

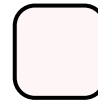
Der 30-Tage Optimierungs- fahrplan für dein Google Maps Profil

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



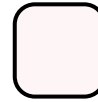
1. Nutze das **PlePer-Tool** „Google Business Profile Categories – Full List“ zur Recherche aller potenziell für dein Geschäft / Geschäftsmodell in Frage kommenden Kategorien:
https://pleper.com/index.php?do=tools&sdo=gmb_categories
2. Bestimme eine dieser Kategorien zur „**Primären Kategorie**“. Trage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

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



Tag 2

Unternehmensname, Adresse und PIN-Position optimieren



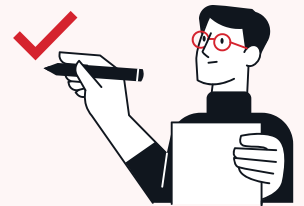
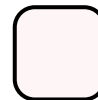
1. **Unternehmensname** im Business Profile und im Impressum der Firmen-Website sollen übereinstimmen – ggf. den Firmennamen im Website-Impressum um ein Schlagwort ergänzen. Ein Beispiel: Verwende anstatt „Edwin Maier GmbH“ besser „Malermeister Edwin Maier GmbH“ 😊
2. Die **Adresse** im Google Unternehmensprofil muss mit der Firmenadresse im Website-Impressum und anderen Firmenverzeichnissen buchstaben- und zahlen-genau übereinstimmen.
3. **Firmen-Eingang schwer zu finden?** Dann „Adresszeile hinzufügen“ und Hinweise ergänzen. Ein Beispiel: „2. Hinterhof, Aufgang B“ oder „Eingang links neben Drehtür, Raum 609“.
4. Prüfe, ob der **rote PIN in der Karten-Voransicht** an richtiger Position steht. Wenn nicht, klicke „Anpassen“, fasse den PIN an und versetze ihn an die ideale Position (z. B. dahin, wo die Eingangstür ist).

Adresse: Reginhardstraße 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



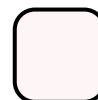
1. Hinterlege bei „**Website**“ die Internetadresse des Geschäfts. Seid ihr ein Geschäft mit vielen Filialen, dann hinterlege hier die Internetadresse der jeweiligen **Standortseite** auf der Website.
2. Dir werden „**Buchungen**“ angeboten? Und Du hast einen Online-Terminkalender auf der Website des 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 im Text die zentralen Keywords für dein Geschäft, seine Produkte und Dienstleistungen. Vergiss den Ort nicht!

Tag 6

Highlights & Attribute administrieren

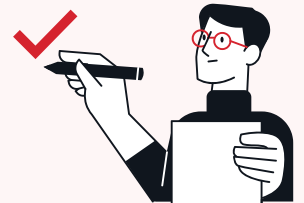


1. Triff zu jedem Highlight bzw. Attribut eine Entscheidung.
2. Zutreffende Attribute mit Häkchen bestätigen.
3. Nicht zutreffende Attribute mit Sperrsignal ablehnen.

The screenshot shows two columns of attribute selection buttons. The left column has two active buttons: 'Onlinetermine' and 'Service/Leistungen vor Ort', both with blue checkmarks. The right column has two disabled buttons: 'Onlinetermine' and 'Service/Leistungen vor Ort', both with a greyed-out appearance and a red 'X' icon.

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 – Beispiel: „Google Ads Agentur in Berlin“.

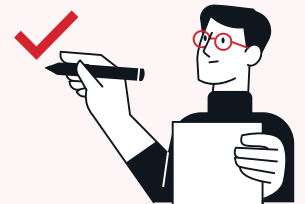
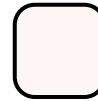
3. Klicke nach dem Speichern erneut auf die hinzugefügte Dienstleistung und ergänze sie um eine **Beschreibung** und ggf. um ihren **Preis**.

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

The screenshot shows a form for adding a service. It has four main sections: 1. 'Leistung' (Service) with the text 'Seminar: Local SEO + Google Business Profile' and a character count of 44 / 120. 2. 'Preistyp' (Price type) with a dropdown menu set to 'Festpreis' (Fixed price). 3. 'Preis der Leistung (EUR)' (Service price in EUR) with the value '499'. 4. 'Beschreibung der Leistung' (Service description) with the text 'Intensives Know-how rund um die clevere Nutzung des Google Business Profile und Local SEO - Schwerpunkte: Konto-Aufbau und Profil-Aufbau inkl. Optimierung, Social-Media-Ansätze fürs Google Business Profile, lokale Website-Optimierung, lokale Online- & Offline-Vernetzung für mehr Sichtbarkeit im Netz' and a character count of 300 / 300.

