



Google Maps & Website-Optimierung

Für ein cleveres und zukunftsicheres Unternehmensmarketing

Speaker: Sven Deutschländer

dskom digital.marketing.agentur

Unser Ziel: Mehr Umsatz und Gewinn

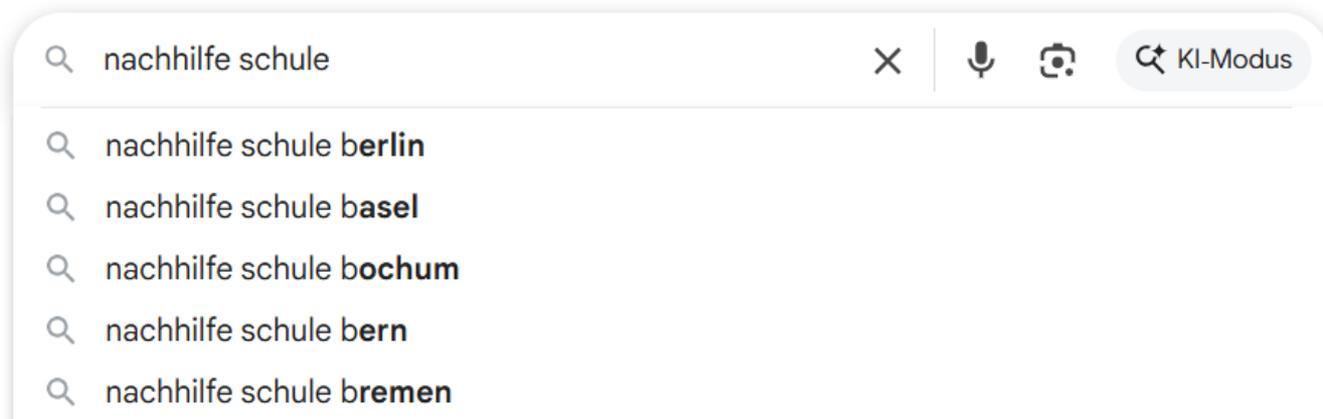


Umsatz ist das Ziel:
Lead-Generierung,
sofortiger Abverkauf

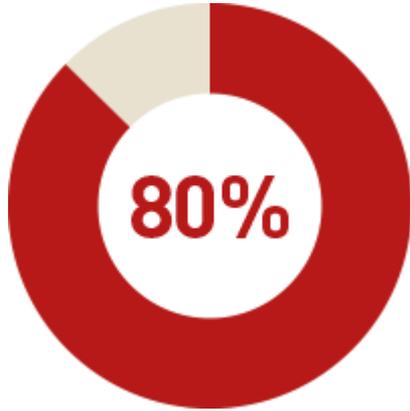
Fokus auf klares Ziel:
Führung der Nutzenden,
Handlungsaufforderung

Marke immer mitdenken.
Doch reine Markenpflege
für KMU kein Primärziel.

„Nachhilfe“ verstehen Suchmaschinen als lokales Dienstleistungsangebot

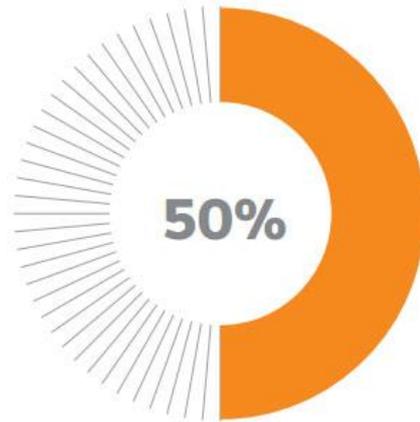


Demnach ist lokale Findbarkeit der Schlüssel zum Erfolg



Lokale Adressen
Öffnungszeiten
Produktverfügbarkeiten
Routenplanung

Lokal Suchende
kommen oft binnen
24h ins Geschäft



Lokal Suchende
nutzen Ads mit
lokalen Informationen
(Adresse, Telefonnummer)

Das Google Unternehmensprofil ist der Ausgangspunkt



dskom digital.marketing.agentur

5,0 ★★★★★ 133 Rezensionen ⓘ ⋮

Online-Marketing-Unternehmen in Berlin

Website

Route

★ Rezensionen

📄 Speichern

🔗 Teilen

☎️ Anrufen

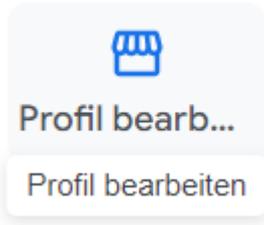
Adresse: [Reginhardstraße 34, 13409 Berlin](#)

Öffnungszeiten: Geschlossen · Öffnet Mo um 09:00 ▾

Telefon: [030 49907084](tel:03049907084)



Relevante Aspekte im Google Maps Profil für gute Google Platzierungen



← Unternehmensinformationen

Info Kontakt Standort Öffnungszeiten Mehr

Informationen zum Unternehmen

Unternehmensname
dskom GmbH

Unternehmenskategorie
Online-Marketing-Unternehmen **PRIMÄR**
Marketingberater
Marketingbüro
Weiterbildungszentrum
Werbeagentur für Postwurfsendungen
Werbeartikelanbieter

Beschreibung
Die dskom GmbH ist eine Direktmarketing- und Online-Marketing-Agentur.

Exakter Firmenname
ohne SEO-Zusätze,
ohne Ortsnamen,
identisch mit Impressum

Adresse
Telefonnummer
Öffnungszeiten
zentrale Informationen
webweit identisch

Kategorie und Firmenname

Profil bearb...
Profil bearbeiten

dskom GmbH

Marketingberater
Online-Marketing-Unternehmen

Reglinhardstraße 34 13409 Berlin

Einzugsgebiet hinzufügen

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

030 49907084

Spezielle Öffnungszeiten

Geben Sie Öffnungszeiten für die Tage ein, an denen die Geschäftszeiten von den regulären abweichen

Karfreitag 18.04.2025	Bearbeiten
Ostermontag 21.04.2025	Bearbeiten
Tag der Arbeit 01.05.2025	Bearbeiten

Website
<http://www.dskom.de/>

URL für Termine
<http://www.seo-profi-berlin.de/seo/gruppen-seminare.php>

Eröffnet am 1. März 2013

Weitere Öffnungszeiten hinzufügen

- + Abendessen
- + Abholung
- + Brunch
- + Drive-in
- + Frühstück
- + Happy Hours
- + Küche
- + Lieferservice
- + Mittagessen
- + Online-Geschäftszeiten
- + Zeiten für Risikogruppen
- + Zugang
- + Zum Mitnehmen



Kategorie, Firmenname und Beschreibung

 Profil bearb...
Profil bearbeiten



dskom GmbH 

Marketingberater 
Online-Marketing-Unternehmen

 Reglinhardstraße 34 13409 Berlin 

 Einzugsgebiet hinzufügen 



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

 030 49907084



Die dskom GmbH ist eine Direktmarketing- und Onlinemarketing-Agentur.

Im Service-Bereich kümmern wir uns um das Fax- und E-Mail-Marketing von KMU aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Desweiteren bieten wir Projektarbeit zur Suchmaschinenoptimierung von Websites an, richten Werbung bei Google, Bing und Facebook ein. Ein spezialisierter Geschenke- und Werbeartikel-Service rundet unser Angebot ab.

