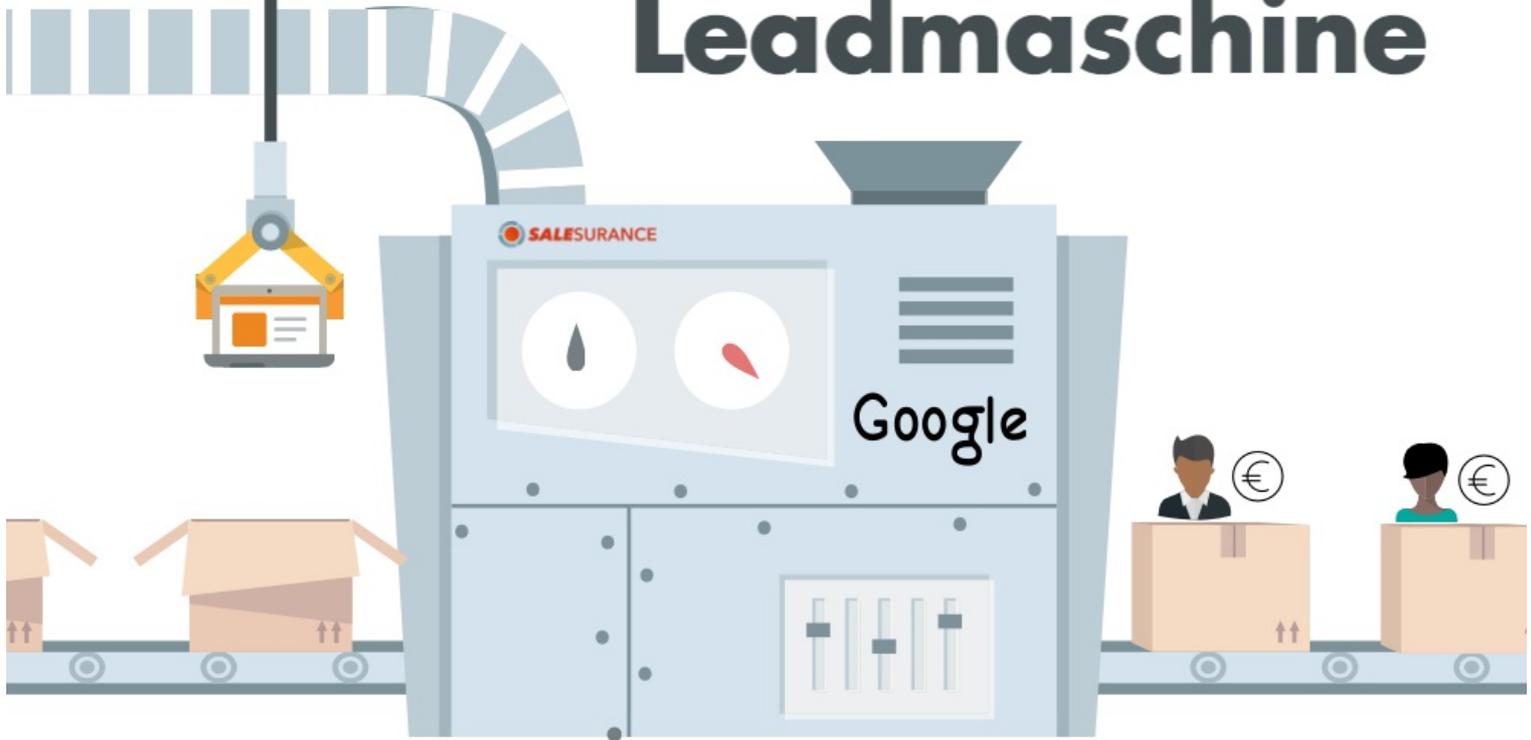


In 6 Schritten zur regionalen Leadmaschine



Nachweislich mehr Neukunden durch Google & Co. gewinnen. So geht's.



Jürgen Fink

Geschäftsführer salesurance GmbH

Aktuelle Studien verdeutlichen, dass Interessenten unabhängig von Alter und Zielgruppe über Online-Marketing erreichbar sind. Kunden haben sich durch die heutigen Möglichkeiten der Digitalisierung insgesamt verändert. Ergreifen Sie die Chance und gewinnen Sie Neukunden durch ein optimiertes Online-Marketing. Um Leads zu generieren und Interessenten zum eigenen Unternehmen zu führen, ist es wichtig, das Potential der lokalen Online-Suche zu nutzen und mittels Local-SEO die Leistung der Unternehmens-Website auf Suchmaschinen wie Google zu optimieren. Durch Leadgenerierung lässt sich der Kundenstamm beispielsweise der eigenen Versicherungsagentur erhöhen. Somit ist es wichtig, Wege zu wählen, die die Qualität der Leads unterstützen.

Doch wie stellt man die Qualität der Leadgenerierung sicher, was steckt hinter Local-SEO und welche Faktoren sind für eine Indexierung auf Google entscheidend? Mit diesen Fragen sollen Sie sich im Dschungel der Online-Welt nicht allein gelassen fühlen – Wir erklären, worauf es ankommt.



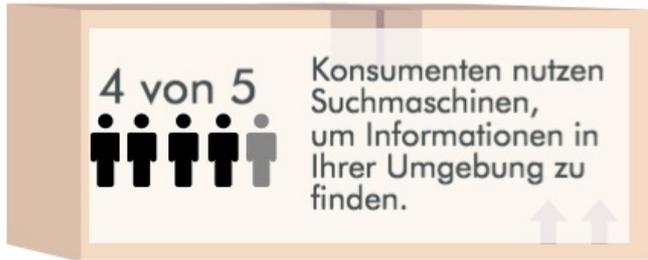
Wöchentlich neues Wissen. Jetzt liken.

facebook.com/salesurance

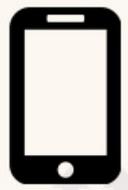


Chancen der lokalen Suche nutzen.

