

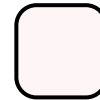
Der **30-Tage** Optimierungs- fahrplan für dein Google Maps Profile

Erledige 30 Tage lang jeden Tag eine Aufgabe rund um das Google Business Profile deines Unternehmens und Sorge damit dafür, dass dein Geschäft besser denn je lokal und regional gefunden wird!



Tag 1

Kategorien klug auswählen



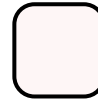
1. Nutze das **PlePer-Tool** „Google Business Profile Categories – Full List“ zur Recherche aller potenziell für dein Geschäft / Geschäftsmodell in Frage kommenden Kategorien:
https://pleper.com/index.php?do=tools&sdo=gmb_categories
2. Bestimme eine dieser Kategorien zur „**Primären Kategorie**“. Trage diese Kategorie bei „Profil bearbeiten“ im Admin-Bereich des Google Business Profile ein.
3. Füge alle anderen ermittelten Kategorien als „**Weitere Kategorie**“ hinzu.

Online-Marketing-Unternehmen
Marketingberater
Marketingbüro
Weiterbildungszentrum
Werbeagentur für Postwurfsendungen
Werbeartikelanbieter



Tag 2

Firmenname, Adresse und PIN-Position optimieren



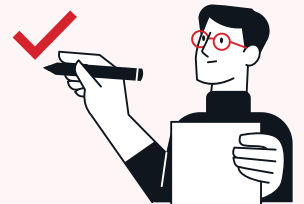
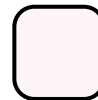
1. **Firmenname** im Google Business Profile und Firmenname im Website-Impressum sollen übereinstimmen – ggf. Firmenname im Website-Impressum um Schlagwort ergänzen. Ein Beispiel: Verwende anstatt „Edwin Maier GmbH“ besser „Malermeister Edwin Maier GmbH“ 😊
2. **Adresse** im Google Business Profile muss mit Firmenadresse im Website-Impressum und anderen Firmenverzeichnissen buchstaben- und zahlen- genau übereinstimmen.
3. **Firmen-Eingang schwer zu finden?** Dann „Zeile hinzufügen“ und Hinweise ergänzen. Ein Beispiel: „2. Hinterhof, Ausgang B“ oder „Eingang links neben Drehtür“.
4. Prüfe, ob der **rote PIN in der Karten-Voransicht** an richtiger Position steht. Wenn nicht, fasse den PIN an und versetze ihn an die ideale Position (z. B. dahin, wo die Eingangstür ist).

Adresse: Reglinhardstraße 34, 13409 Berlin

Öffnungszeiten: **Geöffnet** · Schließt um 18:00 ▾

Tag 3

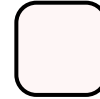
Öffnungszeiten checken und ergänzen



1. Prüfe die eingetragenen **Öffnungszeiten** auf Richtigkeit – korrigiere, wenn nötig. Sollten Öffnungszeiten gänzlich fehlen, dann trage sie nach. Dein Geschäft hat „eigentlich“ keine Öffnungszeiten? Dann trage die telefonische Erreichbarkeit ein.
2. Füge bei „**Spezielle Öffnungszeiten**“ eure physische/telefonische Erreichbarkeit an Feiertagen ein – gern auch schon Monate im Voraus.
3. Checke „**weitere Öffnungszeiten**“ – von Brunch-Zeiten bis Online-Geschäftszeiten kann hier Vieles eingetragen werden, was auf dein Geschäft zutreffen könnte.