Attribute

Nur Attribute, die Sie bearbeiten können, werden unten angezeigt. [Weitere Informationen](#)

Highlights

 Von Frauen geführt

[ABBRECHEN](#) [ÜBERNEHMEN](#)

Hinweis: Änderungen werden unter Umständen vor der Veröffentlichung auf Ihre Qualität überprüft. Dies kann bis zu drei Tage dauern. [Weitere Informationen](#)

Ausstattung

Ohne Unisex-Toilette

Barrierefreiheit

Kein rollstuhlgerechtes WC
Rollstuhlgerechte Sitzgelegenheiten

Planung

Kein Termin erforderlich



Der Firmenname hat enormen Einfluss auf die Google-Platzierungen

kaum optimiert

kann auch funktionieren
Impressum „optimieren“
einmaliger smarter Move



dskom digital.marketing.agentur
5,0 ★★★★★ 133 Rezensionen ⓘ ⓘ
Online-Marketing-Unternehmen in Berlin

Website Route Rezensionen Speichern

überoptimiert

funktioniert zuweilen noch
Tanz auf der Rasierklinge
Never change a running ...



Alpha Institute - Schnell Englisch
lernen Berlin - Intensiv-
Englischkurse - Englisch-Crashkurse
für Anfänger

Website Route Rezensionen Speichern

teiloptimiert

guter Kompromiss bei
optimiertem Impressum
Please Do Not Touch



**Die Zahnärzte im Kölner Süden |
Köln-Zollstock**
4,8 ★★★★★ 177 Rezensionen ⓘ ⓘ
Zahnarzt

Website Route Rezensionen Speichern

Der Firmenname hat enormen Einfluss auf die Google-Platzierungen

kaum optimiert

kann auch funktionieren
Impressum „optimieren“
einmaliger smarter Move



dskom digital.marketing.agentur
5,0 ★★★★★ 133 Rezensionen ⓘ
Online-Marketing-Unternehmen in Berlin

Website Route Rezensionen Speichern

überoptimiert

funktioniert zuweilen noch
Tanz auf der Rasie
Never change a running shoe



Alpha Institute - Schnell Englisch lernen Berlin - Intensiv-Englischkurse - Englisch-Crashkurse für Anfänger

Website Route Rezensionen Speichern

teiloptimiert

guter Kompromiss bei
optimiertem Impressum
Smart Touch

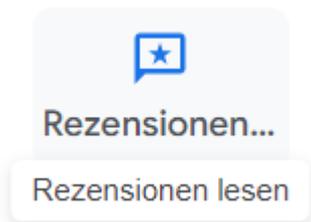


Kölner Süden | Zahnarzt
4,8 ★★★★★ 177 Rezensionen ⓘ

Website Route Rezensionen Speichern



Gute Bewertungen sind aus vielen Gründen erfolgsentscheidend



dskom GmbH
Reginhardstraße 34, Berlin

5,0 ★★★★★ 104 Rezensionen
Rezensionen werden nicht überprüft. ⓘ

Wird oft erwähnt

Alle seminar 35 google ads 21 workshop 13 wissen 13 + 6

Sortieren nach

Relevanteste Neueste Höchste Niedrigste

Mehr Rezensionen erhalten

Um Rezensionen bitten

Mehr Rezensionen erhalten

Stellen Sie für Kunden einen Link zu einem Formular bereit, auf dem sie Rezensionen zu Ihrem Unternehmen bei Google hinterlassen können

Rezensionen schaffen Vertrauen und sorgen dafür, dass sich Ihr Unternehmen in der Suche und auf Maps von anderen abhebt

E-Mail WhatsApp Facebook

Rezeptionslink
<https://g.page/r/CUbpAjkKI-isEB0/review>

QR-Code für Rezensionen mit Kunden teilen

Rechtsklicken und „Bild speichern unter...“ auswählen, um den QR-Code mit Kunden zu teilen

Immer auf Bewertungen antworten?
bei negativen Reviews immer, immer, immer deeskalierend und lösungsorientiert reagieren
bei positiven Reviews „keyword-optimiert“, ohne Textbausteine – nur, wo es sich anbietet



Bewertungen sind für Google Maps Nutzer eine Entscheidungsgrundlage

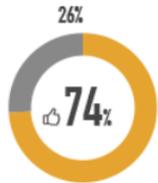
Bewertungen einfordern
selektiv
strukturiert
direkt nach dem Kauf

Negatives Feedback
immer beantworten
für verärgerten Kunden
und künftige Kunden

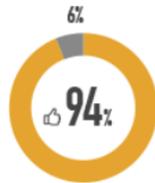
Spam-Bewertungen
melden, immer wieder
melden lassen: Local Guides
Anwalt nehmen

Proven Expert

Durchschnittlicher
Anteil **positiver** und
negativer Bewertungen



passiv erhaltenen Bewertungen,
z.B. auf klassischen Bewertungsportalen



aktiv gesammelten Bewertungen,
z.B. mit Kundenfeedback-Service

Was wirkt glaubwürdiger?

4,5 ★★★★★ 1.018 Google-Rezensionen

5,0 ★★★★★ 99 Google-Rezensionen

Google Bewertung löschen - Schütze Deinen Ruf im Internet

Es gibt mehrere Wege, um professionell mit einer negativen **Bewertung** umzugehen. Nutze die kostenlose Erstberatung, damit wir den passenden Weg für Dich finden.

[Die Preise](#) · [Die Kontaktdaten](#)



Die Wirkung der Fotos im Google Maps Profil wird krass unterschätzt



1

Stockfotos
besser nicht nutzen.
Google wünscht sich Bilder
aus dem wahren Leben!

2

Warum nicht meine
User-Fotos etwa beliebter?
Eigene Bilder oft von
schlechterer Qualität!

3

Bilder mehrfach
nutzen? Kein Problem!
Duplicate Content gibt es
in der Bilder-Welt nicht.

4

Alte Fotos löschen?
Unbedingt! Du möchtest
Maps-Usern doch keinen
veralteten Kram zeigen.

Die Wirkung der Fotos im Google Maps Profil wird krass unterschätzt



Die eigenen Bilder im besten Licht erscheinen lassen

Logo: quadratisch,
min. 720px Seitenlänge

auch gezoomt genutzt

Bilder: rechteckig,
min. 1.200px lange Seite

Bildunterschrift ()

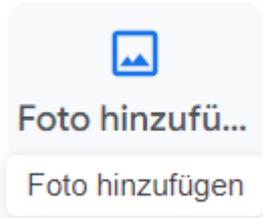
keinen Text draufschreiben

Geo-Tagging aktiv nutzen

regelmäßig neue Bilder

Wer das nicht schafft, geht das Risiko ein, dass Google Nutzerfotos den Vorzug gibt :-/

Fotos, die von Nutzern ins Profil hochgeladen werden, sind oft 🤖



Fotos ansehen

Ristorante Pizzeria da Orazio
Jobcenter Bonn
Euskirchen
Ambiente
Helmholtz-Gymnasium

Juristische Fachseminare, eine Marke der Juristische Fachmedien Bonn GmbH
Berufsschule in Bonn

Website Route Speichern



Dienstleistungen schlauen Google und seine Nutzer auf



Dienstleistun...

Dienstleistungen bearbeiten



dskom GmbH

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

Leistungen

Online-Marketing-Unternehmen
SEO Agentur Berlin
Agentur Suchmaschinenoptimierung Berlin
SEA Agentur Berlin
Google Ads Agentur Berlin
Social Media Marketing Agentur Berlin
Facebook Marketing Agentur Berlin

Marketingberater

E-Mail-Marketing Beratung
SEO-Beratung
Google Ads Beratung
Social Media Marketing Beratung
Webanalyse-Beratung
Google Tools Beratung
Online-Marketing Beratung

So gelangen wertvolle Infos mit Keywords direkt zu Google



Weiterbildungszentrum

SEO Grundlagen-Seminar

439,00 €

Grundlegendes Wissen für die Suchmaschinenoptimierung von Websites - Schwerpunkte: OnPage- und OnSite-Optimierung, technische und redaktionelle Optimierung für optimale Suchmaschinen-Rankings.