Vermittler, Makler und Berater sollten sich eine eigene Leadmaschine aufbauen, denn jeden Tag suchen Millionen von Menschen online nach lokalen Produkten und Dienstleistungen in Ihrer unmittelbaren Umgebung. Sie stellen Suchanfragen dort, wo sie sich gerade aufhalten.



Wenn Konsumenten auf Ihrem Smartphone eine regionale Suche tätigen, suchen Sie nach ...



Konsumenten stellen lokale Suchanfragen von überall aus. Sie suchen ...



Anteil der Verbraucher, die nach einer lokalen Suchanfrage innerhalb eines Tages ein Geschäft aufsuchen ...



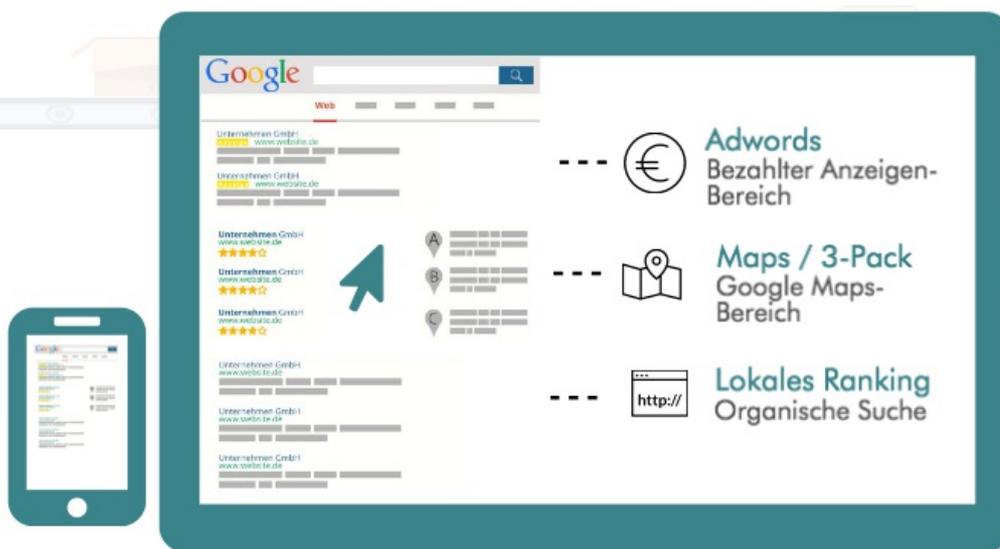
38% der Verbraucher tätigen noch am gleichen Tag einen Kauf nach der lokalen Suchanfrage.



Wie funktioniert das lokale Google-Ranking?



Neben dem Bereich der bezahlten Anzeigen gibt es bei Google auch die so genannten Natural Listings – den Bereich der unbezahlten Suchergebnisse. Hier sind zwei Komplexe für lokale Ergebnisse wichtig: Der generische Index (lokales Ranking) sowie die lokalen Ergebnisse (Google Maps / 3-Pack). Für die Platzierung in diesen Bereichen sind verschiedene Faktoren von Bedeutung. Der amerikanische SEO-Tool-Anbieter MOZ hat zahlreiche Experten befragt und die Untersuchung ausgewertet. Ergebnis der Studie ist eine Übersicht mit den wichtigsten Rankingfaktoren in der lokalen Suche, die den prozentualen Einfluss der jeweiligen Faktoren auf das lokale Ranking sowie auf Google Maps darstellt.



Panda-Update

Identifikation von Seiten mit minderwertigem Content, d.h. es wird auf Basis der Inhalte ein sogenannter Content-Quality-Score zugewiesen, der das Ranking beeinflusst.

#2011

Hummingbird-Update

Semantische Suche, d.h. Ziel ist es, die Suchintention der Nutzer besser zu verstehen und deren Suchanfragen allgemein besser zu interpretieren.

#2013

Google Mobile-Update

Mobile-Friendly-Update bzw. oft auch „Mobilegeddon“ genannt. Die mobile Suche ist seither autonomer und berücksichtigt stärker die Usability mobiler Websites und Apps. Websites sollten daher auf alle Endgeräte wie Tablets, Handys etc. optimiert sein.

#2015

#2012

Penguin-Update

Web-Spam in den Suchergebnissen weiter einzudämmen, um die Relevanz und Qualität der Ergebnisse zu verbessern

#2014

Pigeon-Update

Lokaler Suchalgorithmus, d.h. Standort des suchenden Nutzers wird seitdem stärker in die Suche einbezogen, auch die Bedeutung von Google+- bzw. Google MyBusiness-Profilen hat zugenommen. Somit hat sich für lokale Unternehmen die Chance eröffnet, durch lokales Suchmaschinenmarketing neue Kunden zu gewinnen.



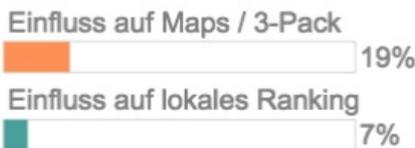
Die Google-Ranking Faktoren

So beeinflussen Sie das lokale Google-Ranking und gewinnen neue Kunden.

2017



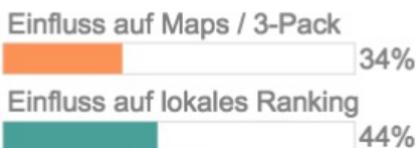
Google MyBusiness



Voraussetzung, um hierüber den Sprung in das 3-Pack zu schaffen, ist ein vollständiges Profil auf Google MyBusiness. Mit 19% gehören die von diesem Verzeichnis gesendeten Signale zu den wichtigsten Rankingfaktoren. Auch in der lokalen Suche spielt Google MyBusiness mit einem Einflussfaktor von 7% eine durchaus beachtliche Rolle.



