



**Google Places:
Optimierungs-Tipps für Einträge
im Google Branchencenter**



Google Places – Optimierungs-Tipps für Places-Accounts

1. Entstehung und Entwicklung von Google Places
2. Ausblick auf die Zukunft: Potenzial von Google Places
3. Korrekte Erfassung eines Unternehmens in Google Places
4. Ranking-Faktoren für Google Places: OnSite
5. Ranking-Faktoren für Google Places: OffSite
6. Ranking-Faktoren für Google Places: OnPlaces
7. Ranking-Faktoren für Google Places: OffPlaces
8. Freischaltung Google Places Profil
9. Google Places Dashboard für Firmen-Inhaber
10. Google Places Qualitätsrichtlinien
11. Allgemeine Google Qualitätsrichtlinien



Google Maps > AdWords > Branchencenter > Places

1, Entstehung und Entwicklung von Google Places

- Google Maps wurde **2006** in DE eingeführt
- Zur **Monetarisierung**: „Lokale Anzeigen“ aus AdWords in Maps
- Zur Anreicherung der Karten-Daten: Sammeln von Firmen-Daten über das Web => Anlegen von Firmen-Profilen in einem **Branchencenter**
- Zugriff von Firmen-Inhabern auf Firmen-Profile des Branchencenters zur Bestätigung und **Selbstpflege des Profils**
- Google Branchencenter wird Google Places (Facebook / Foursquare lassen grüßen)
- Erweiterung Firmenprofile mit **Bewertungen**, „verwandten Orten“, etc.
- Zukauf weiterer Datenbestände, z.B. ITA-Flug-Datenbank, Einbindung von Hotelpreisen in Google Places Profilen



Das Potenzial von Google Places

2, Ausblick auf die Zukunft der lokalen Suche

- Lokale Suche wird immer stärker
=> gepusht durch **Location-based Services** von Mobiltelefonen
- Lokale Suche erschließt großen Werbemarkt
=> Je stärker die lokale Suche, desto mehr **Druck auf kleine Firmen**, bei Google zu werben (Places erhält immer mehr Platz in SERPs)
- Immer **mehr Funktionen** in Places: hotpot, Street View, ÖPNV, Navigation
- **Bewertungen** werden Ranking-Kriterium
- Google Me => Google Suche auf **Personen-Ebene**
- **Google Tags** für 25\$ => Google Places AddOns => <http://bit.ly/h2GP0q>
- Fazit: Google Places wird immer „**sozialer**“ => Google Places verbindet Daten zu einem für den Alltag der Menschen nutzbringenden Gefüge



Firma anlegen oder Firmenprofil übernehmen

3, Korrekte Erfassung eines Unternehmens in Google Places

- **Exakter Firmenname** (ohne Zusätze, keine virtuellen Unternehmen)
- Vollständige Anschrift mit allen Zusätzen (Hinterhof, o.ä.)
- **Telefonnummer** => Vorwahl/Rufnummer => 030/49907084
=> Alternative, wenn vorhanden + Faxnummer
- E-Mail-Adresse und Website + 200 Zeichen Beschreibung (**keywordstark**)
- **5 Kategorien** angeben: 1 vorgegebene (Pflicht) + 4 benutzerdefinierte
=> SEO-Gerücht: Je mehr vorgegebene, desto besser !!
- Einzugsgebiet + **Öffnungszeiten** (Öffnungszeiten sehr wichtig)
- Zahlungsoptionen + **Fotos** (10 Stück – Maximum ausschöpfen)
- Videos (sofern vorhanden alle 5 Video-Plätze bestücken)
- **Zusätzliche Details** – ausufernd und keywordstark befüllen
=> das dürfen durchaus 20-30 Detail-Zeilen sein



Ranking-Faktoren für Google Places

4, OnSite-Optimierung mit Blick auf Google Places Platzierungen

- **Adresse und Telefonnummer** des Unternehmens auf der **Startseite**
=> SEO Gerücht: Adresse + Tel. auf jeder Seite wirkt verstärkend
- **Firmenname und Ort** in <title>, Meta-Description, H1-Headline und Fließtext der Startseite
=> Der **Seitentitel** ist hier das stärkste Element
- **Rich Snippets** nutzen – Mikrodaten, Mikroformate, RDFa
=> Infos von Google unter **<http://bit.ly/rchsnppets>**
=> z.B. hCard Mikroformat => <http://microformats.org/wiki/hcard-de>
=> hCard Generator => <http://bueltege.de/hcard/>
- Meta-Tag mit **Geodaten** in Meta-Daten der Startseite
=> <meta name="geo.region" content="DE-BE" />
=> <meta name="geo.placename" content="Berlin" />
=> <meta name="geo.position" content="52.560066;13.383302" />
=> **<http://www.geo-tag.de/generator/de.html>**