Google Ads Grundlagen-Seminar

399,00 €

Grundlegendes Wissen für die Schaltung von Google Ads in der Google Suche - Schwerpunkte: Konto-Aufbau, Keywords-Recherche, Anzeigentext-Erstellung und Optimierungstipps vom zertifizierten Google Ads Profi.

Facebook-Marketing Intensiv-Seminar

499,00 €

Intensives Know-how rund um das optimale Social Media Marketing mit Facebook - Schwerpunkte: Aufbau Fanpage, Fan-Generierung, zielgruppen-gerechtes Posten, Nutzung des Werbeanzeigen-Managers, Analysieren der Facebook-Statistiken

Auf die clevere Auswahl passender Kategorien kommt es also unbedingt an

PlePer Tools

Google Business Profile Categories - Full List

- Currently there are **3871** Google Business Profile Categories from which you can choose
- Tab separated

All ▾ records per page

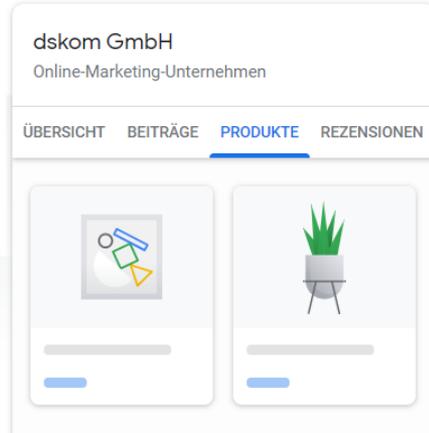
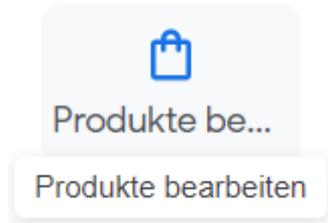
GCID	Category Name
aadhar_center	Aadhaar-Zentrum
abarth_dealer	Abarth-Händler
abbey	Abtei
aboriginal_and_torres_strait_islander_organisation	Organisation der Aborigines und Torres-Strait
aboriginal_art_gallery	Galerie für Aboriginalkunst
abortion_clinic	Klinik für Schwangerschaftsabbrüche

PlePer Tools

https://pleper.com/index.php?do=tools&sdo=gmb_categories



Produkte schlaun Google und seine Nutzer ebenfalls auf



1.263 potenzielle Kunden haben Ihr Unternehmen im letzten Monat bei Google gefunden. Diesen Nutzern können Sie Ihre Produkte kostenlos präsentieren!

Jetzt starten

Produktname

Produktbild

Kategorie (Freifeld)

Preis (Option)

Produktbeschreibung

Schaltfläche mit Link

Produkte (und Dienstleistungen) sind zudem Entscheidungshilfen



Produkte be...

Produkte bearbeiten

Beratung



Rhetorik Training



Präsentationstraining ...



Coaching für Führungs...



Executive Sparring

Coaching



Onboarding Coaching



Konfliktgespräch Coac...



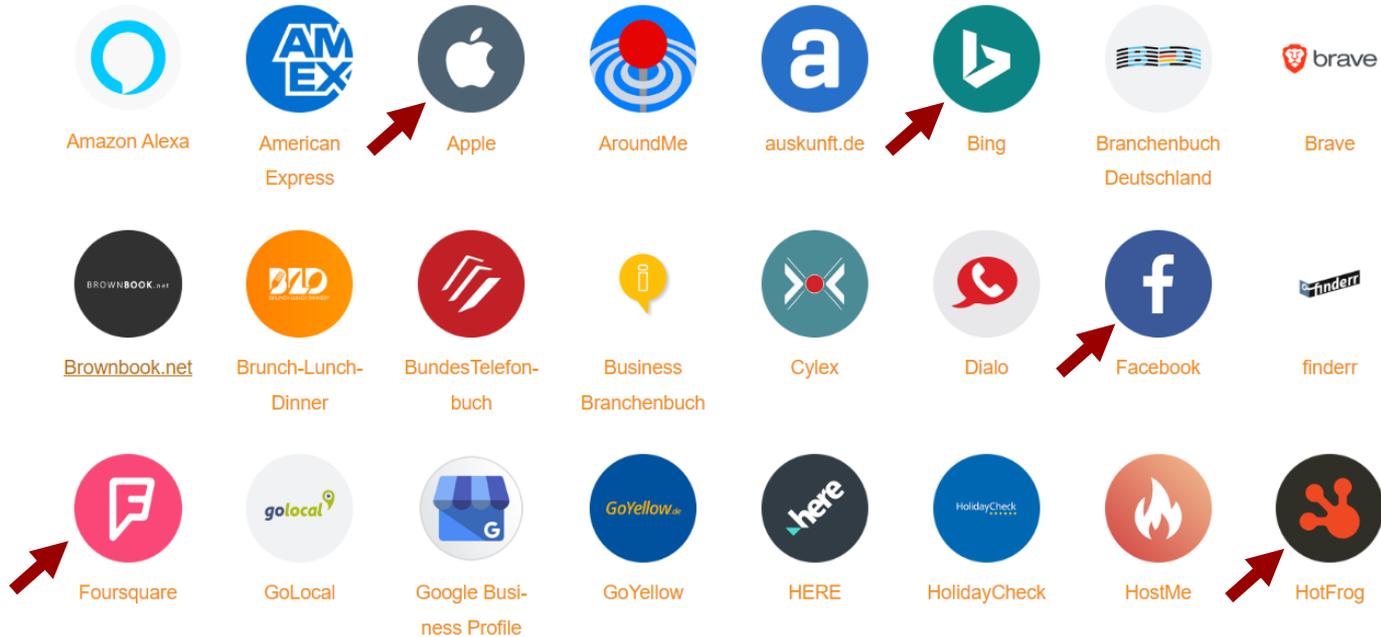
People-Leadership Co...



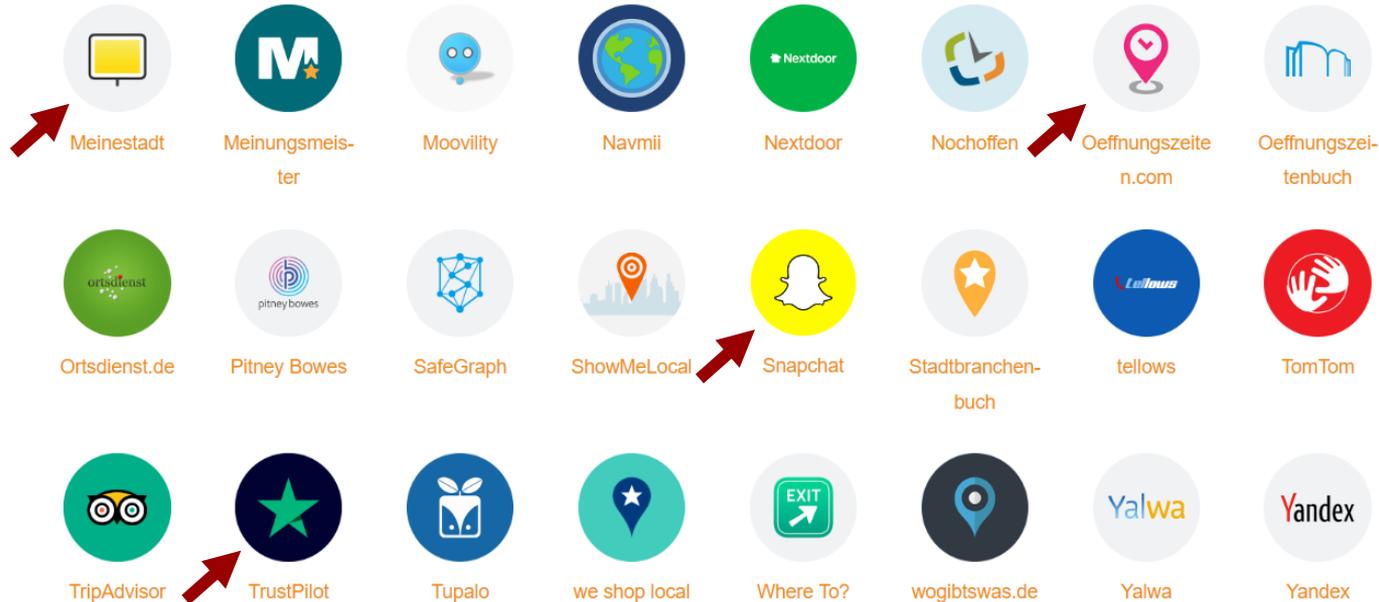
Self-Leadership Coach...