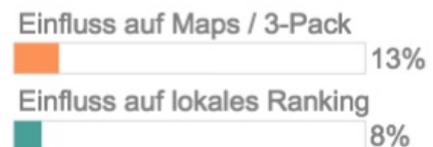
Optimierte Webseite



Einer der wichtigsten Einflussfaktoren auf die lokale Suche (34% Maps/3-Pack und 44% lokales Ranking) hat die mit dem Google MyBusiness Eintrag verknüpfte regionale Agentur-Webseite. Die regionalen Website-Inhalte sollten gut gegliedert, mit Bildern oder multimedialen Inhalten versehen sein und die relevanten Suchbegriffe enthalten. Auch eine intuitive Benutzerführung, ein ansprechendes Design, kurze Ladezeiten, ein sauberer Quellcode sowie die Optimierung der mobilen Ansicht sind einflussreiche Faktoren.



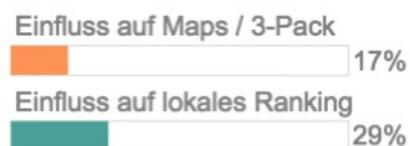
Branchenverzeichnisse



Konsistente Einträge der Geschäftsadresse in den wichtigsten regionalen und überregionalen Branchenverzeichnissen zu haben, ist ein weiterer wichtiger Optimierungsfaktor für die regionale Suche. Mit 13% in Maps/3-Pack und 8% im lokalen Ranking fließen Branchenverzeichnisse in das Google-Ranking ein.



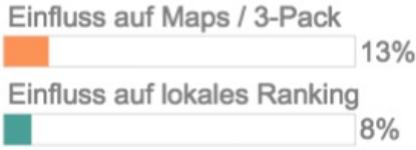
Link Signale



Während früher insbesondere die Anzahl der eingehenden Links ausschlaggebend für das Suchmaschinenranking war, achten die Suchmaschinen heute mehr auf die Qualität. Qualitativ hochwertige Links fließen zu 17% in das Maps/3-Pack Ranking ein und zu 29% in das lokale Ranking.



Bewertungen



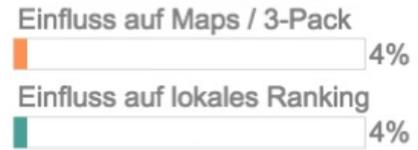
Laut aktuellen Studien vertrauen 88% der Interessenten Online-Bewertungen genauso wie persönlichen Empfehlungen. Bewertungen steigern aber nicht nur den Abverkauf, sondern sind auch seit Jahren ein fester Bestandteil der regionalen Suche. Immerhin zu 13% haben diese Signale Einfluss auf den Maps / 3-Pack und zu 8% Einfluss auf das lokale Ranking.

#5

#6



Social-Media

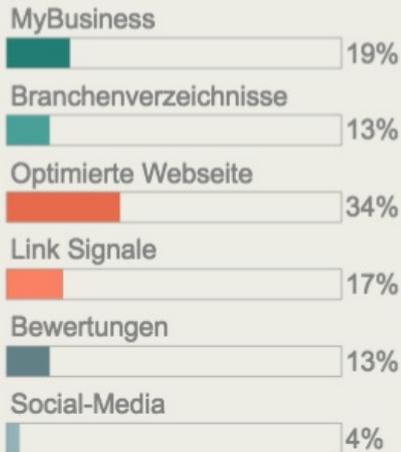


Auch der Einfluss von Social-Media-Websites wie zum Beispiel Facebook, Google+ und Twitter haben mit jeweils 4% einen nachgewiesenen Einfluss auf das regionale Ranking.



Maps / 3-Pack

Google Maps-Bereich



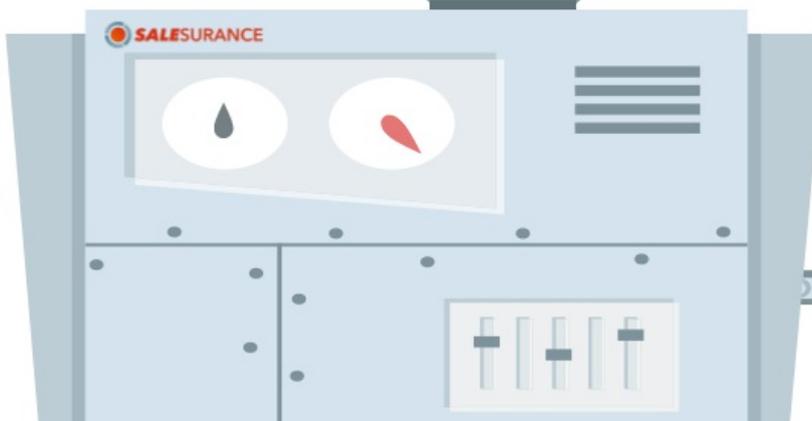
http://

Lokales Ranking

Organische Suche



100% Ranking





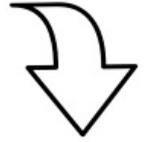
#01

Google MyBusiness

Hier anmelden

Was ist Google MyBusiness?

Google MyBusiness ist ein kostenloses Tool, mit dem Sie Einfluss darauf nehmen können, wie Ihr örtliches Unternehmen in den Google-Produkten wie etwa Google Maps und der Google-Suche präsentiert wird. Der Einfluss auf den 3-Pack (Maps) liegt bei 19%. Der Einfluss auf das lokale Ranking bei ca. 7%.



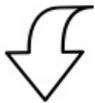
1. Anmelden & Profil ausfüllen

Je mehr Details Google über Ihr Unternehmen kennt, desto besser kann die Unternehmens-Website passenden Suchanfragen zugeordnet werden. Geben Sie daher neben Adresse und Telefonnummer unbedingt auch Daten wie die Kategorie des Unternehmens, Ihre dazugehörige Website und eine Kurzbeschreibung an. Vergessen Sie nicht, alle Änderungen entsprechend schnell zu aktualisieren.