Tag 4

URLs – wichtige Verlinkungen inkl. der Social-Media-Profile



1. Hinterlege bei „**Website**“ die Internetadresse des Geschäfts. Seid ihr ein Geschäft mit vielen Filialen, dann hinterlege hier die Internetadresse der jeweiligen **Standortseite** auf der Website.
2. Dir werden „**Buchungen**“ angeboten? Und Du hast einen Online-Terminkalender auf der Website des Geschäfts? Dann trage hier im Profil diese Internetadresse(n) ein.
3. Du wirst nach einer „**Speisekarten-URL**“ gefragt? Und Du hältst online eine Speisekarte bereit? Dann trage hier ihre Internetadresse oder die der PDF-Speisekarte ein.
4. Du nutzt Google Analytics oder Matomo für die **Website-Analyse**? Du möchtest dort in Berichten den Traffic über diese Links sehen können? Dann füge den Links UTM-Parameter hinzu. Zwei Tools stehen dir zur Kreation von UTM-Parametern zur Verfügung:
<https://ga-dev-tools.google/ga4/campaign-url-builder/>
<https://matomo.org/docs/tracking-campaigns-url-builder/>
5. Trage bei „**Profile in sozialen Netzwerken**“ die Links zu den Social-Media-Profilen ein, die für das Geschäft geführt werden (Pinterest, TikTok und die in der folgenden Grafik abgebildeten).

Profile in sozialen Netzwerken

<https://youtube.com/@HappyOptimizing>
<https://www.instagram.com/dskomgmbh/>
<https://www.linkedin.com/company/dskom-gmbh/>
<https://x.com/dskom>
<https://www.facebook.com/dskomGmbH>

Tag 5

Beschreibung checken, ggf. erweitern



1. Nutze maximal 750 Zeichen zur Beschreibung des Geschäfts.
2. Beantworte dabei die 5 W-Fragen:
Wer sind wir?
Was bieten wir an?
Wem bieten wir das an?
Was macht unser Angebot einzigartig?
Was treibt uns an? (Passion / Mission)
3. Verwende die zentralen Keywords für das Geschäft, seine Produkte und Dienstleistungen.

Tag 6

Highlights & Attribute administrieren



1. Triff zu jedem Highlight bzw. Attribut eine Entscheidung.
2. Zutreffende Attribute mit Häkchen bestätigen.
3. Nicht zutreffende Attribute mit Sperrsignal ablehnen.

Tag 7

Leistungen hinterlegen (sofern verfügbar)



1. Öffne „Dienstleistungen“ im Admin-Bereich des Google Business Profile.
2. Hier findest Du die von Dir unter „Profil bearbeiten“ ausgewählten „Kategorien“.

Füge jeder Kategorie über „+ Weitere Leistungen hinzufügen“ eine „Eigene Dienstleistung“ hinzu. Formuliere die Dienstleistung so, wie sie bei Google gesucht wird.

3. Klicke nach dem Speichern erneut auf die hinzugefügte Dienstleistung und ergänze sie um eine **Beschreibung** und ggf. um ihren **Preis**.

Wiederhole dies mit allen anderen Leistungen des Geschäfts in der jeweils dazu passendsten Kategorie.

Tag 8

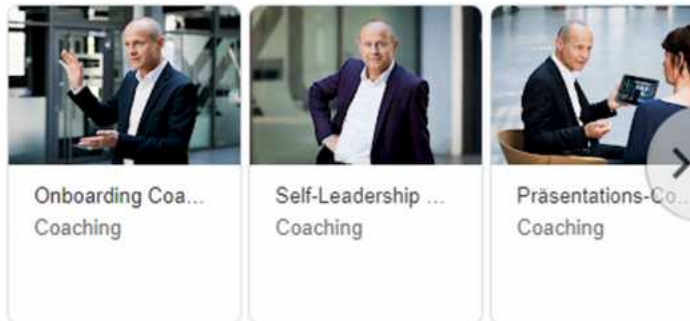
Produkte anlegen (sofern verfügbar)



1. Prüfe, ob in deinem Google Business Profile der Navigationspunkt **Produkte** verfügbar ist.
2. Nutze ihn, sofern vorhanden, indem du **physische oder digitale Produkte** anlegst.
3. Verwende **alle Felder** zur Anlage eines Produkts: Produktname, Produktbild, Kategorie (frei benennbar), Preis bzw. Preisspanne (optional), Produktbeschreibung sowie Schaltfläche mit Link.
4. Stelle durch diese Arbeit ein zusätzliches Karussell in deiner Google Maps-Darstellung her:

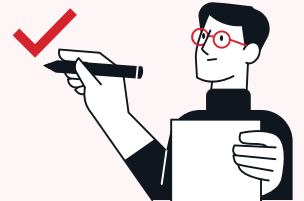
Produkte

[Alle anzeigen](#)

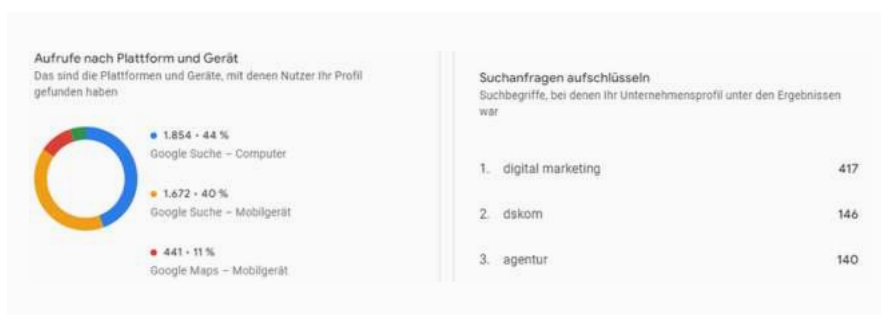


Tag 9

Statistiken ansehen



1. Schaue von nun an regelmäßig in die Statistiken des Google Business Profile, um das **Nutzerverhalten** zu verstehen.
2. Prüfe, bei welchen **Suchanfragen** das Geschäft gefunden wird, wie Nutzer danach suchen.
3. Stelle fest, was danach geschieht: **Anrufe, Buchungen**, Route berechnen, **Website-Klicks**.

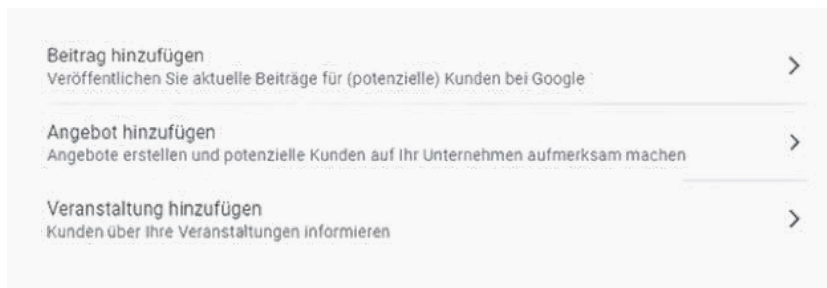


Tag 10 - 12

Beiträge hinzufügen

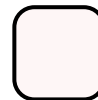


1. Füge am 10. Tag einen (ersten) „**Beitrag**“ hinzu – also eine News mit Foto oder Video sowie einer Schaltfläche mit Link zur Website des Geschäfts.
2. Füge am 11. Tag ein (erstes) „**Angebot**“ hinzu – mit Foto oder Video, einem Start- und Enddatum sowie allen „weiteren Details“, die Sinn machen.
3. Füge am 12. Tag eine (erste) „**Veranstaltung**“ hinzu – mit Foto oder Video, einem Start- und Enddatum, allen „weiteren Details“, die Sinn machen inkl. eines Links zur Website des Geschäfts.



