinderfreundlich

✓ Restaurant

✓ WC

Informationen

Google befragt sog. Local Guides u.a. zu herkömmlichen Unternehmensprofilen, um z.B. Öffnungszeiten und Telefonnummern abzugleichen. Sollte es einen Unterschied zu dabei gemachten Angaben geben, werden Sie aufgefordert, diese zu überprüfen.



Die Informationen zu diesem Standort wurden von Google-Nutzern oder anderen Quellen aktualisiert. Überprüfen Sie diese veröffentlichten Aktualisierungen, um sicherzustellen, dass sie korrekt sind. [Weitere Informationen](#)

[Alle für diesen Standort akzeptieren](#)



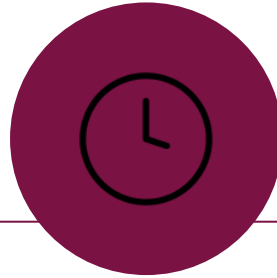
Montag	Geschlossen
Dienstag	12:00–19:00
Mittwoch	12:00–19:00
Donnerstag	12:00–19:00
Freitag	12:00–19:00
Samstag	12:00–19:00
	12:00–18:00
Sonntag	Geschlossen

Fast 5x

so viele Anfragen und Zugriffe
mit vollständig ausgefüllten Profilen!

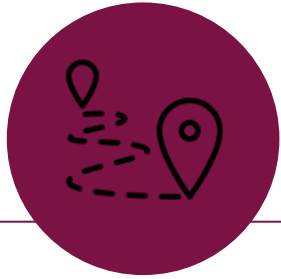


52%
für die Adresse
des Geschäfts



49%
für die
Öffnungszeiten

Das Google Unternehmensprofil als wichtige Informationsquelle



65%
nutzen das
Unternehmens-
profil zur
Routenplanung



45%
suchen nach
der Telefon-
nummer

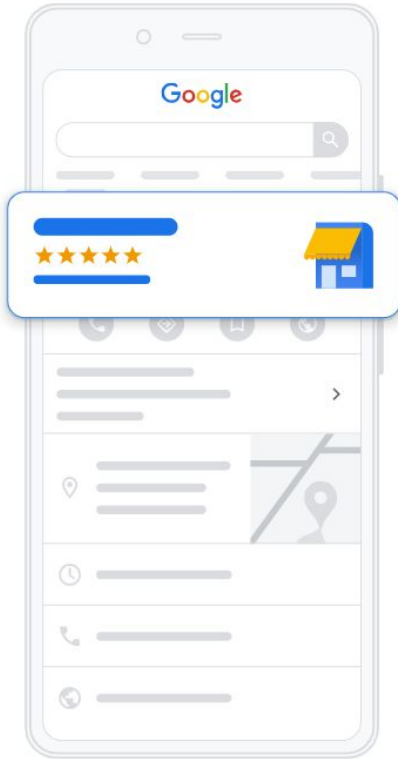
Warum eine Präsenz im Internet so wichtig ist

Jetzt starten

Einfach online gefunden werden - mit Ihrem kostenlosen Unternehmens- profil auf Google

Mit einem kostenlosen Unternehmensprofil für Ihre Außenansicht oder Ihr Einzugsgebiet können Sie Menschen, die Ihr Geschäft in der Google Suche oder auf Google Maps finden, als Kunden gewinnen. Personalisieren Sie Ihr Profil mit Fotos, Angeboten, Beiträgen und mehr.

[Jetzt verwalten](#)



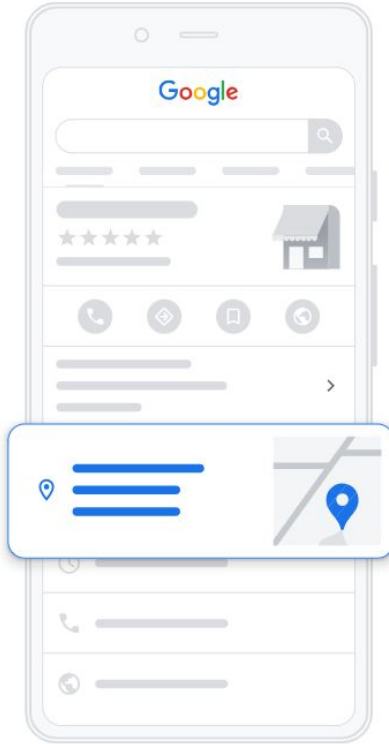
Unternehmensprofil erstellen

Potenzielle Kunden finden Sie dann leichter in der Google Suche und auf Google Maps

Sie können Kategorien später noch ändern oder weitere hinzufügen.

Wenn Sie fortfahren, akzeptieren Sie diese [Nutzungsbedingungen](#) und die [Datenschutzerklärung](#)

Weiter

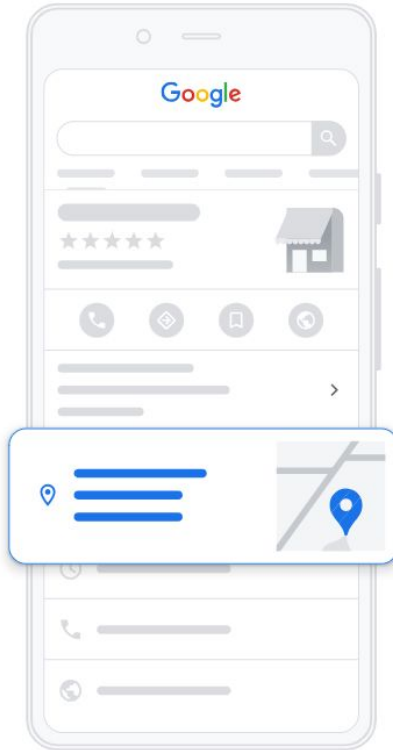


Möchten Sie einen Standort
hinzufügen, den Kunden aufsuchen
können – zum Beispiel ein
Ladengeschäft oder ein Büro?

Nutzer, die nach Ihrem Unternehmen suchen, können diesen Standort
dann auf Google Maps und in der Google Suche sehen.

- ☐ Ja
- ☐ Nein

Weiter



Unternehmensadresse eingeben

Fügen Sie einen Standort hinzu, an dem Sie von potenziellen Kunden aufgesucht werden können

Land/Region
Deutschland

Adresse

Postleitzahl

Stadt

Weiter

Der Blick ins Tool

Startseite



Mein Unternehmen bei Google

217 Kundeninteraktionen

Profilstärke 
 Sieht gut aus!



Profil bearbei...



Rezensionen ...



Nachrichten



Fotos



Leistung



Werben



Produkte be...



Dienstleistun...



Buchungen



Fragen und A...



Beitrag hinzu...



Um Rezensio...

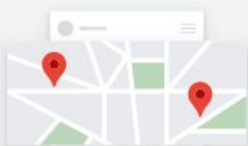
Der Website eine
Karte mit Angebote...

Angebote und Vorzüge der
Umgebung präsentieren,
damit sich Kunden ein Bil...



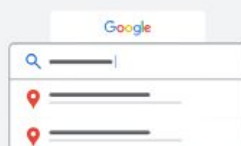
Karte in Ihre
Website einbinden

Kunden helfen, die
nächstegelegene Filiale zu
finden



Automatische
Vervollständigun...

Kunden bei der Eingabe
der richtigen Adresse
helfen, damit sie schnelle...