Tutorial: <https://youtu.be/2oYK9C2J6VM>

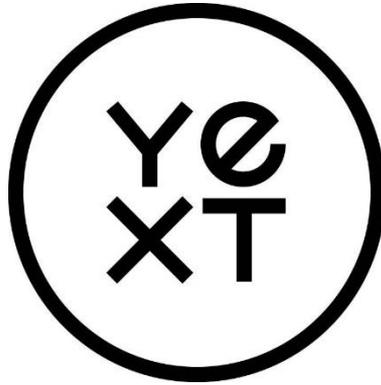
Aber: Das Google Unternehmensprofil ist nicht das einzige Firmen-Listing im Netz



Es gibt rund 60 relevante Firmen- & Branchenverzeichnisse sowie Kartendienste



Die Pflege all dieser Portale muss man zentral steuern



GBP-Paket BASIC	12 Monate Laufzeit	Portale-Paket PREMIUM	12 Monate Laufzeit	All in-Paket DELUXE	12 Monate Laufzeit
398 €		698 €		998 €	
zzgl. 19% MwSt. – jedes weitere Jahr 148 €		zzgl. 19% MwSt. – jedes weitere Jahr 268 €		zzgl. 19% MwSt. – jedes weitere Jahr 388 €	

<https://www.dskom.de/seo/google-my-business-agentur-service-berlin>



Was die Website eines Unternehmens zur lokalen Sichtbarkeit beitragen muss ...

Adresse und Telefonnummer des Unternehmens auf der **Startseite**

=> und auf jeder Seite => am besten in den Footer damit

Firmenname und Ort in

<title>, Meta-Description, Hx-Elemente und Fließtext der Startseite

=> Der **Seitentitel** ist hier das stärkste Element

Meta-Tag mit **Geodaten** in Meta-Daten der Startseite

=> <meta name="geo.region" content="DE-BE" />

=> <meta name="geo.placename" content="Berlin" />

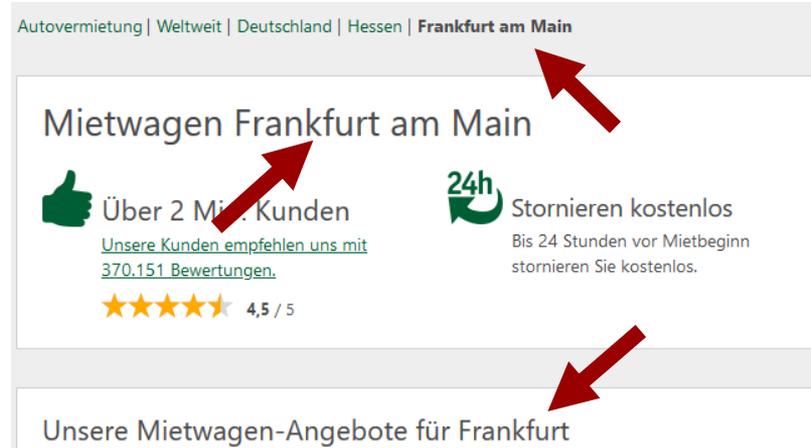
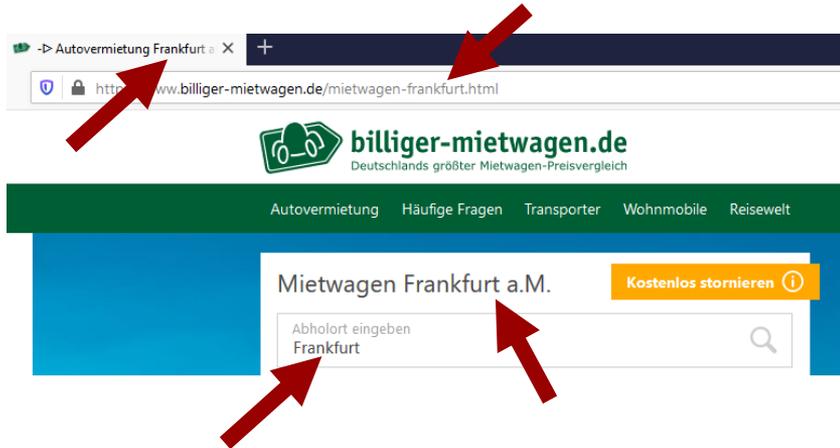
=> <meta name="geo.position" content="52.560066;13.383302" />

=> <https://www.geo-tag.de/generator/de.html>

Die Website von Filialisten muss zudem detailliert das Filialnetz abbilden



Der Ortsname muss auf den Standort-Seiten herausstechen



www.billiger-mietwagen.de > mietwagen-frankfurt ▾
-▷ Autovermietung **Frankfurt** ab 11 € | billiger-mietwagen.de
★★★★☆ Bewertung: 80 % - 5.214 Rezensionen - 11,00 € bis 12,00 €
Die Preisentwicklung für einen **Mietwagen in Frankfurt am Main** zeigt einige wenige Auf- und Abs. So sind die Kosten von September bis November ...



In Quellcode der Website einbinden (ggf. Plugin nutzen)

- => **Schema Mark-up** für LocalBusiness nutzen
- => <https://schema.org/LocalBusiness>

Drei Formate verfügbar: Micro data, RDFa, JSON-LD

- => JSON-LD wird am häufigsten verwendet

Schemata sehr granular nutzbar

- => Beauty Business: Day Spa bis Nagelstudio
- => Medical Business: Apotheke bis Zahnarzt
- => Educational Organization: School 
- => Legal Service: Rechtsanwalt, Notar
- => Entertainment: Kino, Freizeitpark, Galerie

```
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "EducationalOrganization",
  "address": {
    "@type": "PostalAddress",
    "addressLocality": "Palo Alto",
    "addressRegion": "CA",
    "postalCode": "94301",
    "streetAddress": "50 Embarcadero Rd"
  },
}
```

Jede Seite der Website muss auf eine dazu passende Suchanfrage abgestimmt sein

Schwerpunkt
der Seite eruieren
Produkt / Leistung
Information

Fokus-Keyword
für Seite bestimmen inkl.
beweisführende Terme,
Google Suggest

Vertrieb / GF
Wie sprechen Kunden?
Welche Begriffe sind
Erfolgstreiber?



Redaktionelle Stellschrauben für die Optimierung der Website

„Metadaten“

Title & Description
URL, H1 und einleitender
Text direkt unter der H1

Struktur

Landingpage-Prinzip
beachten – 11 wichtigsten
Elemente einbinden

WDF*IDF

Text der Landingpage
penibel auf inhaltliche
Vollständigkeit prüfen



Sven, ist aber schon ein Haufen Arbeit.
Muss das denn wirklich alles sein?



Was soll ich sagen: Weltherrschaft
ist immer mit viel Arbeit verbunden.

Die Google-Vorschau optimieren (Seitentitel, Beschreibung, URL-Pfad)



Landingpage-Prinzip anwenden



Landingpage-Prinzip anwenden



Wie funktioniert das Angebot?

✓ Ablaufgrafik

Wer ist dieser Anbieter genau?

✓ “Über uns“-Text



Kann man dem Anbieter vertrauen?

