



## Whitepaper Local SEO

# Lokal besser gefunden werden: Diese Inhalte benötigt ein guter Branchenbucheintrag

Durch die Tendenz zur mobilen Webnutzung sind lokale Suchanfragen immer häufiger geworden. Stellen Sie sich vor, Sie sind in einer fremden Stadt und suchen nach etwas ganz Bestimmten. Man kann ja mal eben googeln, wo das nächste Restaurant zu finden ist. Für Unternehmen ist es daher lohnenswert, ihren regionalen Standort durch Suchmaschinen im Internet zu verbreiten.

Die Suchmaschinen beziehen ihre Informationen hierzu aus digitalen Branchenbüchern. Sie überprüfen mithilfe vieler übereinstimmender Einträge, ob Ihre Webseite tatsächlich existiert. Je seriöser das Verzeichnis, desto relevanter wird ein Unternehmenseintrag eingestuft.

Die Branchenbücher sind für die lokalen Rankingfaktoren im SEO-Bereich ausschlaggebend und bescheren Ihnen gleichzeitig mehr Besucher, die sich regional orientieren möchten. So können auch kleinere Unternehmen leichter gefunden werden.

Es fällt den Suchmaschinen jedoch negativ auf, wenn die Angaben verschiedener Verzeichnisse nicht miteinander übereinstimmen. Wenn Sie also Firmenprofile anlegen, sollten Sie diese regelmäßig aktualisieren und für ein gesamtheitliches Bild Ihres Unternehmens sorgen. Unsere Tipps für gelungene Branchenbucheinträge helfen Ihnen bei einem professionellen und lokalen Internetauftritt.

## 1 Richtige Firmierung

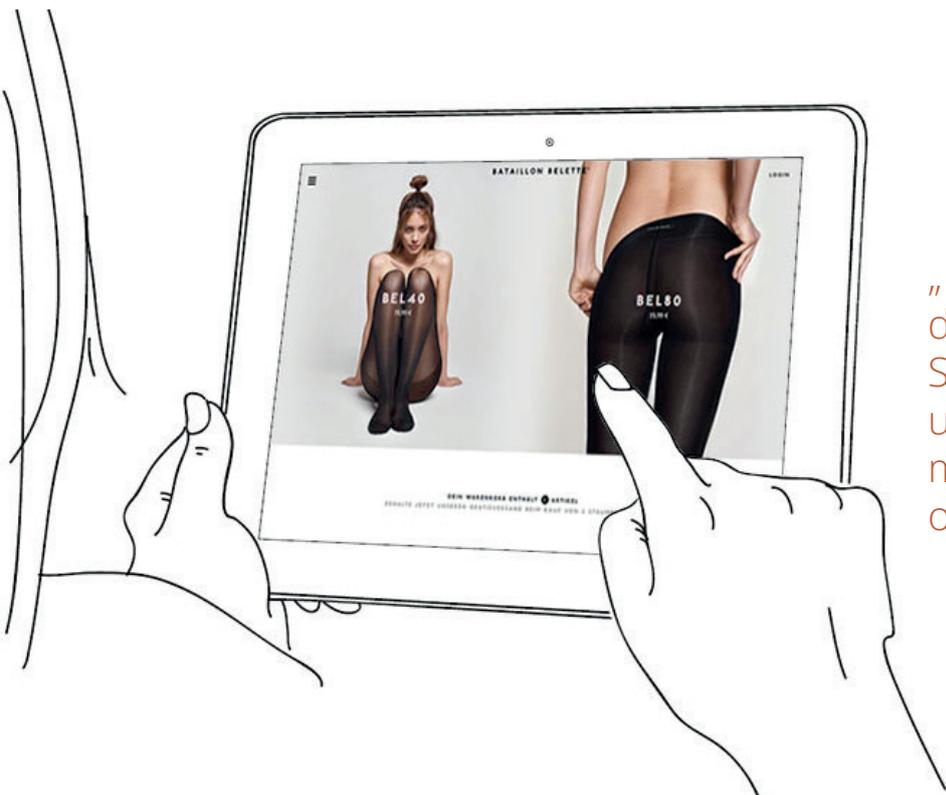
Der Name Ihres Unternehmens ist ein Markenzeichen und somit das wichtigste Element bei einem Branchenbucheintrag. Achten Sie auf eine einheitliche Schreibweise – entweder mit oder ohne Namenszusätze (wie zum Beispiel GmbH), aber nicht beides in verschiedenen Verzeichnissen. Das verwirrt sonst die Suchmaschinen bei der Indexierung Ihrer Einträge.

## 2 Anschrift/Adresse

Die genaue Adresse sollte ebenfalls in jeden Branchenbucheintrag integriert sein – durch sie ermitteln die Suchmaschinen den genauen Ort, an dem sich Ihr Unternehmen befindet. Vergessen Sie die Postleitzahl nicht, damit es zu keinen Missverständnissen bei eventuell identischen Städtenamen kommt. In vielen Fällen lohnt es sich zudem, kurz zu beschreiben, mit welchen Verkehrsmitteln Ihr Unternehmen erreichbar ist. Daten wie der Name der nächsten Bushaltestelle und ob es in der Nähe Parkmöglichkeiten gibt, sind für Besucher besonders nützlich.