De

W

Ku

Be

>

Nur sichtbar für Administratoren des Profils

Startseite

Das Dashboard ist Ihre persönliche Zentrale. Hier bekommen Sie einen Überblick über aktuelle Aufrufe und Suchanfragen und Sie können neue Beiträge erstellen.

Daneben gibt es hier auch die Möglichkeit, dein Unternehmen als vorübergehend geschlossen (z.B. bei Saisongeschäft oder Krankheit) oder dauerhaft geschlossen zu markieren.

Profil bearbeiten

← Unternehmensinformationen

Info Kontakt Standort Öffnungszeiten Mehr

Informationen zum Unternehmen

Unternehmensname
Sabrina Walter

Unternehmenskategorie

Marketingberater **PRIMÄR**

Marketingbüro

Online-Marketing-Unternehmen

Alles, was mit einem Stift-Symbol versehen ist, kann immer wieder bearbeitet werden.

Wichtige Dinge, wie z.B. der Unternehmensname, können jedoch nur 3x pro Jahr geändert werden.

Informationen zum Unternehmen

Unternehmensname ✎

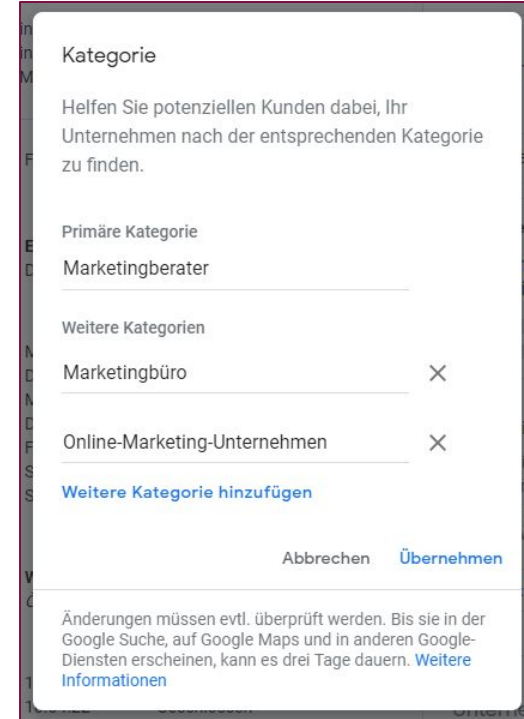
Sabrina Walter

Hier sollte alles ausgefüllt werden, was für das Unternehmen relevant ist.

Unternehmenskategorie

Die erste Kategorie ist Ihre “Primäre Kategorie”. Diese ist für alle Suchenden im Profil sichtbar. Die anderen Kategorien werden nicht im Profil angezeigt.

Daher sollte die Primäre Kategorie Ihr Angebot so genau wie möglich beschreiben. Fügen Sie so viele weitere Kategorien hinzu, wie es für Ihr Unternehmen sinnvoll ist.



The screenshot shows the 'Kategorie' (Category) selection screen for a Google Business Profile. At the top, it says 'Helfen Sie potenziellen Kunden dabei, Ihr Unternehmen nach der entsprechenden Kategorie zu finden.' Below this, there are two sections: 'Primäre Kategorie' (Primary Category) and 'Weitere Kategorien' (Additional Categories). The primary category is 'Marketingberater'. Under 'Weitere Kategorien', there are two entries: 'Marketingbüro' and 'Online-Marketing-Unternehmen', each with a close button (X). Below these is a link 'Weitere Kategorie hinzufügen' (Add more categories). At the bottom right are buttons 'Abbrechen' (Cancel) and 'Übernehmen' (Save). At the bottom, a note states: 'Änderungen müssen evtl. überprüft werden. Bis sie in der Google Suche, auf Google Maps und in anderen Google-Diensten erscheinen, kann es drei Tage dauern. Weitere Informationen'.

Kategorie

Helfen Sie potenziellen Kunden dabei, Ihr Unternehmen nach der entsprechenden Kategorie zu finden.

Primäre Kategorie

Marketingberater

Weitere Kategorien

Marketingbüro X

Online-Marketing-Unternehmen X

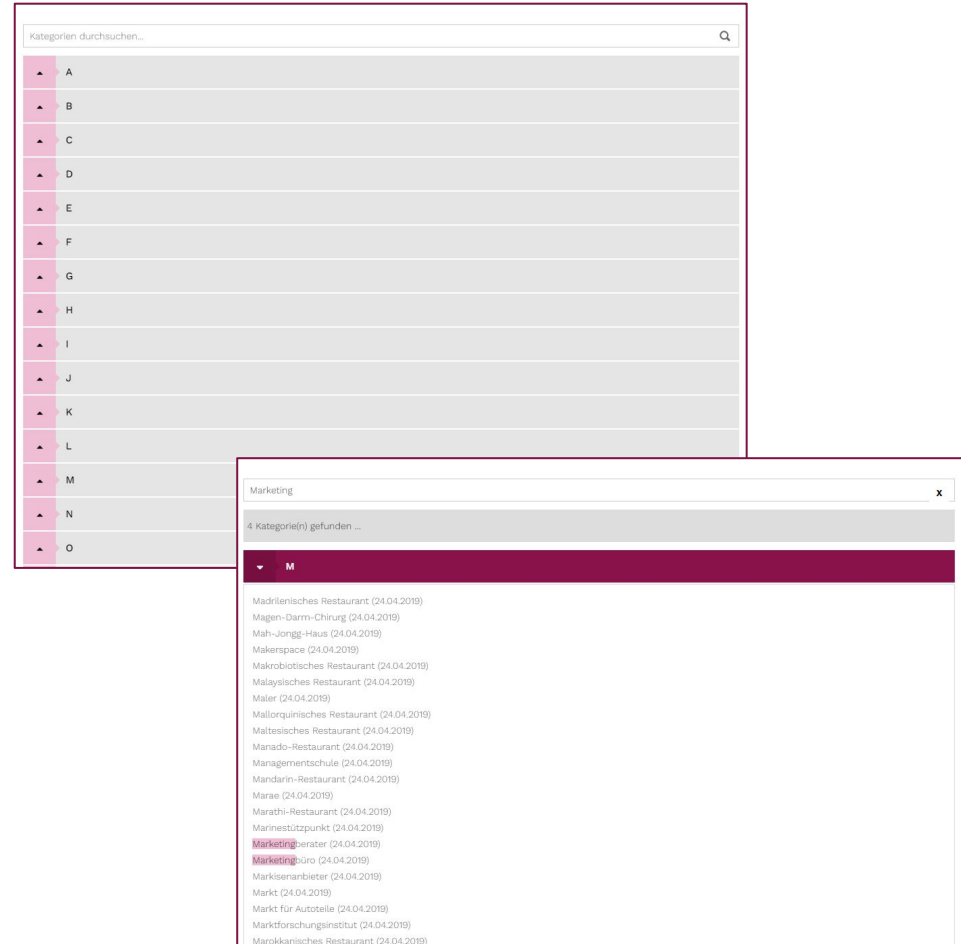
[Weitere Kategorie hinzufügen](#)

Abbrechen Übernehmen

Änderungen müssen evtl. überprüft werden. Bis sie in der Google Suche, auf Google Maps und in anderen Google-Diensten erscheinen, kann es drei Tage dauern. [Weitere Informationen](#)

Info // Kategorie finden

Auf meiner [Website](https://sabinawalter.de/gmb-kategorien/) finden Sie ein Tool, das Ihnen dabei helfen kann, die passende Kategorie zu finden. Verwenden Sie Synonyme, um auf neue Ideen zu kommen. Sie können auch durch die einzelnen Buchstaben scrollen, aber Vorsicht, das dauert bei den vielen Kategorien sehr lange.