Kostenloser
Live-Scan Google
My Business Profil

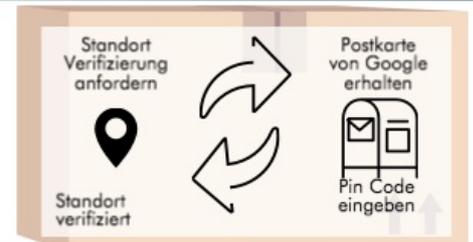


www.regio-sales.de



2. Standorte verifizieren

Verifizieren bedeutet, dass Sie sich bei Google als der tatsächliche Inhaber oder Geschäftsverantwortlicher des Standorts ausweisen. Erst danach sehen alle Google-Nutzer z.B. in Maps oder der Google-Suche die Anpassungen und Änderungen der Unternehmensdaten. Bei Google wird diese Funktion mit „Als Inhaber eintragen“ bezeichnet.



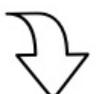
3. Öffnungszeiten immer aktuell halten

Die wichtigste Verbindung zwischen der Google-Suche auf dem Smartphone oder Computer und einem persönlichen Besuch in deinem Ladengeschäft sind die Öffnungszeiten. Versetzen Sie sich in die Lage eines Kunden, der auf Google sieht, dass Ihr Geschäft geöffnet ist und dann aufgrund eines falschen Eintrags vor verschlossener Tür steht. Im schlimmsten Fall verlieren Sie diesen Kunden für immer! Darum: Halten Sie die Öffnungszeiten immer aktuell. Denken Sie an spezielle Zeiten - etwa an Feiertagen, an langen Einkaufsabenden oder in Urlaubszeiten.



4. Lesen und Beantworten von Kundenbewertungen

Positive Kundenbewertungen wirken sich auf die Platzierung in den lokalen Suchergebnissen aus und schaffen Vertrauen bei neuen Kunden. Ermutigen Sie daher Ihre Kunden, eine Bewertung bei Google für Ihr Unternehmen abzugeben. So bekommen Sie schnell vier bis fünf positive Bewertungen. Diese werden direkt in Ihrem Google MyBusiness Eintrag angezeigt. Beantworten Sie die Rezensionen und haben Sie keine Angst vor Kritik. Mit Ihrer Antwort zeigen Sie, dass Sie die Meinungen Ihrer Kunden schätzen und ernst nehmen.



5. Fotos sagen mehr als Worte

Nutzen Sie für sich aus, dass die meisten Menschen auf visuelle Reize reagieren. Zeigen Sie auf Bildern Ihr Warenangebot und Sortiment, Ihr Unternehmen oder vermitteln Sie den ersten Eindruck beim Betreten Ihrer Agentur.



#02

Branchenverzeichnisse

Was ist Local-Citation?

Als Local-Citation bezeichnet der Experte die konsistente Eintragung der Firmendaten in lokale Branchenverzeichnisse. Dabei wird insbesondere auf die NAP-Konsistenz geachtet. NAP steht für name, adress, phone number – also für die grundlegendsten Daten eines Unternehmens. Je häufiger und konsistenter diese Informationen eingebettet sind, desto mehr Vertrauen haben Suchmaschinen im entsprechenden Unternehmen, was wiederum in einer deutlich besseren Platzierung in den lokalen Suchergebnissen resultiert.



Wie geht Citation-Building?

Grundsätzlich kann man Citations über folgende Netzwerke aufbauen, indem man das Unternehmen einträgt:



Suchmaschinen
(z.B. Google | Bing)



Kartendienste
(z.B. Google Maps)



Branchenbücher
(z.B. meinestadt.de)

NAP

- ✓ Name
- ✓ Adress
- ✓ Phone



Konsistenz ist König

In allen Suchmaschinen, Kartendiensten und Branchenbüchern sollten die NAP-Daten Ihres Unternehmens korrekt hinterlegt sein. Es lohnt sich, auch mehr Informationen wie Öffnungszeiten, Bilder, Videos oder Spezialangebote zu hinterlegen. Die Suchmaschinen honorieren das häufig mit einer Verbesserung des lokalen Suchmaschinenrankings.

Kostenloser Live-Scan der 30 wichtigsten Verzeichnisse



www.regio-sales.de

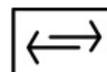
Herausforderungen beim Citation-Building



Beim Eintragen der Firmenprofile werden diese von Redakteuren geprüft. Das kostet viel Zeit.



Mehr als 20% aller Firmeneinträge sind nach einem Jahr wieder falsch, da die Verzeichnisse diese automatisch aktualisieren.



Falls sich Daten des Unternehmens ändern, müssen diese in allen Verzeichnissen händisch gepflegt werden.



Viele Verzeichnisse bieten Premium-Profile nur kostenpflichtig an. Das kostet viel Geld.



Die relevanten Verzeichnisse zu finden und dort das Unternehmen richtig zu listen.



Performance Auswertungen von allen Netzwerken zu erhalten.

Die Location-Software: Regio-Sales.de

Mit Regio-Sales gehören die Herausforderungen des Citation-Building der Vergangenheit an. Die Location-Cloud besteht aus verschiedenen Modulen, die Sie als Marketing-Verantwortlicher aus einer Software steuern und administrieren können. Location-based Marketing war noch nie so komfortabel.



Standort-manager

Alle Daten Ihrer Standorte werden in einem zentralen CMS gebündelt.



Premium Netzwerk

Sie erhalten in über 35 Verzeichnissen Premium-Profile mit direkten Echtzeitschnittstellen.



Networks / Maps

Sie erhalten Fanseiten auf Facebook, Google+, Foursquare. Zusätzlich erhalten Sie verifizierte Einträge bei Google Maps & Bing Places



Bewertungen

Alle Bewertungen der Verzeichnisse wie Facebook, Google, Yelp sind online einsehbar.



Analytic-Tool

Überprüfen Sie, wie oft Ihre Profile gesucht und aufgerufen werden.



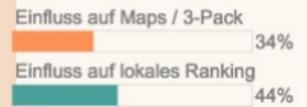


#03

Webseite optimieren

Was ist On-Page Optimierung?