✓ Trust-Elemente



1

Zielgruppe: Inhalte und CTAs mit Blick auf die Conversion definieren.

2

Design: passend zur Zielgruppe, klar zur Conversion führend.

3

Inhalte: Alle möglichen Entscheider berücksichtigen und das Conversion-Ziel.

4

Programmierung: zu allen Endgeräten kompatibel, spielend leicht nutzbar.

5

Optimierung: fortlaufend – ggf. A/B-Testing zur Steigerung der Conversionsrate.

Wer es bis hierher geschafft hat ...

... ist schon mal
deutlich weiter, als es die meisten
Firmen-Websites
jemals bringen 😊



Benchmarking

Was ist prinzipiell möglich?
Wie ist die Branche drauf?
Stärken & Schwächen?

Strategie

Inspiration finden, die
adaptierbar ist. Langfristig
denken: Taktik vs. Strategie

Gap-Analyse

Lücken in der eigenen SEO
nutzen, Chancen erkennen,
Zukunft beschreiben

Und woher weiß ich, welche Firmen in die
Analyse einbezogen werden müssen?



Augenhöhe, Expansionsblick, SERP-
Wettbewerber – nicht der Ex-Mitarbeiter!

Das SEA-Agentur-Angebot für Ihren Ads-Erfolg mit Google, Bing & Co

✓ Google Ads-Agentur – zertifiziert

Mehr als Werbung in der Google-Suche – Google Ads mit klarem Conversion-Fokus auch auf YouTube, Gmail, Discover, im Display-Netzwerk und mit Performance Max.

✓ Google Ads-Support & Optimierung

Erst kontinuierliche Optimierung sorgt für den Umsatzboost, den Sie aus Ihren Ads-Kampagnen erwarten. Wir trimmen Kampagnen auf Erfolg!

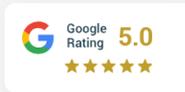
✓ Google Ads-Beratung

Mit Seminaren und Workshops inhouse Wissen rund um Ads-Kampagnen aufbauen – alle Tipps und Kniffe aus unserem Ads-Alltag für Sie!

✓ Displaywerbung & Banner-Ads

Einrichtung von Kampagnen mit Banner-Werbung, Performance Max-Ausrichtung und für das Remarketing. Ads mit Strategie 😊

Mehr Erfolg mit dskom – SEO-Agentur aus Berlin



| SEO-Agentur

[SEO-Agentur Berlin](#)

[SEO Beratung SEO Services](#)

[SEO Consulting & Coaching](#)

[Google Maps Business Profile Service](#)

| Online-Werbung

[Online-Marketing-Agentur](#)

[Online-Marketing Workshops](#)

[Online-Marketing Seminare](#)

[Fernsehwerbung;
Addressable TV Ads](#)

[E-Mail-Marketing-Agentur](#)

| Online-Marketing

[SEA-Agentur Berlin](#)

[Google Ads Agentur Berlin](#)

[Microsoft Bing-Ads Support](#)

[Facebook Ads & Instagram-Werbung](#)

[Cookie-Banner – DSGVO-Konform](#)

CrossFit ist Gesundheit

Atlas Korrektur

Elektrotherapie

Fango Wärmetherapie

Rückenschmerzen

Rundrücken - Hyperkyphose

LWS Blockade lösen

Helping

Putzfrau in Berlin

Putzfrau in Hamburg

Putzfrau in München

Haushaltshilfe in Berlin

Haushaltshilfe in München

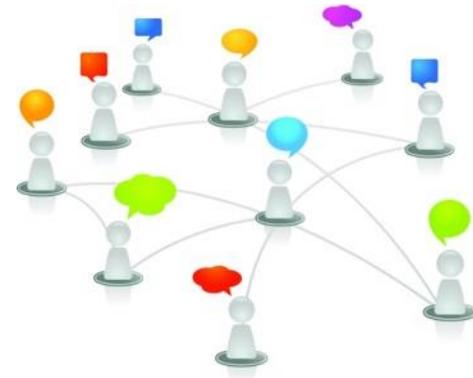
Haushaltshilfe in Hamburg

Durchgängige und vollständige interne Verlinkung

- Interne Links direkt aus dem Fließtext
- Jede Seite über Navigation und Fließtext-Links
- Der Blick des Lesers liegt auf dem Text
- Sackgassen verhindern – Leser neugierig halten
- So viel wie nötig, so wenig wie möglich

Wertvolle Tipps:

- Verlinken über keywordstarke Satzteile
=> SO: Wir bieten auch Deutsch-Nachhilfe für Klasse 3 an.
=> NICHT SO: Weitere Kurse finden Sie hier.
- Ankertexte stringent verwenden
=> Fortsetzungserwartung schüren!



Vertrauen stiften – überall so viel wie möglich auf der ganzen Website

Bewertungen

Google Bewertungen
mit Hilfe eines Widgets
in Landingpage einbinden!

Testimonials

Reale Kunden mit O-Ton;
voller Name + Position,
dazu Portraitbild, kein Logo

Logowände

oder Logo-Laufband
TOP-Namen beeindrucken,
trotzdem zu anonym!

Hunderte zufriedene Kundinnen und Kunden loben die Seminare und Workshops

The image displays a grid of eight Google reviews for dskom GmbH. Each review includes a profile picture, name, date, star rating, and a short text snippet. The reviews are as follows:

- Zusammenfassung** (24 December 2019): 5 stars. "Basierend auf 135 Bewertungen". Text: "dskom GmbH bietet professionellen, freundlichen und kundenorientierten Service, insbesondere bei SEO und Google Ads Schulungen. Kunden loben die hohe Kompetenz und praxisnahe..."
- Doreen Ziemann** (24 December 2019): 5 stars. Text: "Wir haben zu zweit ein Tagesseminar zum Thema Google my Business absolviert. Der Seminartrainer, Herr Deutschländer, war sehr kompetent und ging über den Tag..."
- Botanischer Garten Berlin** (1 July 2022): 5 stars. Text: "Kompetent, clever, schnell, mit Spaß an der Sache, immer konzentriert auf das Optimum."
- Gunter Wakulat** (5 August 2021): 5 stars. Text: "Basis SEO Workshop mit Sven und Ivo. Wir sind ernsthaft begeistert. Sven weiß definitiv, wovon er redet. Darüber hinaus waren die beiden gut vorbereitet und..."
- Hans-Peter Traunig** (10 December 2024): 5 stars. Text: "Kompetenz pur, da kennt sich einer wirklich aus. Alle Fragen werden kompetent beantwortet und du hast das Gefühl einem echten Experten gegenüber..."
- David Schlee** (13 February 2023): 5 stars. Text: "TOP Seminar zum Thema GA4. Jederzeit wieder."
- Christopher Grob** (27 April 2016): 5 stars. Text: "Primal Ich habe das Analytics-Seminar besucht und weiß jetzt endlich, was passiert, wo ich klicken muss und kenne auch 'Tricks & Kniffe', auf die man nicht..."
- Reederei Wolff (RRW)** (30 December 2014): 5 stars. Text: "IHR Seo-Profi in Berlin & Brandenburg! Warum? Weil Ihnen jeder wesentliche Schritt transparent erklärt wird, sich ein tatsächlicher Erfolg einstellt und Sie hier..."



Vertrauen stiften – überall so viel wie möglich auf der ganzen Website

Bewertungen

Google Bewertungen
mit Hilfe eines Widgets
in Landingpage einbinden!



„Wenn man in die Zukunft investieren will, macht es Sinn, sich zusätzliche Möglichkeiten zu erschließen. Und die haben wir mit der neuen Technik. Mit den Optimierungen entstehen neue, verbesserte Prozesse. Wir laufen nicht Gefahr, bereits nach kurzer Zeit unerwünschten Restriktionen zu unterliegen.“

Adrian Graf Domaschke

Senior Manager Nautical Operations & FOC, Carnival Maritime

Testimonials

Reale Kunden mit O-Ton;
voller Name + Position,
dazu Portraitbild, kein Logo

Logowände

oder Logo-Laufband
TOP-Namen beeindrucken,
trotzdem zu anonym!