Info // Kategorie

Warum sind die Kategorien so wichtig?

Die Kategorien sind für Google entscheidend, damit Ihre Inhalte/Ihr Profil den richtigen Personen präsentiert werden kann. Viele Nutzende suchen nicht exakt nach dem Unternehmensnamen (Bsp: Fleischer Müller), sondern nach dem Sammelbegriff (Bsp: Fleischerei Hamburg).

Das sehen Sie in Ihren Statistiken.

Je nach Kategorie stellt Google weitere Funktionen zur Verfügung (z.B. Tischreservierung bei Restaurants).

Info // Adresse

Die Adresse wird für die einmalige Überprüfung des Eintrags benötigt. Wenn Sie kein Ladengeschäft haben, können Sie beim Anlegen des Profils auswählen, dass Sie keine Waren vor Ort anbieten. Auch später ist es möglich, die Adresse zu löschen und nur mit dem Einzugsgebiet zu arbeiten.

Tipp: Wenn Sie ein Ladengeschäft/einen Standort haben, lassen Sie sich einmal von Google Maps virtuell hin navigieren. Es kann ab und an vorkommen, dass der Pin (die rote Nadel, die Ihren Standort anzeigt) nicht richtig positioniert ist. Das macht Google selbstständig. Sie können den Pin bei falscher Positionierung selbst händisch nachjustieren.

Unternehmensstandort

Wenn Sie eine Adresse angeben, erscheint Ihr Standort auf Google und ist für Kunden sichtbar. Die Adresse können Sie weglassen, wenn Sie weder ein Ladengeschäft noch ein Büro haben.

Land/Region

Deutschland

?

Adresse

Formannastraße 14b

Zeile hinzufügen

Postleitzahl

22303

Stadt

Hamburg

Adresse löschen

Zum Verschieben Ortsmarkierung ziehen

Abbrechen

Übernehmen

Änderungen müssen evtl. überprüft werden. Bis sie in der Google Suche, auf Google Maps und in anderen Google-Diensten erscheinen, kann es drei Tage dauern. [Weitere Informationen](#)

Info // Einzugsgebiet

Zusätzlich oder auch ausschließlich, können Sie mit dem Einzugsgebiet arbeiten.

Einzugsgebiete können Stadtteile, Bundesländer oder Länder sein.

Sie sind sinnvoll, wenn Sie nur in einer bestimmten Region arbeiten oder Standorte (bei Filialen) voneinander abgegrenzt werden sollen.

Einzugsgebiet

Geben Sie an, wo Ihr Unternehmen Produkte oder Dienstleistungen anbietet

Gebiete suchen und auswählen

Hamburg-Winterhude

Winterhude
Hamburg, Deutschland

Harburg
Hamburg, Deutschland

Abbrechen Übernehmen

Änderungen müssen evtl. überprüft werden. Bis sie in der Google Suche, auf Google Maps und in anderen Google-Diensten erscheinen, kann es drei Tage dauern. [Weitere Informationen](#)

Einzugsgebiet

Geben Sie an, wo Ihr Unternehmen Produkte oder Dienstleistungen anbietet

Gebiete suchen und auswählen

Berlin-Neukölln

Deutschland ✕

Einzugsgebiete löschen

Abbrechen Übernehmen

Änderungen müssen evtl. überprüft werden. Bis sie in der Google Suche, auf Google Maps und in anderen Google-Diensten erscheinen, kann es drei Tage dauern. [Weitere Informationen](#)

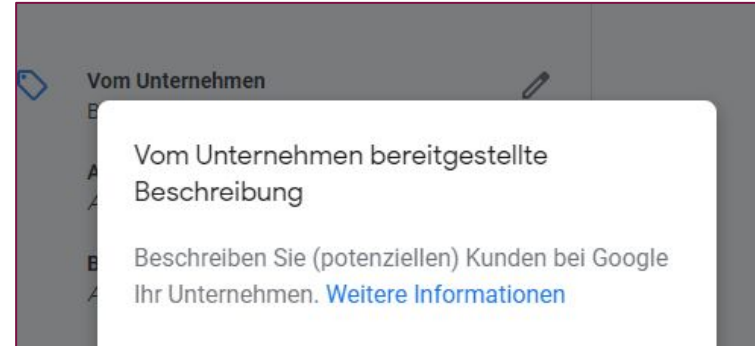
Info // Einzugsgebiet

Wenn Sie keine Adresse verwenden, wird die grafische Darstellung an Ihr Einzugsgebiet angepasst.



Info // Beschreibung

Achten Sie bei der Beschreibung Ihres Unternehmens darauf, dass Ihre wichtigsten Keywords im Text enthalten sind. Versuchen Sie, die 750 Zeichen auszuschöpfen.



Info // Attribute

Nutzen Sie alle Attribute, die zu Ihrem Unternehmen passen.

Die Attribute werden im Unternehmenseintrag von Google besonders hervorgehoben.

The image shows two parts of the Google Business Profile interface. On the left is the 'Attribute' selection screen, and on the right is a completed profile for 'Sabrina Walter'.

Attribute Selection Screen (Left):

- Attribute:** Search bar with 'In diesen Attributen suchen'.
- Potenzielle Kunden erfahren mehr über Ihr Unternehmen...** (Introductory text).
- Vom Unternehmen:** A blue pill button labeled 'Bezeichnet sich als „von Frauen geführt“' is highlighted with a red arrow.
- Barrierefreiheit:** Three blue pill buttons: 'Rollstuhlrechte Sitzgelegenheiten', 'Rollstuhlrechter Eingang', and 'Rollstuhlrecht WC'.
- Ausstattung:** A blue pill button labeled 'Unisex-Toilette'.
- Publikum:** Two blue pill buttons: 'LGBTQ+-freundlich' and 'Sicherer Ort für Transgender'.
- Notfallhilfe:** A blue pill button labeled 'Hier werden Geflüchtete beschäftigt'.
- Planung:** A blue pill button labeled 'Termin anfordern'.
- Buttons:** 'Abbrechen' and 'Übernehmen' at the bottom.
- Footer:** 'Änderungen müssen evtl. überprüft werden. Bis sie in der Google Suche, auf Google Maps und in anderen Google-Diensten erscheinen, kann es drei Tage dauern. Weitere Informationen'.

Completed Profile (Right):

- Image:** A photo of a building.
- Name:** Sabrina Walter
- Rating:** 5.0 stars, 8 reviews.
- Category:** Marketingberater
- Actions:** 'Routenplaner', 'Speichern', 'In der Nähe', 'An Smartphone senden', 'Teilen'.
- Address:** Forsmannstraße 14b, 22303 Hamburg
- Status:** Geschlossen - Öffnet Mi um 09:00
- Contact:** sabrinawalter.de, 0176 70720930, H2M8+C4 Hamburg
- Attribute:** A purple heart icon and the text 'Bezeichnet sich als „von Frauen geführt“' are highlighted with a red arrow pointing from the selection screen.