On-Page Optimierung bezeichnet alle Maßnahmen, die dazu dienen eine Webseite für die Suchmaschinen zu optimieren. Hierunter fallen nicht nur technische Komponenten wie ein sauberer Quellcode, kurze Ladezeiten oder komprimierte Bilder sondern auch strukturelle Komponenten wie z.B. eine gute Gliederung. Im nachfolgenden werden die wichtigsten Punkte der On-Page Optimierung kurz und knapp erläutert.



Web-URL

#1

www.ihre-domain.de/keyword



Im besten Fall ist Ihr gewünschtes Keyword teil der URL-Struktur. So zeigen Sie den Suchmaschinen sofort was es auf der Seite zu entdecken gibt.

#2

Ladezeiten

Auch Ladezeiten sind ein wichtiger Rankingfaktor. Stellen Sie sicher, dass die Ladezeit Ihrer Webseite unter 2 Sekunden liegt. Ist die Ladezeit länger kann es zu einer Abwertung durch die Suchmaschinen kommen und Ihre Besucher werden abspringen.

Quellcode

#3

<html> Hier steht der Quellcode </html>



Sie sollten Ihren Code sauber und strukturiert halten sowie unnötigen Code entfernen, um die Datei möglichst klein zu halten.

```
<title>So geht On-Page Optimierung </title>
<meta name="description" content=" On-Page Optimierung war noch nie so einfach. Mit dem Whitepaper der salesurance zum Erfolg." />
```

#4

Titel / Beschreibung

Die optimale Zeichenanzahl für den Title-Tag liegt bei max. 57 Zeichen. Die Meta-Description sollte max. 156 Zeichen nicht überschreiten.

Bilder

#5



Fügen Sie Bilder in den Text ein. Sie sollten die Bilder jedoch für das Web komprimieren und damit die Dateigrößen gering halten.



#6

Mobile

Auch die mobile Erreichbarkeit ist ein Rankingfaktor. Achten Sie deshalb darauf, dass Ihre Website auf allen Geräten optimal dargestellt wird.

XML-Sitemap

#7



Legen Sie eine XML Sitemap an, um sicherzustellen, dass die Suchmaschinen wirklich alle Ihre Seiten finden.

Eindeutige Bildbezeichnung per ALT-Tag

#8

ALT-Tags

Fügen Sie bei allen Bildern einen ALT Tag hinzu. Benutzen Sie bei mindestens einem Bild Ihr Keyword.



Überschrift

#9

<H1> Hier steht die Überschrift </H1>

Die H1 ist die Hauptüberschrift Ihrer Seite. Es sollte nur eine H1 Überschrift pro Seite geben und das Keyword sollte möglichst dort platziert werden.

Highlights

#11

Lorem **KEYWORD** Lorem Ipsum sit amet sadipscing elit, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut Ipsum

KEYWORD Lorem Ipsum sit amet
Lorem Ipsum sit amet **KEYWORD**

Markieren Sie das gewünschte Keyword 2-3 mal im Text durch eine fette und / oder kursive Auszeichnung.

Gliederung

#13

<H2> Hier steht die Überschrift </H2>

Verwenden Sie Zwischenüberschriften und gliedern Sie Ihren Text übersichtlich. Verwenden Sie dazu Aufzählungen, Zitate etc.

Semantische Keywords

#15

Bauen Sie semantische Keywords in Ihren Text ein d.h. Schlagworte, die mit Ihrem Hauptkeyword in Verbindung stehen.

Qualität / Textlänge

#17

Schreiben Sie Texte von mindestens 600 - 1000 Wörtern. Qualitative Texte mit dieser Länge ranken besser bei den Suchmaschinen. Vermeiden Sie das kopieren von Inhalten. Doppelte Inhalte strafen die Suchmaschinen ab.

Mindestens
650 - 1.000 Worte

Das könnte Sie auch interessieren



#10 Keywords

Ihr Keyword sollte in den ersten 100 und den letzten 150 Zeichen untergebracht werden. Bei einer Keyworddichte von ca. 2 - 4 % sollte das Keyword harmonisch im Text verteilt werden.

#12 Interne Verlinkung

Achten Sie auf eine sinnvolle interne Verlinkung mit relevanten Themen auf Ihrer Webseite. So schaffen Sie interne Querverlinkungen sogenannte Crosslinks.

#14 Aktualität

Halten Sie Ihre Beiträge stets aktuell und ergänzen Sie neue Inhalte.

#16 Multimedia-Inhalte

Fügen Sie Multimedia Inhalte in Ihre Seite ein. Videos, Infografiken, Bilder etc. erhöhen die Besuchszeit, was sich positiv auf die Rankings auswirkt.

#18 Ähnliche Beiträge

Zeigen Sie ähnliche Beiträge unter Ihren Text. Das hält die Besucher länger auf Ihrer Website.