Tag 13 - 17

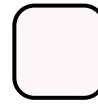
Fotos und Videos hochladen



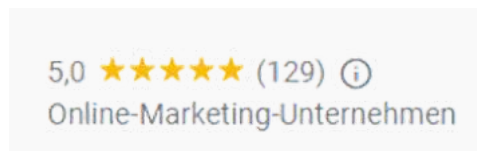
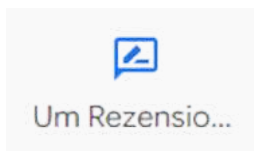
1. Logge Dich am 13. Tag in das Google Business Profile des Geschäfts ein, gehe zum Navigationspunkt „Fotos“ und lade das **Firmen-Logo** und ein attraktives **Titelbild** hoch.
2. Gehe am 14. Tag mit einem Smartphone durch das Geschäft und mache reichlich Fotos – von außen (Straße und Haus, **Hauseingang** und **Firmenschild**), von innen (Eingang, Empfang, die Räume des Geschäfts) und am Arbeitsplatz (Arbeitssituationen festhalten).
3. Lade am 15. Tag die schönsten Bilder aus dem Fotoshooting ins Google Business Profile hoch. Achte dabei auf eine maximale Auflösung – beschneide die Bilder **nicht unter 720px** je Seite.
4. Nutze am 16. Tag die Möglichkeit, auch **Videos** in das Google Business Profile hochzuladen – stelle in den Videos das Geschäft, seine Produkte und Dienstleistungen vor.
5. Informiere Dich am 17. Tag über „**Google Street View für Unternehmen**“. Ein „Street View Profi“ kann kostenpflichtig eine 360°-Tour vom Geschäft erstellen und diese in das dazugehörige Google Business Profile hochladen ... <https://www.google.com/intl/de/streetview/business/>

Tag 18 - 19

Bewertungen einsammeln

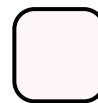


1. Schicke am 18. Tag an 5 deiner liebsten Bestandskunden eine E-Mail mit der Bitte, das Geschäft auf Google zu bewerten. Nutze dafür den Link, der sich im Admin-Bereich des Google Business Profile hinter „**Um Rezensionen bitten**“ befindet.
2. Wiederhole am 19. Tag die Aufgabe von Tag 18. Innerhalb der nächsten 10 Tage sollten 2-4 Bewertungen eintrudeln. Setze dir nun einen **Reminder in deinen Online-Kalender** – alle vier Wochen solltest Du künftig mindestens 5 zufriedene Kunden um eine Bewertung bitten.



Tag 20

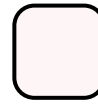
Strukturierte Daten in Website-Quelltext einbinden



1. Mache dich mit strukturierten Daten vertraut – lies' dich auf <https://schema.org> ein.
2. Informiere deinen **Webmaster**, dass du strukturierte Daten auf der Website des Geschäfts einbinden möchtest, damit lokale Informationen leichter von Suchmaschinen erfasst werden können. Schicke ihm diesen Link: <https://schema.org/LocalBusiness>
3. Das bevorzugte Format für die Einbindung der strukturierten Daten in den Website-Quellcode ist heutzutage **JSON-LD**. Dein Webmaster sollte damit arbeiten.
4. Für WordPress-Websites gibt es tolle **Plugins**, die sich um diese Aufgabe kümmern, zum Beispiel <https://de.wordpress.org/plugins/all-in-one-schemaorg-rich-snippets/>

Tag 21 - 30

Branchenbuch-Einträge pflegen



1. Trage dein Geschäft an jedem der folgenden 10 Tage in ein **Firmenverzeichnis** ein. Prüfe vor einem Neueintrag stets, ob dein Geschäft schon eingetragen ist – dann übernahm' den bestehenden Eintrag und aktualisiere ihn. Belasse es bei einem **kostenfreien Grundeintrag** – dies reicht aus. Beginne heute mit <https://web2.cylex.de>
2. Nimm' dir am 22. Tag einen Eintrag auf GoYellow vor: <https://www.goyellow.de>
3. Lege am 23. Tag einen Eintrag bei Bing Places an: <https://www.bingplaces.com>
4. Den 24. Tag nutze für einen Eintrag bei Hotfrog: <https://www.hotfrog.de>
5. Am 25. Tag trage dein Geschäft bei meineStadt ein: <https://www.meinestadt.de>
6. Der 26. Tag gehört den Gelben Seiten: <https://www.gelbeseiten.de>
7. Am 27. Tag steht das BranchenbuchDeutschland an: www.branchenbuchdeutschland.de
8. Nimm' den 28. Tag fürs StadtBranchenbuch: <https://www.stadtbranchenbuch.com>
9. Der 29. Tag wird für Öffnungszeiten.com genutzt: <https://www.oeffnungszeiten.com>
10. Lege am 30. Tag das Geschäft in einem **branchenbezogenen Firmenverzeichnis** an. Google dafür deine Branche und trage dich im bestplatzierten Branchenportal ein – als Anwalt könnte sich dies bei anwalt.de lohnen, als Physiotherapeut könnte therapeuten.de das passende Portal sein.