SABRINA
WALTER

Info // weitere Öffnungszeiten

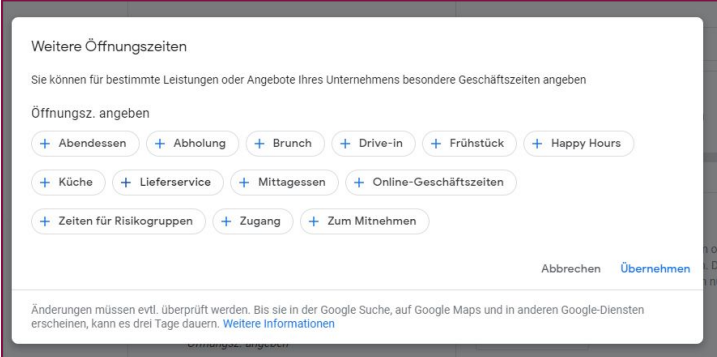
Leider gibt es (noch) nicht den Punkt “Termin nach Vereinbarung”. Solch eine Information sollte unbedingt in die Beschreibung integriert und/oder als extra Beitrag geteilt werden. Denkbar ist es auch, dafür mit einem Terminbuchungstool unter dem Punkt “Termine” zu arbeiten.

Für ein e-Commerce Unternehmen, kann “rund um die Uhr geöffnet” eingestellt werden.



	Montag	09:00–18:00	
	Dienstag	09:00–18:00	
	Mittwoch	09:00–18:00	
	Donnerstag	09:00–18:00	
	Freitag	09:00–17:00	
	Samstag	Geschlossen	
	Sonntag	Geschlossen	

	Weitere Öffnungszeiten	
	<i>Öffnungsz. angeben</i>	



Weitere Öffnungszeiten

Sie können für bestimmte Leistungen oder Angebote Ihres Unternehmens besondere Geschäftszeiten angeben.

Öffnungsz. angeben

[Abbrechen](#) [Übernehmen](#)

Änderungen müssen evtl. überprüft werden. Bis sie in der Google Suche, auf Google Maps und in anderen Google-Diensten erscheinen, kann es drei Tage dauern. [Weitere Informationen](#)

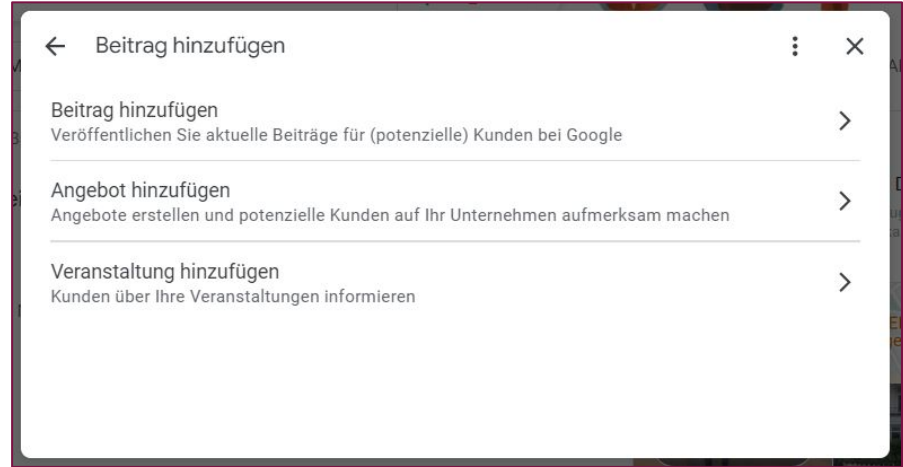
Beiträge

Beiträge erstellen

Dies ist eine der am meist unterschätzten, aber auch übersehenen Funktionen des Google Unternehmensprofils.

Mit Beiträgen können Sie auf unterschiedliche News oder Produkte aufmerksam machen.

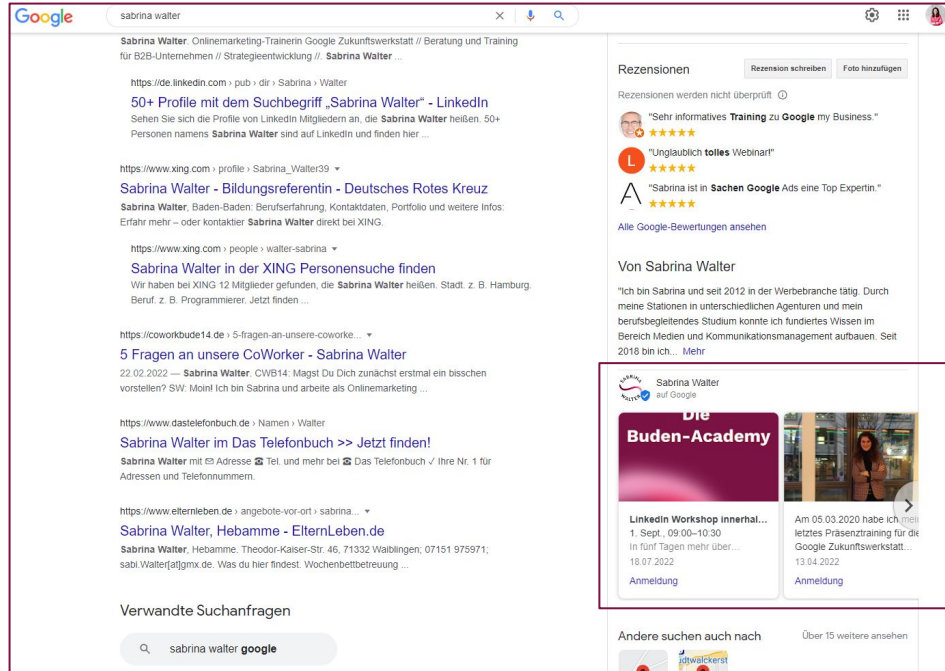
Tipp: Versuchen Sie einmal im Monat einen Beitrag zu erstellen.



Wo werden Beiträge angezeigt?

Im unteren, rechten Bereich der Google Suche.

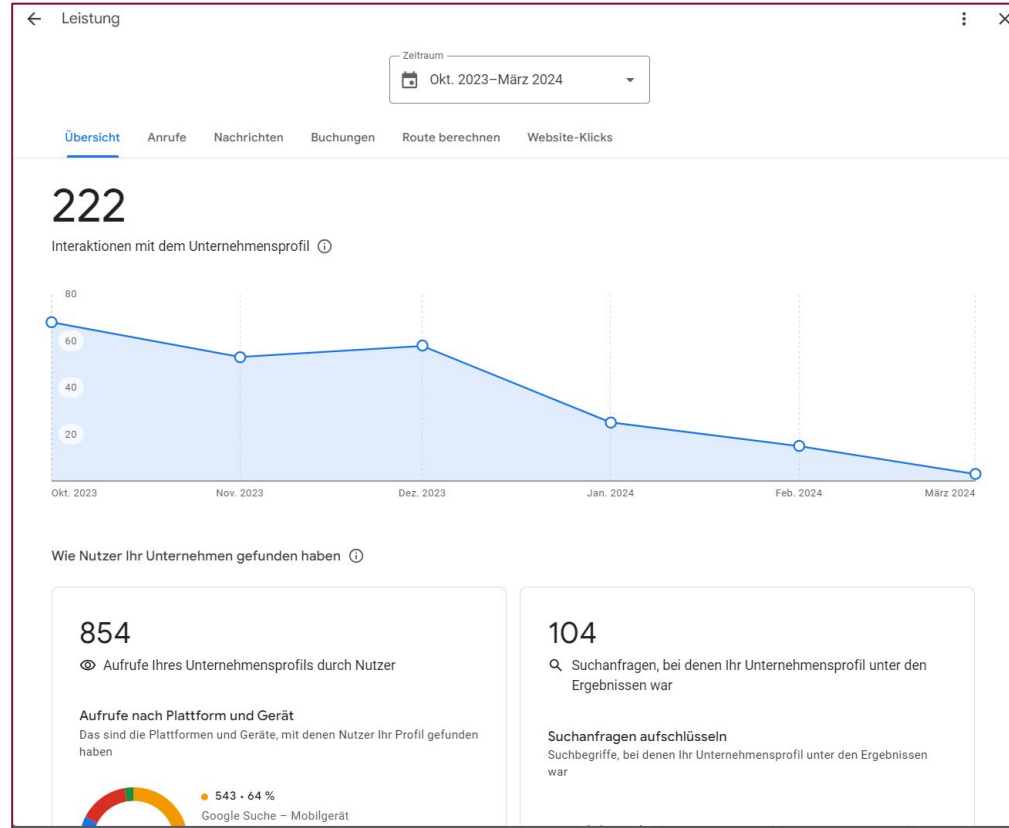
Beiträge und andere Informationen vergrößern Ihr Profil. Toller Nebeneffekt: Der Bereich "Andere suchen auch nach" (= häufig Wettbewerbsunternehmen) wird in der Google Suche nicht so präsent dargestellt.