Social-Media

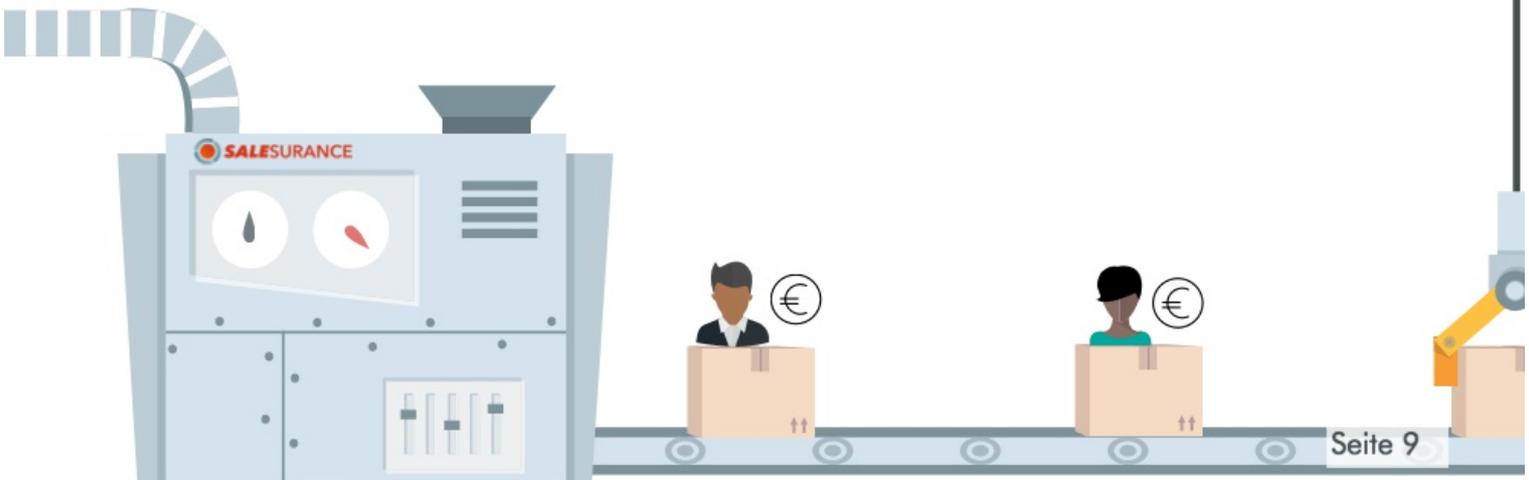
#19



Machen Sie es Ihren Lesern so einfach wie möglich, Ihre Beiträge zu teilen, indem Sie Share Buttons einbinden.

#20 Meta-Daten

Legen Sie mit den Open Graph Tags Metadaten für Ihren Beitrag fest. So wird der von Ihnen eingegeben Text, der Titel und das Vorschaubild bei Facebook & Co. angezeigt.



#04 Link Signale

Was sind Link Signale?

Vor einigen Jahren noch musste man sich nicht viele Gedanken über den Aufbau von Backlinks (Verlinkungen von Drittseiten auf Ihre Seite) machen. Man hat einfach losgelegt, nicht auf gute oder schlechte Backlinks geachtet, sondern nur möglichst viele Backlinks, am besten mit dem Keyword als Ankertext, erstellt. Das ging gut, bis 2012 das erste Penguin-Update ausgerollt wurde und genau die Seiten, die so Backlinks aufbauen, an Sichtbarkeit verloren haben. Seit diesem Update ist Backlinks aufbauen deutlich komplizierter geworden. Ein Ranking ist jetzt nicht mehr von der Masse der Backlinks abhängig, sondern von der Qualität der Backlinks. Das heißt, eine Seite mit 5 Backlinks kann durchaus vor einer Seite stehen, die 50 Backlinks hat. Dabei gilt auch, dass Sie lieber einen hochwertigen Backlink aufbauen sollten als 10 minderwertige Backlinks.



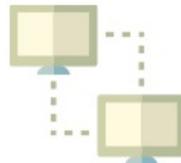
Regionale Verzeichnisse

Viele Städte bieten regionale Branchenverzeichnisse an, die in der Basisversion kostenlos sind. Gebührenpflichtig wird es meist, wenn Bilder, Videos, Inhalte und insbesondere Links hinterlegt werden können. Gerade die Verlinkung von Stadtseiten auf die eigene Webseite hat einen großen Einfluss auf das regionale Suchmaschinenranking, weil diese Seiten eine hohe Page-Authority ausweisen und damit einen guten Linkpartner darstellen. Hier geht Qualität stark vor Quantität. Ein guter Link von einer Stadtseite bringt das Suchmaschinenranking meist schon sehr gut voran.



Sich verlinken lassen

Denken Sie dabei an Freunde, Verwandte, Kollegen, Geschäftspartner oder Kunden, die einen Blog oder eine Website haben. Alles, was Sie tun müssen, ist um einen Link zu bitten.



Aber Vorsicht: Übermäßiger Linktausch („verlinke mich und ich verlinke dich“) oder Partnerseiten, die rein dem Cross-Linking dienen, werden das Ranking Ihrer Website in Suchmaschinen negativ beeinflussen.



Blog, PR, Foren nutzen

Es gibt mit Sicherheit viele Websites und Blogs, die bereit wären, einen Artikel von Ihnen zu veröffentlichen.

Bevor Sie aber einen Gastbeitrag liefern, sollten Sie sicherstellen, dass:

- die Website oder der Blog für Ihre Nische thematisch relevant ist
- Sie einen hohen Qualitätsanspruch erfüllt haben (gut geschrieben, professionell, interessant)
- Sie im Hinterkopf behalten haben, dass ein schlechter Artikel Ihrem Ruf schaden könnte

Schreiben Sie regelmäßig Beiträge. Konzentrieren Sie sich auf Ihre Branche und die Bedürfnisse Ihrer Kunden. Mit der Zeit können Sie sich so Ihr Ansehen verdienen. Erstellen Sie relevante, nützliche und gut strukturierte Inhalte.



Gute Links einfach erkennen



Bevorzugen Sie themenrelevante Links aus Ihrer Branche.



Verlinken Sie aus dem Inhalt einer Website und vermeiden Sie Footer- oder Sidebar-Links.



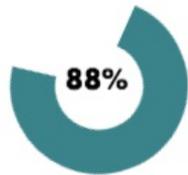
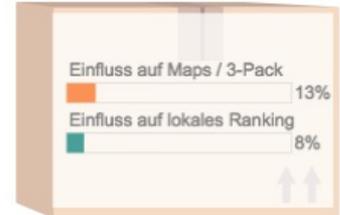
Aktuelle Links von Webseiten mit hohem Vertrauen in der Branche sind am wertvollsten.

Eine Faustregel besagt: Je schwieriger es ist, den Link zu bekommen, desto wertvoller ist dieser Backlink. Qualität geht klar vor Quantität.

#05 Bewertungen

Wie wichtig sind Bewertungen?