Das dskom-Team unterstützt dich gerne beim Local Marketing ♥

Mit dem Experten-Team der **dskom digital.marketing.agentur** hast du nicht nur das Google Business Profile im Griff. Deine Unternehmensdaten sind auch auf 40 weiteren Branchenkatalogen, Unternehmensverzeichnissen und Kartendiensten zu finden.

Wir bieten dir und deinem Unternehmen diese drei Pakete an:

GBP-Paket BASIC	Laufzeit: 12 Monate
398 € zzgl. 19% MwSt. - jedes weitere Jahr 148 €	
Google Maps im Griff haben!	
Im Paket enthalten	
✓ "Google Business Profile (GBP) Optimierung alles Basidaten ✓ GBP-Erweiterung um Services (Dienstleistungen) ✓ GBP-Erweiterung um Produkte (nicht in jedem Account verfügbar) ✓ Aktualisierung von Datenpunkten binnen 72 Stunden nach Meldung ⊗ Übertragung der GBP-Daten in 40 weitere Portale mit lokalen Daten ⊗ GBP-Erweiterung um "Fragen und Antworten" (wo verfügbar) ⊗ GBP-Beiträge einbinden (News, Angebote, Events) ⊗ Unterstützung beim Management von Bewertungen (Rezensionen) ⊗ Lokale Optimierung der Website auf den Standort des Unternehmens	

Portale-Paket PREMIUM	Laufzeit: 12 Monate
698 € zzgl. 19% MwSt. - jedes weitere Jahr 268 €	
In 40 Portalen sichtbar sein!	
Im Paket enthalten	
✓ "Google Business Profile (GBP) Optimierung alles Basidaten ✓ GBP-Erweiterung um Services (Dienstleistungen) ✓ GBP-Erweiterung um Produkte (nicht in jedem Account verfügbar) ✓ Aktualisierung von Datenpunkten binnen 72 Stunden nach Meldung ✓ Übertragung der GBP-Daten in 40 weitere Portale mit lokalen Daten ✓ GBP-Erweiterung um "Fragen und Antworten" (wo verfügbar) ⊗ GBP-Beiträge einbinden (News, Angebote, Events) ⊗ Unterstützung beim Management von Bewertungen (Rezensionen) ⊗ Lokale Optimierung der Website auf den Standort des Unternehmens	

All in-Paket DELUXE	Laufzeit: 12 Monate
998 € zzgl. 19% MwSt. - jedes weitere Jahr 388 €	
Der volle Local-Service!	
Im Paket enthalten	
✓ "Google Business Profile (GBP) Optimierung alles Basidaten ✓ GBP-Erweiterung um Services (Dienstleistungen) ✓ GBP-Erweiterung um Produkte (nicht in jedem Account verfügbar) ✓ Aktualisierung von Datenpunkten binnen 72 Stunden nach Meldung ✓ Übertragung der GBP-Daten in 40 weitere Portale mit lokalen Daten ✓ GBP-Erweiterung um "Fragen und Antworten" (wo verfügbar) ✓ GBP-Beiträge einbinden (News, Angebote, Events) ✓ Unterstützung beim Management von Bewertungen (Rezensionen) ✓ Lokale Optimierung der Website auf den Standort des Unternehmens	