Leistung

Leistung

Die Statistiken können Sie nur in Ihrem Unternehmensprofil abrufen. Aktuell sind keine Integrationen innerhalb von Analytics möglich.

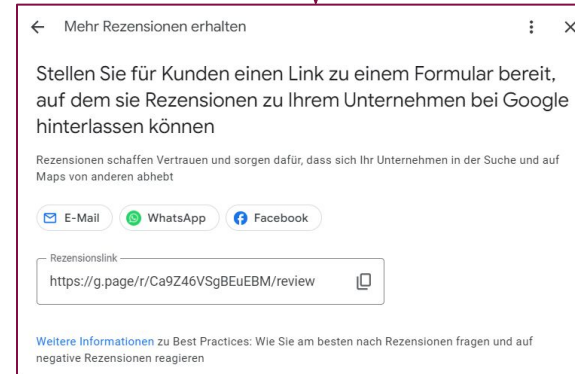
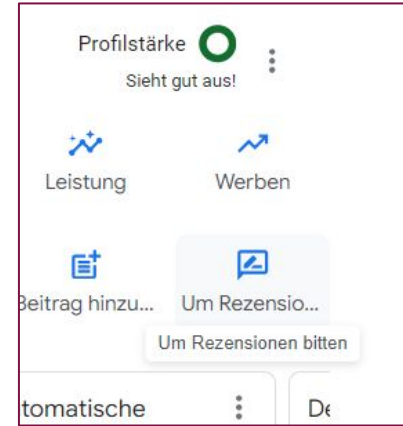


Rezensionen

Startseite // Rezensionen

Eine weitere wichtige Funktion auf der Startseite ist der Punkt **“Um Rezensionen bitten”**.

Hier erhalten Sie einen Link, mit dem Sie z.B. einen QR-Code generieren und im Geschäft platzieren können.



Rezensionen

Sie sind ein sehr wichtiger Teil des Unternehmensprofils. Hier sollten Sie aktiv um Bewertungen bitten und vor allem auf alle Ihre Bewertungen individuell antworten, egal wie viele Sterne sie haben. So zeigen Sie Wertschätzung und Aktivität in Ihrem Profil.

Profile mit einer Bewertung ab **4,4** Sternen, wirken sich positiver auf das Google-Ranking au!

Sie erhalten bereits ab einer Bewertung einen Score.

Rezensionen

Und was, wenn doch mal eine schlechte oder gar falsche Bewertung bei Ihnen landet? Dann haben Sie die Möglichkeit, über diesen [Workaround](#) die Bewertung bei Google zu melden. Die Bearbeitung kann allerdings unterschiedlich lange dauern.

Irrtümliche / falsche Rezensionen melden

Google Unternehmensprofil-Hilfe

Hilfe Community Unternehmen bestätigen

Rezensionen verwalten

Mit diesem Tool können Sie Rezensionen zum Entfernen melden und den Status bereits gemeldeter Rezensionen abrufen. Rezensionen, die gegen die entsprechenden Richtlinien verstoßen, können aus Unternehmensprofilen bei Google entfernt werden.

25%

Prüfen, ob Sie eine Rezension gemeldet haben

Was möchten Sie mit den Rezensionen tun?

☐ Neue Rezension zum Entfernen melden

Anfrage zum Melden einer Rezension

80%

In dieser Tabelle finden Sie die Rezensionen für Ihr Unternehmen. Sie erscheinen in der Reihenfolge, in der sie veröffentlicht wurden. Verwenden Sie die Links, um eine Rezension zum Entfernen zu melden. Wenn Sie den Status der Rezensionen sehen möchten, die Sie mit diesem Tool gemeldet haben, sehen Sie in Ihrem Posteingang oder auf dieser Seite nach. Die meisten gemeldeten Rezensionen werden innerhalb von drei Werktagen bearbeitet.

Wichtig: Wenn Sie auf der Seite „Problem melden“ die Option „Nicht hilfreich“ auswählen, wird eine Rezension nicht zum Entfernen aufgrund eines Richtlinienverstößes gekennzeichnet. Wählen Sie eine andere Option aus, wenn Sie der Meinung sind, dass die Rezension gegen die Richtlinien verstößt und entfernt werden sollte.

Rezension	Bewertung	Name des Rezensenten	Link zur Rezension	Problem melden
Sabrina hat uns wunderbar bei unserem Einstieg in Google Ads geholfen. Dank ihrer positiven Energie,...	5 von 5 Sternen	Anneke Jansen	In Maps ansehen	Melden
Sabrina hat eine				

Rezension melden

Themaverfehlung
Die Rezension hat nichts mit Erfahrungen mit oder in diesem Unternehmen zu tun

Spam
Die Rezension stammt von einem Bot, einem gefälschten Konto oder enthält Werbung

Interessenkonflikt
Die Rezension stammt von jemandem, der mit diesem Unternehmen oder einem Konkurrenzunternehmen in Verbindung steht

Vulgäre Sprache
Die Rezension enthält Schimpfwörter, sexuell anstößige Sprache oder Gewaltdarstellungen

Mobbing oder Belästigung
In der Rezension wird jemand persönlich angegriffen

Diskriminierung oder Hassrede
Die Rezension enthält Sprache, die eine Einzelperson oder Gruppe in ihrer Identität verletzt

Personenbezogene Daten
Die Rezension enthält personenbezogene Daten wie eine Adresse oder Telefonnummer

[Rechtlches Problem melden](#)

Tipp: Schreiben Sie die Anfrage auf Englisch, dann wird sie noch schneller bearbeitet. Vergewissern Sie sich, dass Sie mit dem richtigen Konto eingeloggt sind, oder benutzen Sie die Funktion “Konto wechseln”.

Rezension gemeldet - wie geht es weiter?

Wenn Sie die Rezension über den Workaround gemeldet haben, kann es erstmal dauern bis Google antwortet. Je nachdem können es ein paar Tage, manchmal aber auch ein paar Wochen sein.