Ranking-Faktoren für Google Places

5, OffSite-Optimierung mit Blick auf Google Places Platzierungen

- **Einträge in Branchenverzeichnissen** und Webkatalogen
 - => Daten müssen aktuell und vollständig sein – alte Daten korrigieren
 - => dmoz.org, gelbeseiten.de, meinestadt.de, goyellow.de, klicktel.de
 - => marktplatz-mittelstand.de, perspektive-mittelstand.de, hotfrog.de
- **Lokale Verzeichnisse** konsequent nutzen
 - => Daten müssen mit Places übereinstimmen – so exakt wie möglich
 - => Gewerbe-/Firmen-Verzeichnisse im Stadt-Portal (berlin.de), in lokalen Magazinen (prinz.de), lokalen Zeitungen, bei IHK und HwK
- Weitere **lokale Website-Angebote** mit Eintragungsmöglichkeit finden
 - => So sieht eine Recherche-Möglichkeit aus:
berlin maler OR malerbetrieb OR tapezierer „Seite vorschlagen“ OR „Seite eintragen“ OR „addurl“ OR „URL eintragen“ OR „URL vorschlagen“
 - => Und das zeigt Google dann an: **<http://bit.ly/maler-recherche>**



Ranking-Faktoren für Google Places

6, OnPlaces-Optimierung mit Blick auf Google Places Platzierungen

- Das Places Profil stets **komplett** und **äußerst ausführlich** ausfüllen
=> alle Optionen voll ausschöpfen – 10 Bilder, 5 Videos, 200 Zeichen Beschreibung (keywordstark), Öffnungszeiten, Zahlungsarten
- **Kategorien wohl überlegt** auswählen – mind. 1 Standard-Kategorie
=> alle fünf Kategorien-Plätze belegen
=> nach Möglichkeit viele Standard-Kategorien nutzen
=> für „benutzerdefinierte“ DMOZ-Kategorien als Vorlage verwenden
- **Zusätzliche Details** ausufernd nutzen
=> keywordstarke Detail-Zeilen aufbauen (kein Keyword-Stuffing)
=> in zusätzliche Details können auch URLs eingebunden werden
=> Angebote einbinden und regelmäßig pflegen
- 160 Zeichen **„Update“-Text** keywordstark pflegen
=> Neugierig machender Aufhänger (Angebot, Rabattaktion)
=> „Update“ ist 30 Tage lang gültig



Ranking-Faktoren für Google Places

7, OffPlaces-Optimierung mit Blick auf Google Places Platzierungen

- **Bewertungsportale** optimieren
 - => Profile des eigenen Unternehmens aktuell und vollständig halten
 - => qype.de, restaurant-kritik.de, schlummer-atlas.de
- **Buchungsportale** optimieren
 - => Profile des eigenen Unternehmens pflegen => komplett befüllen
 - => holidaycheck.de, trivago.de, weg.de
- **Bewertungen, Bewertungen, Bewertungen**
 - => Bewertungen des eigenen Unternehmens forcieren – Viel hilft viel
 - => E-Mail-Routinen einrichten, Signaturen nutzen, Goodies ausloben
 - => Mit Bewertern interagieren, wo nötig und von Vorteil
 - => qype.de, Google hotpot, holidaycheck.de, mister-wong
- **Soziale Aktivitäten** fördern > Gefällt mir, Teilen, Tweeten, Retweeten
 - => Einchecken ermöglichen => qype.de, Facebook-Places, Foursquare
 - => dieses Sozialverhalten wird von Google als Ranking-Signal verwendet