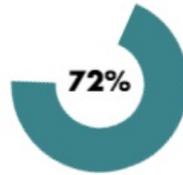
Scheuen Sie keine Kritik, denn Bewertungen senden nicht nur an potentielle Neukunden wichtige Signale. Wenn Sie sich und Ihre Agentur über Portale wie Google MyBusiness von Kunden bewerten lassen, werden die Ergebnisse auch direkt für den Kunden sichtbar gemacht, sobald Ihre Unternehmens-Website im 3-Pack gelistet wird. Außerdem bringen solche Bewertungen Punkte im Ranking, sodass Google Ihre Seite für relevanter befindet und höher listet, wenn Suchmaschinen entsprechende Einschätzungen finden können.



... aller Verbraucher vertrauen online Bewertungen genauso wie persönlichen Empfehlungen

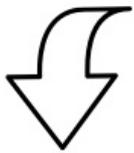


... lesen online Bewertungen bevor Sie das Geschäft besuchen

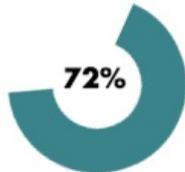


... vertrauen einem lokalen Geschäft mehr, wenn es gut bewertet ist

"Das, was andere über einen sagen, ist glaubwürdiger als das, was man über sich selbst sagt"



"Echte Bewertungen bringen mehr Umsatz und mehr Reputation"



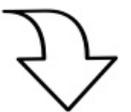
...der Kunden werden durch positive Bewertungen zum Kauf animiert



... Produkte mit positiver Bewertung verkaufen sich durchschnittlich um 200% besser



.. vermuten Manipulation, wenn keine negativen Bewertungen vorhanden sind



Maps /3-Pack

94%

Aktiv gesammelte Bewertungen sind zu 94% positiv. Nur 6% aller Dienstleister werden negativ bewertet.

"Wer Kunden aktiv um Bewertungen bittet, kann seine Verkäufe und sein Google-Ranking aktiv mitgestalten"

f g #06 Social-Media

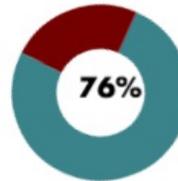
Warum Social-Media?

Sind soziale Netzwerke für das Website-Ranking in den Suchmaschinen eine relevante Größe? Diese Frage kann mit ja beantwortet werden. Zu einer allumfassenden Suchmaschinen-Strategie gehört es, unternehmensbezogene Inhalte in den sozialen Netzwerken zu verbreiten und an die richtige Zielgruppe zu übermitteln. Über so genannte "Social Signals" wie Likes und Shares wird die Markenbotschaft einem breiten Zielgruppenpublikum zugänglich und die Chance, Traffic für die eigene Webseite sowie wertvolle Rückverlinkungen zu erhalten, steigt immens. Auch die Möglichkeit, bei vielen sozialen Netzwerken die Standortdaten (NAP-Daten) des Unternehmens zu hinterlegen, hat einen Einfluss auf das Ranking. Kurz gesagt hilft Social-Media Marketing nicht nur, die Reichweite zu erhöhen, sondern hat auch einen Einfluss auf das Suchmaschinen-Ranking.

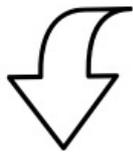
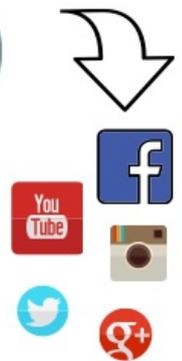


Nutzung von Social-Media

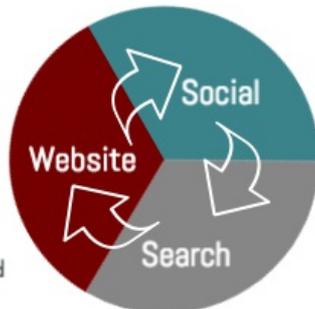
Unabhängig von den Nutzerzahlen haben diese Profile einen nachgewiesenen Einfluss auf das Suchmaschinen-Ranking



Bundesweit nutzen 76% der Deutschen Social-Media wie Facebook, Google+, Twitter, Youtube & Co. Lediglich 24% nutzen kein Social-Media.



Die Firmenwebseite sollte mit mindestens den abgebildeten Social-Media Profilen verknüpft werden, um das Suchmaschinen-Ranking positiv zu beeinflussen.



Über die Social-Plugins bzw. über die Social-Networks können die Inhalte der Webseite, sowie Aktionen und Mehrwerte geteilt werden. Je nach Mehrwert der Information interagiert die Zielgruppe und teilt den jeweiligen Inhalt.

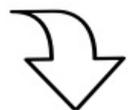
Tipp

Wer echte Mehrwerte liefert wird einfacher geteilt und erreicht mehr User.

Tipp

Sogenannte Social-Plugins sind für viele Webseiten-Systeme verfügbar und können einfach integriert werden.

Suchmaschinen indexieren die Social-Media Profile, aber auch die geteilten Inhalte. Auch werden die sogenannten Social-Signals wie Likes, Shares, Check-Ins und Bewertungen wahrgenommen und wirken sich positiv auf das Ranking der Webseite und des lokalen Standorts aus.



Inhalt & Konsistenz

Inhalte mit echten Mehrwerten werden schnell in den sozialen Netzwerken geteilt und erzielen Social-Signals, die in das Suchmaschinenranking einfließen. Ein weiterer wichtiger Faktor sind aber auch die hinterlegten Standortdaten des Geschäfts. Einerseits geht es um die NAP-Konsistenz (name, address, phone) und andererseits um weitere Inhalte zum Unternehmen wie z.B. die Unternehmenswebseite, hochwertige Bilder und Videos sowie vieles mehr.