Daher antworten Sie unbedingt auf die Rezension! Studien haben gezeigt, dass potentiellen Kund:innen die Antworten und der Umgang mit Rezensionen der Unternehmen wichtiger war, als die negative Rezension selbst.

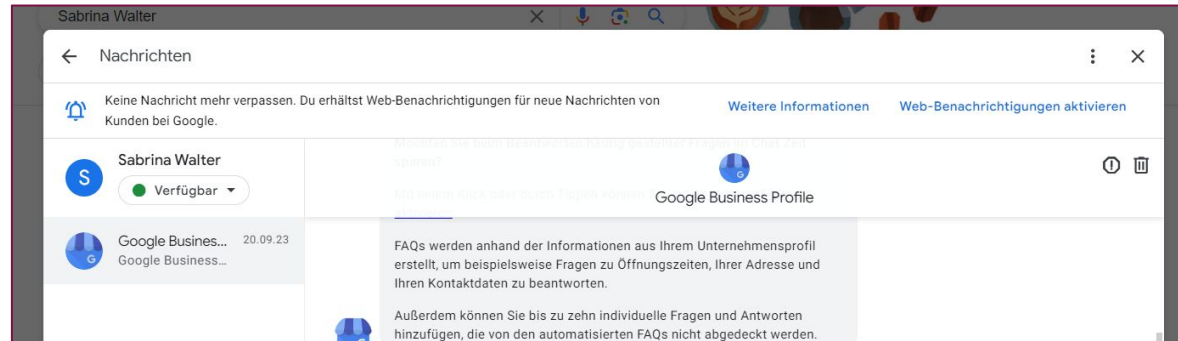
Wichtig: Antworten Sie objektiv und nicht beleidigend. Bieten Sie die Möglichkeit zur Klärung an (z.B. per Mail an info@-Adresse).

Nachrichten

Nachrichten

Damit Ihnen über das Unternehmensprofil eine Nachricht gesendet werden kann, müssen Sie diese Funktion aktivieren. Nutzen Sie diese Funktion nur, wenn Sie regelmäßig Ihre Mails abrufen oder die Zeit haben, auf Nachrichten zu antworten.

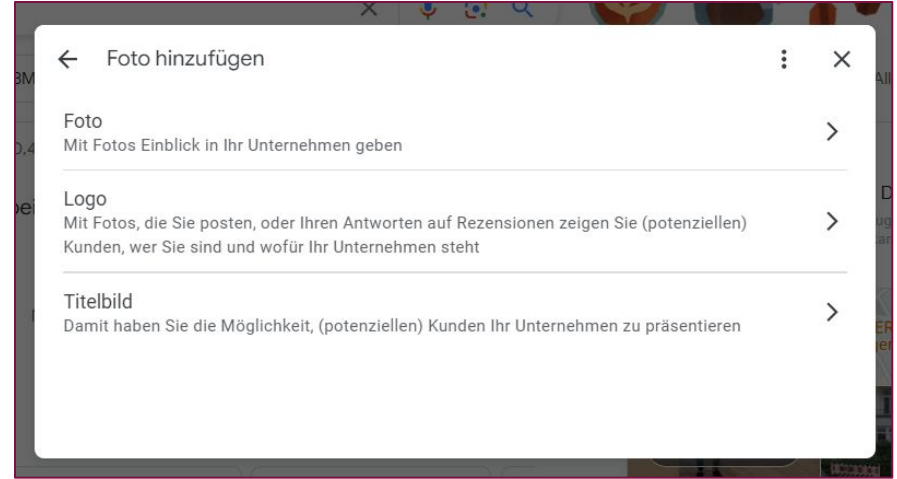
Tipp: Unter den Benachrichtigungen können Sie sich per E-Mail über neue Nachrichten informieren lassen.



Fotos

Fotos

Sie können ein Titelbild und Logo hinzufügen. Ob das Titelbild dann aber den Suchenden ausgespielt wird, entscheidet Google individuell je nach Anfrage.

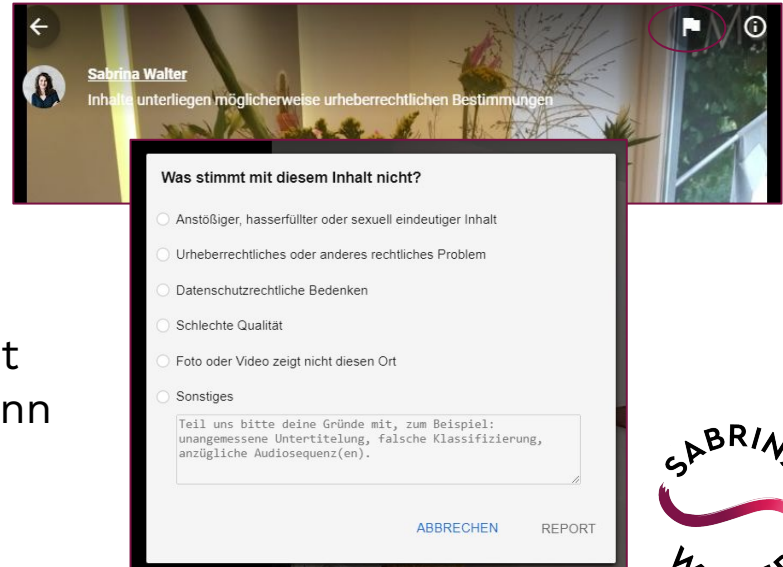


Fotos // melden

Haben Sie hochgeladene Bilder in Ihrem Profil, die nicht Ihr Unternehmen oder Produkte zeigen, können Sie diese melden. Klicken Sie dafür auf das betreffende Bild und oben rechts auf die Flagge.

Danach öffnet sich ein Fenster und Sie können das Bild melden. Auch hier kann es wieder dauern, bis das Bild von Google entfernt wird.

Hinweis: Das Google Street View Bild zählt nicht dazu und kann nicht gelöscht werden (auch wenn es veraltet ist).



Produkte

Produkte

Neben den Beiträgen ist eine weitere häufig kaum genutzte Profilfunktion die der Produkte. Dabei können Sie hier Ihr Angebot richtig gut präsentieren. Sie müssen zudem nicht zwingend einen Preis angeben, was das Ganze noch einfacher macht.

Tipp: Sollten Sie ein E-Commerce-Unternehmen haben, nutzen Sie nur eine Auswahl der Top-Produkte oder die, die von Haus aus ein hohes Suchvolumen haben.

Produkte


Die Kategorien
können Sie
individuell anlegen
– so, wie es für Ihr
Business passt.

Produkte verwalten

Mit Produkten, die Sie Ihrem Unternehmensprofil in der Google Suche und auf Google Maps hinzufügen, lenken Sie die Aufmerksamkeit (potenzieller) Kunden auf Ihr Unternehmen


[Produkt hinzufügen](#) [Auf Google ansehen](#)

[Alle Produkte](#) Workshops und Trainings



LinkedIn Training

400,00 € - 1.000,00 €



Google Unternehmensprofil Che...

250,00 €

Produkt hinzufügen

Foto hierher ziehen
oder
[Foto auswählen](#)

Produktname* 0 / 58

Kategorie auswählen*

Produktpreis (EUR)
Optional

Produktbeschreibung 0 / 1000
Optional

URL der Produkt-Landingpage (optional)
0 / 1500

[Speichern](#)

Wo werden Produkte angezeigt?