Die „große Hürde“ beim Start mit Google Places

8, Die Freischaltung des Google Places Eintrags mit einem PIN-Code

- Jedes neue Google Places Profil muss **verifiziert** werden => Ranking-Vorteil
- Es sollen **nur echte, besuchbare Firmen** in Google Places stehen
- Deshalb ist **Freischaltung per Postkarte** von Google bevorzugt
- Freischaltung auch per **Telefon-Anruf** möglich
 - => Scheitert diese Freischaltungsmethode dreimal,
dann ist sie für dieses Profil dauerhaft nicht mehr verfügbar
- Stellenweise auch im Angebot: **Freischaltung per SMS**
 - => Handynummer muss im Profil stehen
 - => Handynummer sollte nach Freischaltung im Profil stehen bleiben
- Eine **Steuerung des Freischaltvorgangs** zugunsten von Postkarte, Telefon oder SMS-Freischaltung ist nicht möglich ... ganz im Gegenteil:
 - => Google experimentiert sehr viel in Sachen Freischaltung
 - => **Die für Google perfekte Lösung scheint noch nicht gefunden**



Der Überblick zu allen Google Places Aktivitäten

9, Das Google Places Dashboard für den Firmen-Inhaber

- Auf Monatsbasis gemessene **Aktivitäten** des Google Places Profils
=> Berichtszeitraum frei wählbar
- Aktivitäten = **Impressionen** auf Google.de und in Google Maps
- **Aktionen** = Klicks auf komplettes Places-Profil oder direkt auf Website
- **TOP-Suchanfragen**
=> recht viele Fehltreffer
=> schwer optimierbar
- **Klickrate** liegt bei 1 % aufwärts
=> Null-Linie => Status des Profils / Eintrags checken
- Google Places **Update pflegen**
=> mindestens alle 30 Tage
- **Bewertungen** öffentlich kommentieren



Brav sein: Die Regeln bei Google Places sind eindeutig

10, Google Places Qualitätsrichtlinien

- werden seit Ende 2010 **hart durchgesetzt**
=> manuelle Prüfungen => Kontosperrungen => „Wird überprüft“-Status
- **Keine Keywords im Adressbereich**
=> auch nicht die Stadt im Firmennamen (sofern kein Teil davon)
=> keine Marketing-Slogans und URLs, keine „Erweiterungen“ (Berlin Mitte)
- Nur **reale, besuchbare Firmen** sind registrierbar
=> keine Onlineshops => keine Postfächer => keine FeWos
- **Keine „Doppel-Anmeldung“** für eine Firma mit verschiedenen Services
=> dskom Onlineservices & SEO Profi Berlin
- Kategorien sollen **das WER erklären, nicht das WAS**
=> Rechtsanwalt, nicht Rechtsberatung (dies gehört in zusätzliche Details)
- **Kein Spam in den Google Bewertungen**
=> algorithmische Kontrollen greifen hier recht gut



Dies gilt generell für alle indexierten Web-Inhalte

11, Allgemeine Google Qualitätsrichtlinien

- Keine Links aus und zu „**schlechter Nachbarschaft**“
- Kein übermäßiges, **reziprokes Verlinken** => Link-Netzwerk
- Nicht zu viele **interne Links** auf einer Seite => Link-Text-Verhältnis
- Keine **billigen Tricks** => ellenlange Aufzählungen => Keyword-Stuffing
=> Missbrauch von HTML-Tags (H1) => Footer-Text-Bleiwüsten
=> weiße Schrift auf weißem Grund => „SEO“ in noscript-Bereichen
- Keine **Doorway-Pages** => keine automatischen Weiterleitungen
- Keine sinnfreien **Landingpages** für das organische Ranking
- Keine **automatisch erstellten Seiten** crawlbar machen
=> Suchergebnis-Seiten der Website-Suche
- Kein **Linkkauf** – keine **Links mieten** => Googles „Lieblingsfeinde“
=> Werbe-Anzeigen-Links auf „nofollow“ setzen
- **Es wird noch mehr gecheckt, aber nicht alles verraten !!**



Der Profi für Suchmaschinenoptimierung in Berlin

Sven Deutschländer ist immer erreichbar

www.SEO-Profi-Berlin.de
sd@SEO-Profi-Berlin.de
www.twitter.com/dskom
www.facebook.com/SEO.Profi.Berlin



Sven Deutschländer
Stockholmer Straße 31
13359 Berlin
Tel.: 030 4990 7084
Fax: 030 4990 7085



SEO Profi Berlin gehört zu den 100 wichtigsten SEO-Dienstleistern Deutschlands (iBusiness 2010)