Anna Weber
über Raphael

Es macht dem Schüler Spaß, mit Raphael zu lernen, er freut sich auf die nächste Stunde und fühlt sich schon nach wenigen Stunden sicherer in Mathe
[Mehr Rückmeldungen](#)

Der Nachhilfeschüler konnte sich um **4 Noten** von einer **4** auf eine **1+** steigern.



Vertrauen stiften – überall so viel wie möglich auf der ganzen Website

Vertrauen verstärken

Gütesiegel
Auszeichnungen
Zertifizierungen

Trust-Elemente

Award-Teilnahmen
Branchen-Titel
Produkt-Prämierungen

Mitgliedschaften

Fachverbände
Unternehmerclubs
Rankings-Ehren

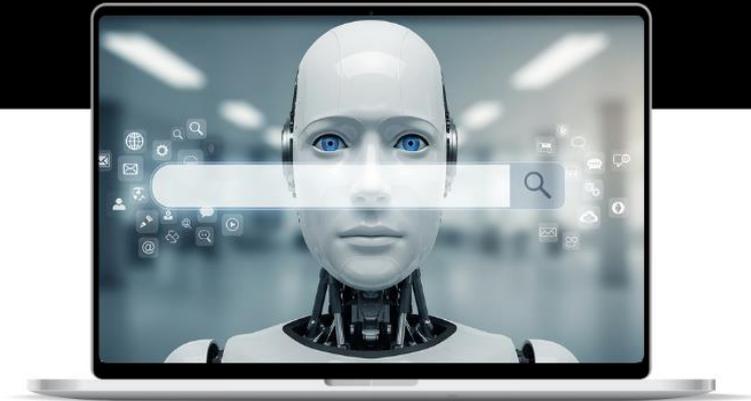


Code of Conduct
Suchmaschinenoptimierung



SEO, GEO, AIO oder was? Firmen-Websites in Zeiten von KI

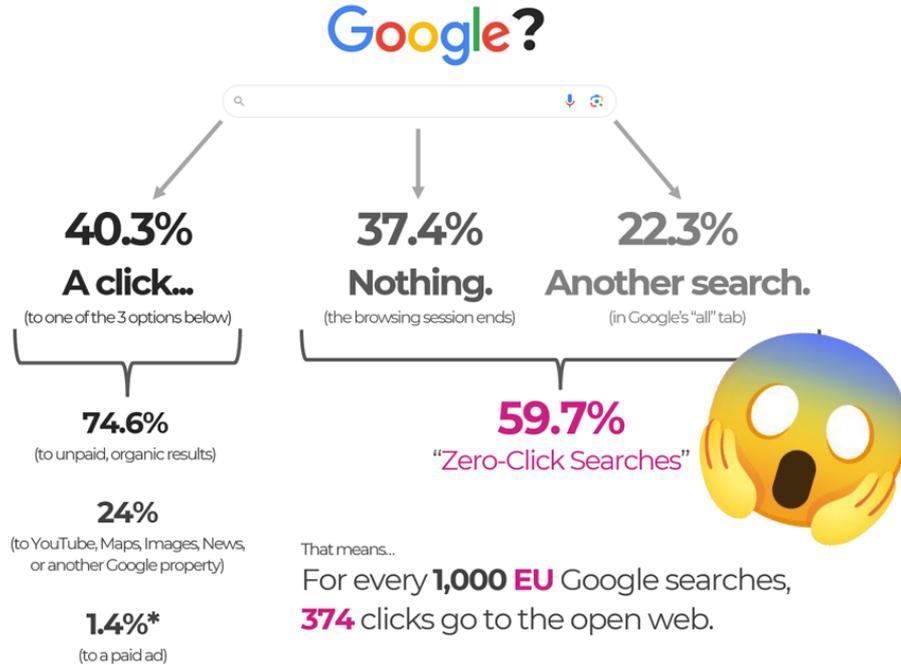
Die Art, wie Menschen online suchen, verändert sich rasant – klassische Suchmaschinen bekommen zunehmend Wettbewerber aus anderen Bereichen. Künstliche Intelligenz, Plattformen und soziale Netzwerke gewinnen an Bedeutung. Wer im Online-Marketing erfolgreich sein will, muss seine Strategie auf diese Veränderungen anpassen.



Ausführlicher Ratgeber inkl. TOP10-Sofortmaßnahmen
und Service-Angeboten des dskom-Team

All diese neuen Anwendungen enthalten doch aber kaum noch Website-Links

In 2024, what happens after **Europeans** search



* Use of ad blockers may impact paid CTR calculations

Source: clickstream panel provided by  **Datos**
A Samnash Company

Assembled & analyzed by  **SparkToro**



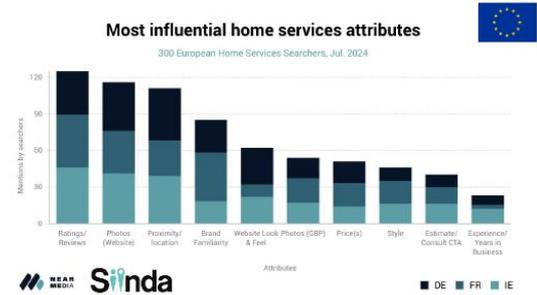
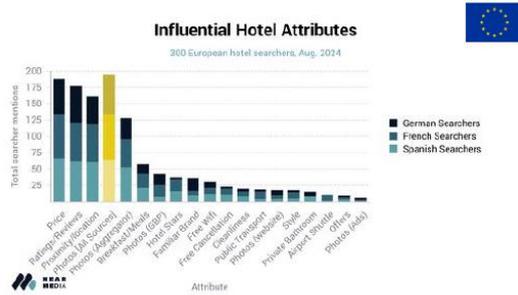
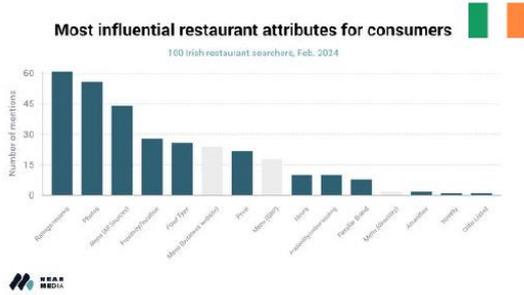
Diese Entwicklung trifft alle Unternehmen – auch lokal agierende Firmen



NEAR MEDIA



Google Maps enthält zwar eine Website-Link, doch viele Klicks führen dort nicht hin



Consistently most-influential attributes

- Reviews & ratings
- Photos (though the WHERE varies)
- Map/proximity/location

Industry-specific attributes

- Price (hotels)
- Menu (restaurants)

Local Search Behavior on Google

Google's Local Search Behavior



Lohnt sich denn dann überhaupt noch eine Website und deren Optimierung?

Klickrate in restlichen 40 %

Nutzerführung

Technische Verfügbarkeit

Conversionsrate

Website-Hygiene

G*Ads Qualitätsfaktor

Nutzerfreundlichkeit

Umsatz & Gewinn

Die Website-Optimierung ist eine
Querschnittsdisziplin
über alle Online-Marketing-Kanäle hinweg

Es ist grob fahrlässig, sich nur auf Google bei der Neukunden-Akquise zu verlassen

1

Website-Optimierung für Google – mit ständigem Update-Risiko

2

Andere Suchmaschinen – Bing, Ecosia, DuckDuckGo (zusammen 5-10 %)

3

Organic Social – Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn

4

KI-Antwortsysteme – ChatGPT, Google KI-Modus, Perplexity, CoPilot, Gemini

5

Audio & Video: Podcast, YouTube, Storys, Reels, Shorts und TikTok's

Weil die Plattformen immer weniger „nach draußen“ verlinken, ist Werbung wichtig

6

Google Ads: SUCHE + Performance Max + Demand Gen

7

Microsoft Ads: Bing + Retargeting im MS Network (z.B.: Ecosia & DuckDuckGo)

8

Meta Ads: Zielgruppen-fokussierte Werbung auf Instagram, Facebook, Messenger

9

LinkedIn Ads: Für B2B-Angebote fast unverzichtbar im Marketing-Mix

10

Special Ads: Pinterest, XING, Digital-Out-of-Home, Addressable TV-Ads ...