Google

Alle Bilder Videos News Maps Mehr Suchfilter

Ungefähr 12.100.000 Ergebnisse (0,47 Sekunden)

<https://sabinawalter.de>

Sabrina Walter: Startseite

Mein! Ich bin Sabrina aus Hamburg und arbeite als Onlinemarketing Trainerin. Suchst Du Hilfe in der komplexen Onlinewelt? Dann lass uns schnackeln

<https://sabinawalter.de/ueber-mich>

Über mich - Sabrina Walter

Sabrina Walter Onlinemarketing Beratung und Trainerin der Google Zukunftswerkstatt ... Nach meiner Ausbildung zur Kaufrau für Marketingkommunikation 2012, begann ...

Bilder zu sabrina walter

marketing onlinemarketing

Alle anzeigen → Feedback geben

Sabrina Walter

Website Wegbeschreibung Speichern Anruf

5,0 8 Google-Rezensionen

Marketingberaterin in Hamburg

Serviceoptionen: Onlinetermine

Adresse: Forsmannstraße 14b, 22303 Hamburg

Öffnungszeiten: Geschlossen · Öffnet Mi um 09:00

Telefon: 0176 70720930

Änderung vorschlagen · Inhaber dieses Unternehmens?

Produkte [Alle anzeigen](#)

LinkedIn Training 400,00–1.000,00 €

Google Unternehmens... 250,00 €

Sabrina Walter 0176 70720930

Forsmannstraße 14b, Hamburg

← Alle Produkte ansehen

LinkedIn Training
400,00–1.000,00 €
Ich erstelle individuelle Workshops rund um deine Anforderungen bei LinkedIn.
Preis je nach Anforderung
[Weitere Informationen](#)

Weitere Produkte dieser Kategorie

Google Unternehmens...
250,00 €

Produkte // Tipps

Achten Sie bei den Produkten auf die richtige Verlinkung! Gerade wenn Sie mehrere Produkte anlegen oder saisonale Angebote haben, müssen Sie hier auf Aktualität Wert legen.

Zudem ist ein Foto ein Muss. Wenn Sie Dienstleistungen anbieten, nutzen Sie (ähnlich wie bei mir) Bilder, die Sie in Aktion zeigen. Von Bildern aus Bilddatenbanken rate ich Ihnen ab, zum einen zwecks Urheberrecht und zum anderen haben Sie mit eigenem Bildmaterial auch hier wieder die Möglichkeit, in Suchanfragen besser zu ranken (Google Bilder Suche).

Dienstleistungen

Dienstleistungen

Hatten Sie bei den Kategorien das Gefühl, die richtige ist für Ihr Business nicht dabei?

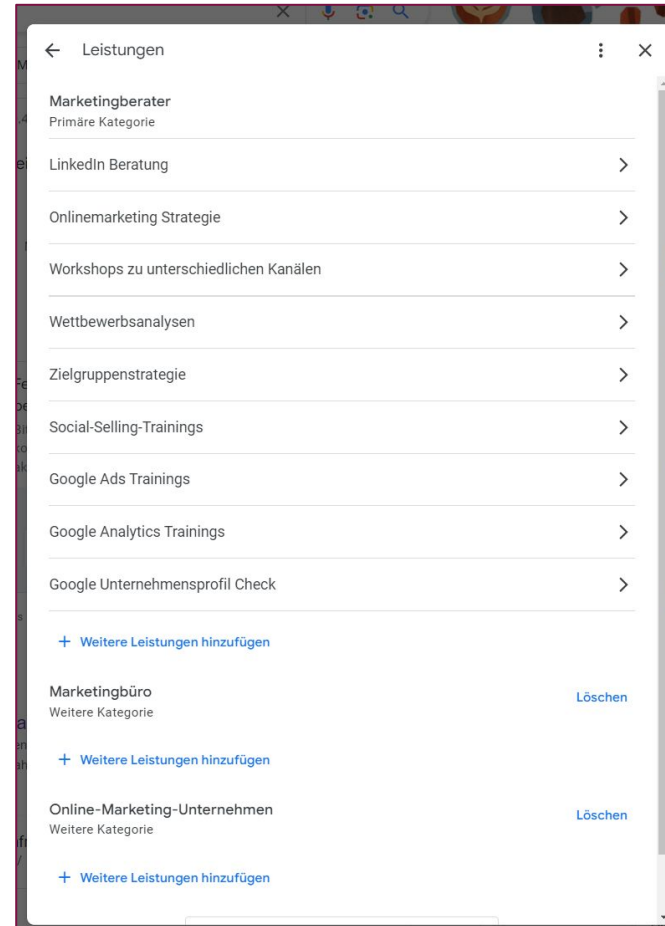
Kein Problem, dann kommt der Leistungsbereich für Sie genau richtig!

Hier können Sie ganz individuell Dienstleistungen hinzufügen.

Leistungen

Für jede Ihrer gewählten Kategorien können Sie Dienstleistungen festlegen. Diese können Sie (optional) mit Preisen und weiterführenden Texten versehen.

Tipp: Denken Sie auch hier wieder an Ihre wichtigsten Suchbegriffe, zu denen Sie ranken möchten!

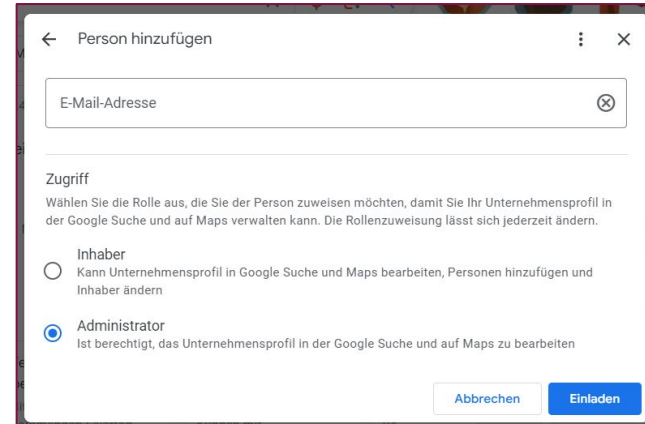
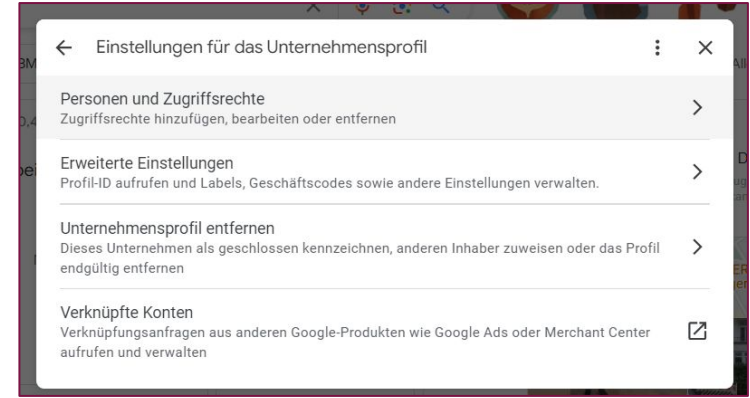


Nutzer

Nutzer

Wie bei allen Tools sollten Sie genau darauf achten, wer Zugriff auf Ihren Account hat. Zur besseren Kontrolle können Sie unterschiedliche Rechte für die Verwaltung Ihres Profils vergeben.