### 3 Kontaktdaten

Geben Sie nur Kontaktdaten an, bei denen der Suchende auch wirklich ein Feedback von Ihnen erhält. Nicht genutzte Kundenservices, die nur zum Schein erstellt werden und keinen wirklichen Mehrwert für den Nutzer haben, enttäuschen die Nutzer und vermitteln ein negatives Bild. Die gängigsten Kontaktdaten sind Telefonnummer, E-Mail-Adresse und Fax, wobei letzteres immer seltener wird. Aber Vorsicht: Bei Telefonnummern kann es oft zu unabsichtlichen Variationen kommen, die Sie vermeiden können – zum Beispiel einmal mit Landesvorwahl und einmal ohne.



„Die Branchenbücher sind für die lokalen Rankingfaktoren im SEO-Bereich ausschlaggebend und bescheren Ihnen gleichzeitig mehr Besucher, die sich regional orientieren möchten.“

### 4 Link zur Webseite

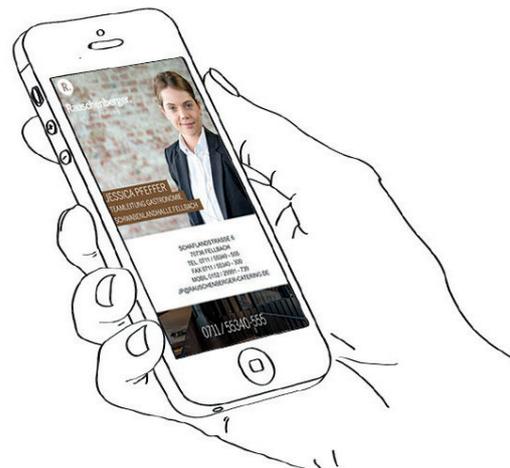
Natürlich darf auch der Verweis auf Ihre Webseite (bzw. Ihren Webshop) nicht fehlen. Einerseits kann der Internetnutzer dadurch bei Interesse direkt mehr über Ihr Unternehmen erfahren, andererseits handelt es sich um einen gut platzierten Backlink, der bei den Suchmaschinen Ihre Reputation stärkt. Außerdem gelangt mehr Traffic auf Ihre Seite, was wiederum den Suchmaschinen positiv auffällt und Ihr Ranking verbessert.

### 5 Öffnungszeiten

Ein weiterer wichtiger Aspekt sind die Öffnungszeiten oder Sprechzeiten Ihres Kundenservices. Besonders im Hinblick auf lokale Suchanfragen ist diese Information sehr relevant – denn niemand mag es, unerwartet vor verschlossenen Türen zu stehen.

## 6 Kernleistungen

Der Name des Unternehmens und die Branche reichen oft nicht aus, um zu verdeutlichen, welche Dienstleistungen oder Produkte Sie genau anbieten. Daher ist es empfehlenswert, noch zusätzlich Ihre Leistungen aufzulisten. Halten Sie sich dabei kurz und verwenden Sie keine kopierten Inhalte von Ihrer Webseite, um Duplicate Content zu vermeiden. Manche Branchenbücher bieten auch Tags oder Kategorien an, um Unternehmen spezifischer zu definieren.



## 7 Bildmaterial

Bilder helfen dem Besucher, sich Ihr Unternehmen besser vorstellen zu können. Wie sieht das Gebäude von außen aus, und wie die Innenräume? Gibt es ein Bild des Teams? So hat der mobile Nutzer direkt einen örtlichen Bezug und einen persönlichen Eindruck von Ihnen. Für die Suchmaschinen sollten Sie diese Fotos richtig benennen, um ihnen zu verdeutlichen, was auf den Bildern zu sehen ist.

## 8 Bewertungen

Zuletzt sind auch Kundenrezensionen eine beliebte Maßnahme, um Branchenbucheinträge zu optimieren. Wenn Suchmaschinen und Interessenten auf gute Bewertungen stoßen, vermittelt das direkt einen positiven Eindruck von Ihnen. Viele Verzeichnisse bieten mittlerweile eine solche Bewertungsfunktion an. Alternativ können Sie auch auf Bewertungsportale zurückgreifen und zusätzliche Firmeneinträge generieren.

### Zeigen Sie der Welt, wo Sie sind!

Mit all diesen Elementen in Ihren Branchenbucheinträgen dürfte es Ihnen nicht schwer fallen, über lange Zeit eine positive Resonanz zu erzeugen. Achten Sie auf Einheitlichkeit und Aktualität Ihrer Daten – veraltete Informationen gehören gelöscht und nicht in die Datenbanken der Suchmaschinen.

Es bleibt nun noch die Auswahl der richtigen Portale. Hier gilt das Prinzip Qualität vor Quantität: Was bringen Ihnen 100 verschiedene Einträge, wenn Sie zeittechnisch nicht hinterherkommen? Die Auswahl der hochwertigen Portale ist also entscheidend.

Ein Whitepaper der Agentur Anmut

Mit SEO mehr Aufmerksamkeit im Internet erhalten.

Gerne beraten wir Sie telefonisch unter ☎ 07 11 / 219 55 150  
oder per E-Mail an ✉ info@agentur-anmut.de