Und um generell die Abhängigkeit von Dritten zu begrenzen, braucht es eigene Kanäle

11

E-Mails: Newsletter, Aktionen, Segmentierung, Personalisierung

12

Messenger: SMS- / RCS-Aktionen, WhatsApp-Newsletter & WhatsApp-Kanal

13

CRM: Interessenten (MQL => SQL), Bestandskunden (Cross- / Up-Selling)

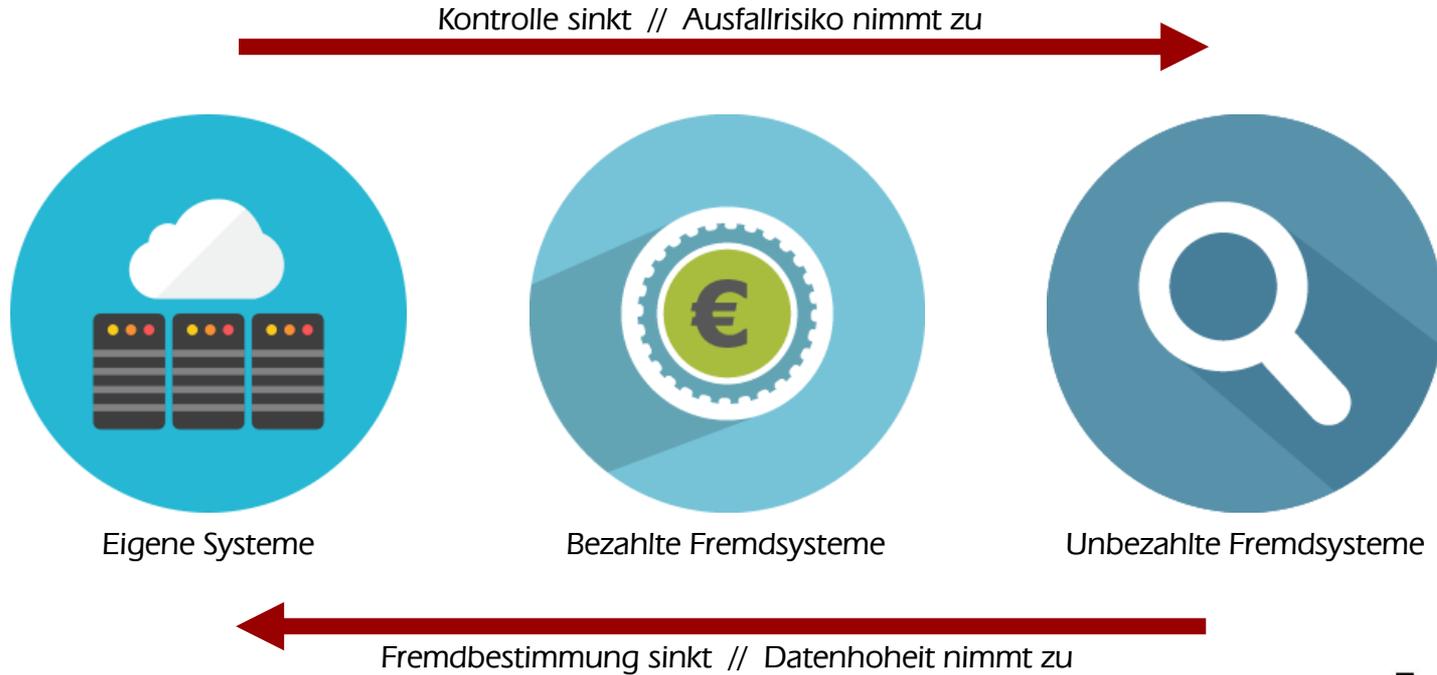
14

Vertrieb: Kunden anrufen. Kunden anrufen. Kunden anrufen.

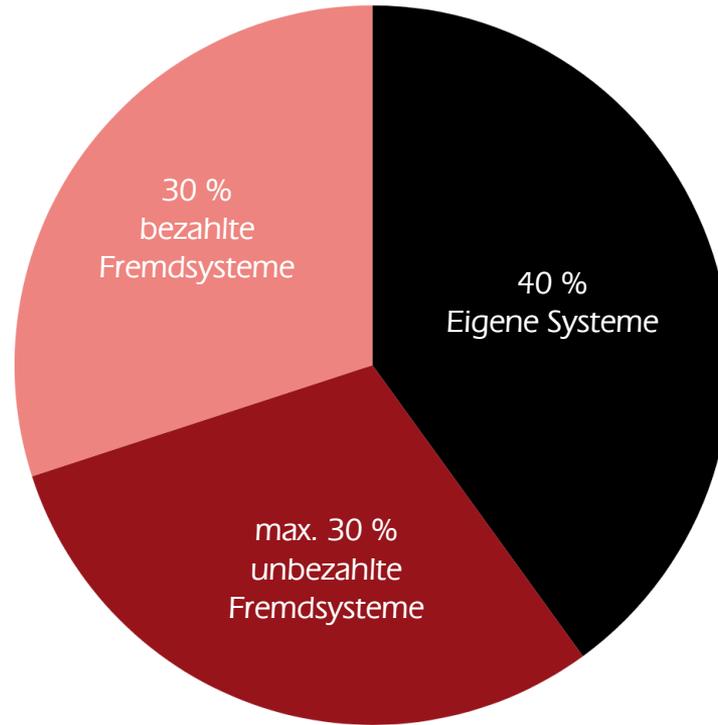
15

Service: Nachkauf-Bewertungen! Zufriedenheit? Weitere Wünsche?

So unabhängig wie möglich von Plattformen zu sein, verringert beachtliche Risiken

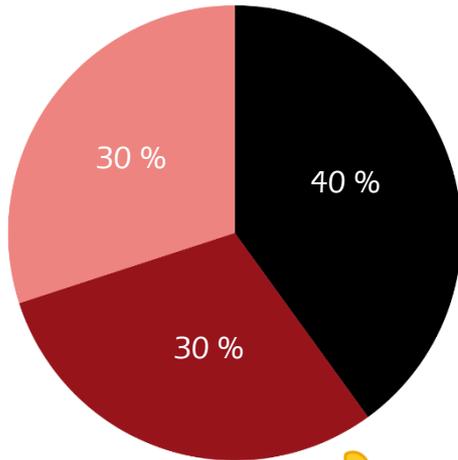


100 % Marketing-Erfolg mit der 40/30/30-Formel



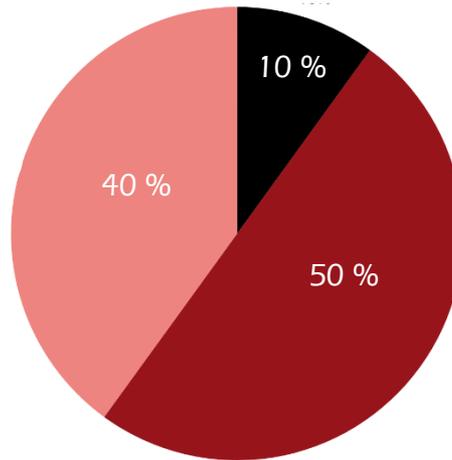
Wie clever ist Ihr Marketing-Mix schon aufgestellt?