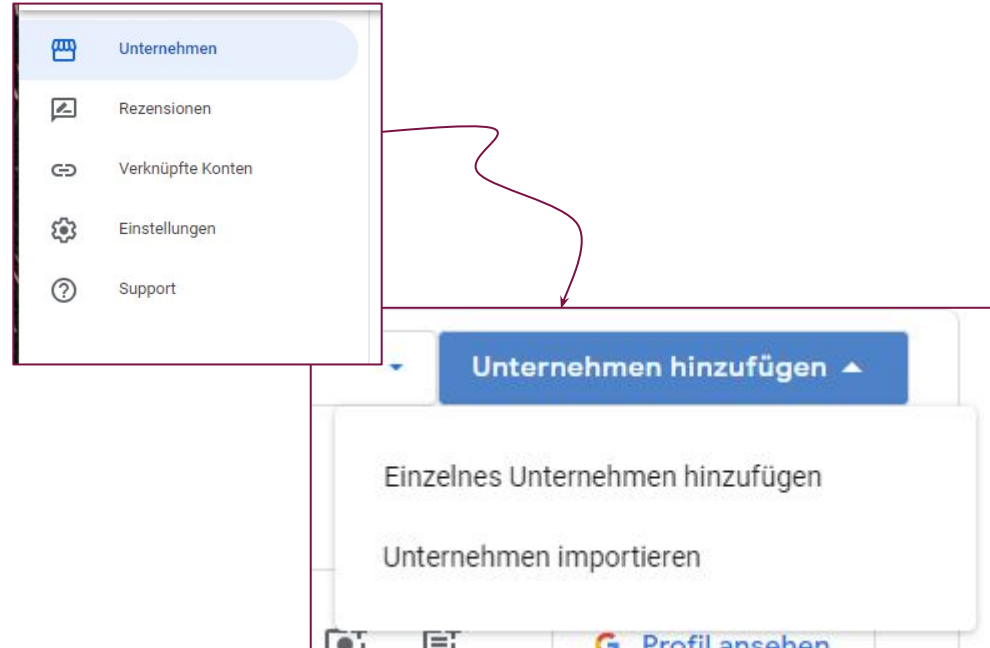
Primäre:r Inhaber:in sollten immer Sie selbst sein und keine beauftragten Unternehmen / Dienstleister:innen, etc.



Weitere Standorte

Unternehmen

Unter dem Punkt
„Unternehmen“ können Sie
weitere Standorte hinzufügen.





Weitere Tipps & Tools



Zusätzliche Tipps

- Verwenden Sie die gleiche E-Mail-Adresse wie bei anderen Google Tools.
 - Vor allem Google Ads ist hier wichtig, da die beiden Anwendungen miteinander verknüpft werden können und auch sollten, wenn Sie Google Ads aktiv nutzen.
- Bleiben Sie aktiv! Versuchen Sie mindestens einmal im Monat aktiv zu sein.
 - Beitrag posten oder ein neues Foto hinzufügen etc.
 - Etwas aktualisieren, z.B. generelle Informationen, zählt auch dazu
- Fragen Sie Kund:innen, Partner:innen etc. proaktiv nach Rezensionen
 - Diese können Sie auch für andere Plattformen nutzen oder auf Ihrer Website einbauen. Bewertungen sorgen für Glaubwürdigkeit und auch bei „schlechteren“ Bewertungen ist Suchenden die Antwort des Unternehmens wichtiger als die bloße Bewertung.

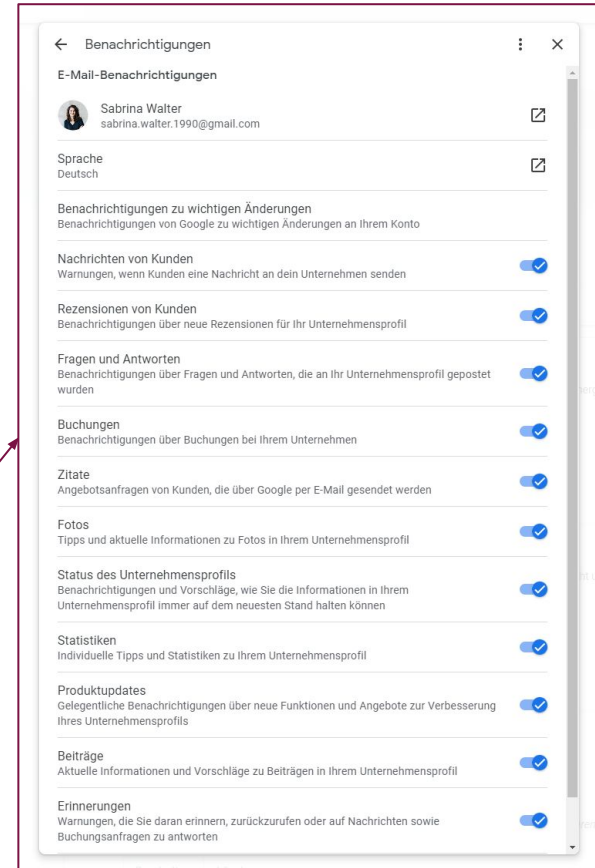
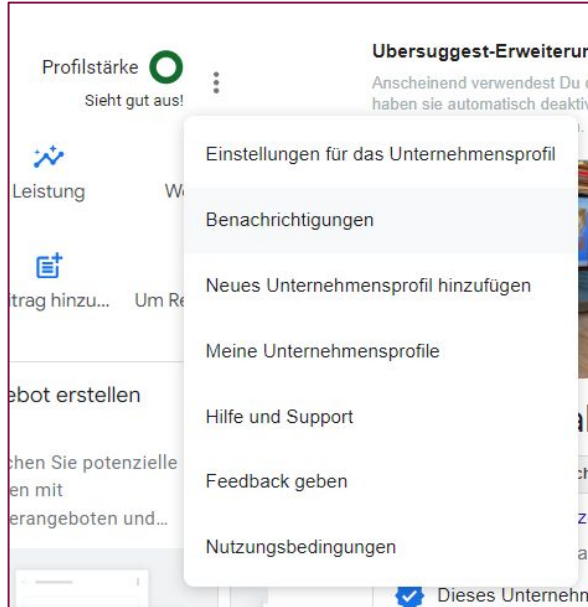
Zusätzliche Tipps

- Überprüfen Sie einmal jährlich, ob neue Kategorien hinzugekommen sind.
- Wenn Sie in einem Gebäude mit mehreren Unternehmen sitzen oder die Adresse generell ein größerer Gebäudekomplex ist, teilen Sie den Standort mit dem Plus Code.
Der Plus Code macht auch dann Sinn, wenn Ihr Standort keinen Straßennamen hat.



Zusätzliche Tipps

- Lassen Sie sich per E-Mail benachrichtigen.



Checkliste

- Eigene Website hinterlegt
- Öffnungszeiten und Kontaktdaten sind aktuell
- Die richtige(n) Kategorie(n) ausgewählt
- Mit den Leistungen haben Sie die Kategorien spezifiziert
- Produkte hinzugefügt
- Mindestens 1x im Monat einen Beitrag veröffentlichen

Gibt es Fragen?

19.03.24 10-11 Uhr
meet.google.com/moc-tsxz-ovm

Offene Fragestunde

Hat Ihnen das
Webinar geholfen?

Dann freue ich
mich über eine
Bewertung bei
Google!