- ✓ Name
- ✓ Adresse
- ✓ Telefon
- ✓ Bilder
- ✓ Videos
- ✓ Webseite
- ✓ Unternehmenskategorie
- ✓ Unternehmensbeschreibung
- ✓ Sonstige Informationen



Übersicht Leadmaschine



Regionale
Versicherungsagentur



Agentur-Standort



Agentur-Webseite

Lokale Optimierung



Schritt 1:
Google MyBusiness



Schritt 2:
Branchenverzeichnisse



Schritt 3:
Webseite



Schritt 4:
Link Signale



Schritt 5:
Bewertungen

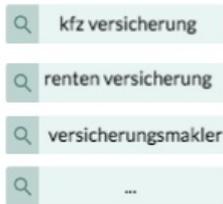


Schritt 6:
Soziale Netzwerke

Positiver Einfluss

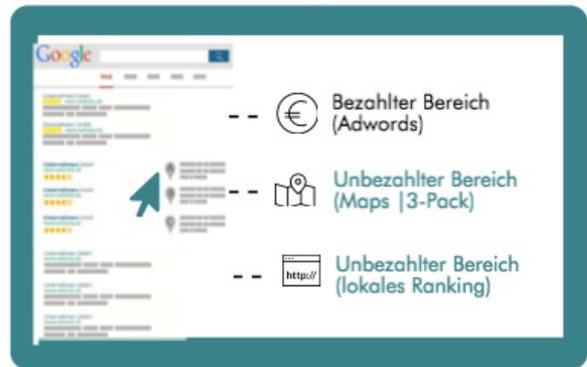


Regionaler
Interessent



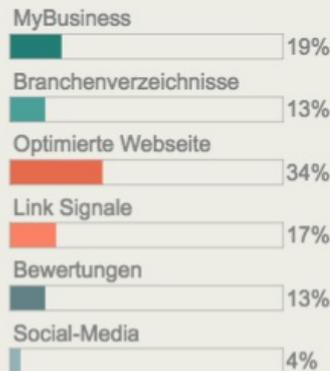
Standort-Interessent

Lokale Suche



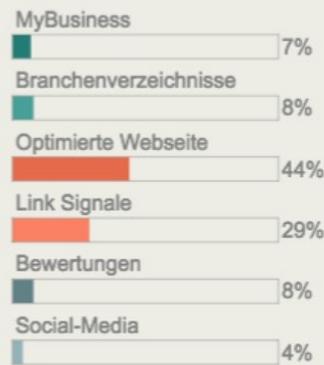
Maps / 3-Pack

Google Maps-
Bereich

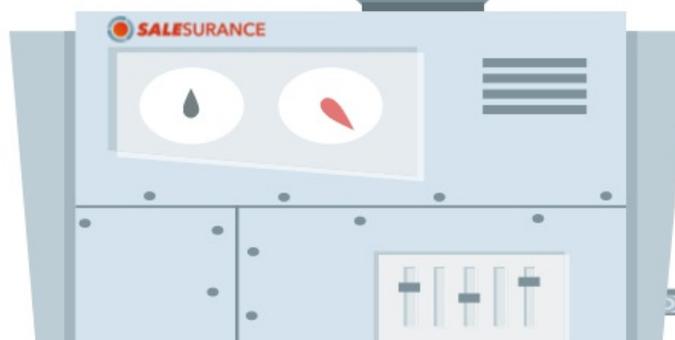


Lokales Ranking

Organische Suche



100% Ranking



Unser Team berät Sie gerne zur regionalen Leadmaschine.

Montag - Freitag
9 Uhr - 18 Uhr
030 / 688 123 8 23
info@salesurance.de

Wir haben überzeugende Produkte zum Aufbau einer regionalen Leadmaschine entwickelt.

Produkt	Positiver Einfluss auf Rankingfaktor
 <p>REGIO-Sales Premium-Profil Ihres Unternehmens in mehr als 35 der wichtigsten Branchenverzeichnisse, Suchmaschinen und Apps.</p>	     
 <p>SALES-Page Wir erstellen eine individuelle, und suchmaschinenoptimierte Website. Gewinnen Sie mehr Neukunden über Google & Co.</p>	     
 <p>CONTENT-Sales Unsere Webtexter analysieren die Online-Suche und erstellen individuelle und suchmaschinenoptimierte Werbetexte für Ihre Produkte.</p>	     
 <p>AD-Sales Wir erstellen auf Basis Ihrer Produkte Leadkampagnen auf Google und optimieren Ihre Werbespendings für mehr Leads und Sales.</p>	     
 <p>SOCIAL-Sales Wir erstellen auf Basis Ihrer Produkte Leadkampagnen in den sozialen Netzwerken für mehr Likes, Leads und Sales.</p>	     
 <p>VIDEO-Sales Erklären Sie Ihre Produkt einfach und unterhaltend und steigern Sie die Zugriffs- und Umwandlungsraten über Google, Facebook & Co.</p>	     



Mehr Informationen gefällig? Nehmen Sie an einem unserer Live-Webinare teil. Jede Woche Dienstag, Donnerstag und Freitag.

Jetzt kostenlos anmelden zum Live-Webinar
localeseo.salesurance.de



Wöchentlich neues Wissen. Jetzt liken.

facebook.com/salesurance



Bibliografie / Copyright

Web-Quellen

Understanding Consumers' Local Search Behavior: https://think.storage.googleapis.com/docs/how-advertisers-can-extend-their-relevance-with-search_research-studies.pdf

2017 Local Search Ranking Factors: <https://moz.com/local-search-ranking-factors>

The Impact of Online Reviews on Customers' Buying Decisions:
<http://www.business2community.com/infographics/impact-online-reviews-customers-buying-decisions-infographic-01280945#vdjJ9foJUJpVAth.99>

Social Media 2016: Die Zahlen & Fakten zu Facebook, Twitter & Co. im Überblick: <http://blog.wiwo.de/look-at-it/2016/06/30/social-media-2016-die-zahlen-fakten-zu-facebook-twitter-co-im-ueberblick/>

 **SALESURANCE** Whitepaper

In 6 Schritten zur **regionalen Leadmaschine**