Eigene Systeme



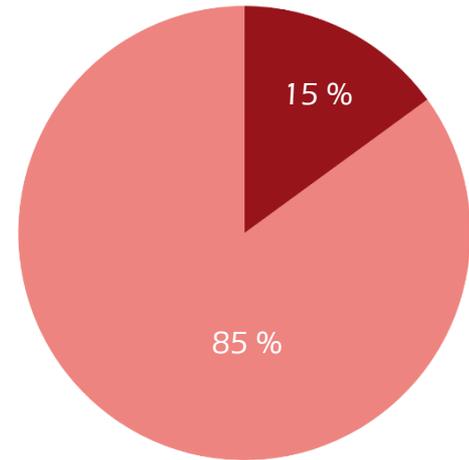
Clever 👍

bezahlte Fremdsysteme



Auch clever 🙌

unbezahlte Fremdsysteme



Nicht clever 👎

Ohne einen cleveren Marketing-Mix kommen Sie Ihrer Verantwortung nicht nach!

Definitionen von [Oxford Languages](#)



Ver·ant·wor·tung

/Verantwortung/

Substantiv, feminin [die]

- 1a. [mit einer bestimmten Aufgabe, einer bestimmten Stellung verbundene] Verpflichtung, dafür zu sorgen, dass (innerhalb eines bestimmten Rahmens) alles einen möglichst guten Verlauf nimmt, das jeweils Notwendige und Richtige getan wird und möglichst kein Schaden entsteht
"eine schwere, große Verantwortung"
- 1b. [ohne Plural]
Verpflichtung, für etwas Geschehenes einzustehen [und sich zu verantworten]
"er trägt die volle, die alleinige Verantwortung für den Unfall, für die Folgen"

Ähnlich

1. Gewissenhaftigkeit Moral Pflichtbewusstsein Pflichtgefühl Pflichttreue
2. Garantie Gewährleistung Haftbarkeit Haftung Schuld Verantwortlichkeit

Viele Menschen verlassen sich darauf, dass wir clever agieren.

Definitionen von [Oxford Languages](#)



Ver·ant·wor·tung

/Verantwortung/

Substantiv, feminin [die]

Kunden

Partner

Lieferanten

Mitarbeitende

Inhaber

Investoren

Branche / Industrie

Gesellschaft

Innovationsfähigkeit

Finanzamt (Steuern)



Planen Sie also Ihr Marketing und budgetieren Sie alle Marketing-Maßnahmen

Unternehmenstyp

Margenschwaches Sortiment

KMU (8-15 % Gewinn)

auf Expansion ausgerichtet

3 % bis 5 %

5 % bis 10 %

10 % bis 20 %

Marketing-Budget in % des Jahresumsatzes

Beispielrechnung für ein klassisches KMU

Jahresumsatz = 1.000.000 EUR → Marketingbudget = 50.000 EUR bis 100.000 EUR

Jahresumsatz = 3.000.000 EUR → Marketingbudget = 150.000 EUR bis 300.000 EUR

Naaaaa – alles gemerkt oder mitgeschrieben?

Nein!? Ist auch nicht nötig 😊 Sie können sich die Folien zu diesem Vortrag ganz einfach von unserer Website herunterladen!



<https://tinyurl.com/dskom-slides>



„Cheat Sheet“-Ratgeber abgreifen: 30-Tage-Optimierungsplan für Google Maps

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

dskom
digital.marketing.agentur

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

- Nutze das PiePer-Tool „Google Business Profile Categories – Full List“ zur Recherche aller potenziell für dein Geschäft / Geschäftsmodell in Frage kommenden Kategorien: https://releger.com/index.php?tool=gsdpmb_categories
- Bestimme eine dieser Kategorien zur „Primären Kategorie“. Trage diese Kategorie bei „Profil bearbeiten“ im Admin-Bereich des Google Business Profile ein.
- Füge alle anderen ermittelten Kategorien als „Weitere Kategorie“ hinzu.

Online-Marketing-Unternehmen
Marketingberater
Marketingbüro
Weiterbildungszentrum
Werbegestalt für Postwurfsendungen
Werbearbeitgeber



dskom
digital.marketing.agentur

dskom digital.marketing.agentur | Tel.: +49 30 4900 7084 | www.dskom.de

Tag 21 - 30

Branchenbuch-Einträge pflegen

- 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 übernimm den bestehenden Eintrag und aktualisiere ihn. Belasse es bei einem kostenfreien Grundeintrag – dies reicht aus. Beginne heute mit <https://web7.elex.de>
- Nimm dir am 22. Tag einen Eintrag auf GoYellow vor: <https://www.goyellow.de>
- Lege am 23. Tag einen Eintrag bei Bing Places an: <https://www.bingplaces.com>
- Den 24. Tag nutze für einen Eintrag bei Hof frog: <https://www.hof frog.de>
- Am 25. Tag trage dein Geschäft bei meineStadt ein: <https://www.meinestadt.de>
- Der 26. Tag gehört den Gelben Seiten: <https://www.gelbesseiten.de>
- Am 27. Tag steht das BranchenbuchDeutschland an: www.branchenbuchdeutschland.de
- Nimm den 28. Tag fürs StadtBranchenbuch: <https://www.stadtbranchenbuch.com>
- Der 29. Tag wird für Öffnungszeiten.com genutzt: <https://www.oeffnungszeiten.com>
- 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.



dskom
digital.marketing.agentur

dskom digital.marketing.agentur | Tel.: +49 30 4900 7084 | www.dskom.de

„Cheat Sheet“-Ratgeber abgreifen: 30-Tage-Optimierungsplan für Google Maps

**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!

dskom
digital.marketing.agentur



**Tag 21 - 30
Branchenbuch-Einträge pflegen**



1. Trage dein Geschäft an jedem der folgenden 10 Tage in ein Firmenverzeichnis ein. Prüfe vor einem Neuantrag stets, ob dein Geschäft schon eingetragen ist – dann übernimm den bestehenden Eintrag und aktualisiere ihn. Belasse es bei einem kostenfreien Grundeintrag – dies reicht aus. Beginne heute mit <https://web7.eintra.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 Hof frog: <https://www.hoffrog.de>
5. Am 25. Tag trage dein Geschäft bei manaStadt ein

Einfach per E-Mail anfordern: sd@dskom.de
8-seitiger Ratgeber mit 30-Tage-Fahrplan für das Google Maps-Profil

kompatible Kategorien:
<https://business.google.com/index.php?restoolkit=editcategory>

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
Vorbereitung für Hochwertleistungen
Werbungskollegen

dskom
digital.marketing.agentur

dskom digital.marketing.agentur | Tel.: +49 30 4890 7084 | www.dskom.de

10. Lege am 30. Tag das Geschäft in einem branchenbezogenen Firmenverzeichnis ein. 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.



dskom
digital.marketing.agentur

dskom digital.marketing.agentur | Tel.: +49 30 4890 7084 | www.dskom.de



Take Aways – Drei Gedanken zu Mitnehmen

1 Gute Website lohnt sich

- + Google Maps Profil
- + Werbekampagnen
- + eigene Kanäle

1

2 Nicht alle Eier ...

in einen Korb, sagt Oma.
Nur auf Google schauen,
ist sehr gefährlich.

2

3 Kluges Online-Marketing

sorgt für Traffic aus mind.
fünf, besser zehn Quellen.
Google nur ein Baustein.

3



Es war mir ein Fest 😊

Herzlichen Dank.

Noch Fragen?



Sven Deutschländer
Gründer, Gesellschafter,
Geschäftsführer Online-
Marketing

dskom

digital.marketing.agentur in Berlin



Code of Conduct
Suchmaschinenoptimierung



Code of Conduct
Suchmaschinen-Advertising



dskVNNm