Tag 8

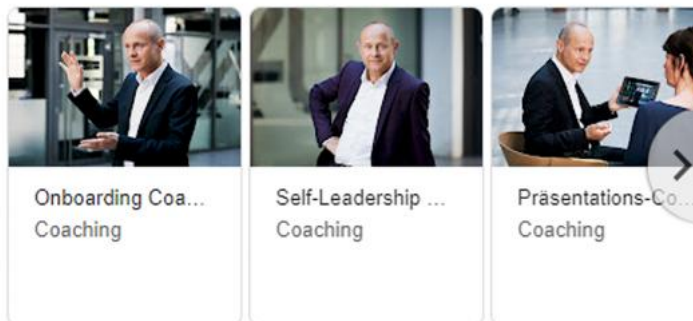
Produkte anlegen (sofern verfügbar)



1. Prüfe, ob in deinem Google Unternehmensprofil der Navigationspunkt **Produkte** verfügbar ist.
2. Nutze ihn, sofern vorhanden, indem du **physische oder digitale Produkte** bzw. als Produkt verstehbare **Leistungen** 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:

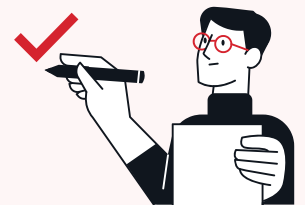
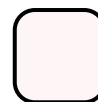
Produkte

Alle anzeigen

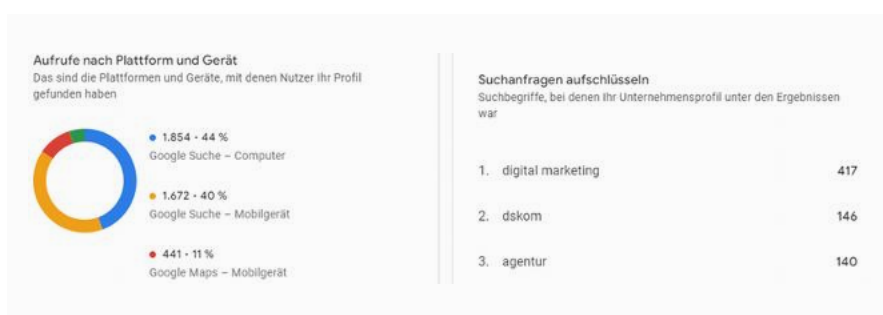


Tag 9

Statistiken ansehen



1. Schau von nun an regelmäßig in den Bereich **Leistung** 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

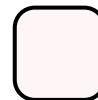
Beiträge hinzufügen



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

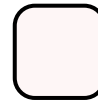
Fotos und Videos hochladen



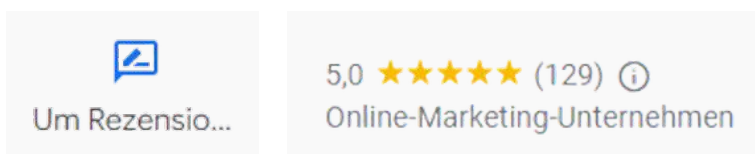
1. Logge Dich am 13. Tag in das Google Unternehmensprofil des Geschäfts ein, gehe zum Navigationspunkt „Fotos“ und lade das **Firmen-Logo** und ein attraktives **Titelbild** hoch.
2. Gehe am 14. Tag mit einem Smartphone durch das Geschäft und mache reichlich Fotos – von außen (Straße und Haus, **Hauseingang** 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 – beschrifte die Bilder **niemals auf 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 Unternehmensprofil hochladen ... <https://www.google.com/intl/de/streetview/business/>

Tag 18 - 19

Bewertungen einsammeln

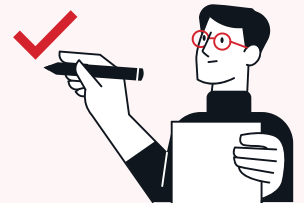
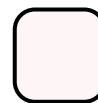


1. Schicke am 18. Tag an 5 deiner liebsten Bestandskunden eine E-Mail mit der Bitte, das Geschäft auf Google zu bewerten. Nutze dafür den Link, der sich im Admin-Bereich des Google Business Profile hinter „**Um Rezensionen bitten**“ befindet. Dort wird auch ein QR-Code angeboten.
2. Wiederhole am 19. 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 Rezension bitten.



Tag 20

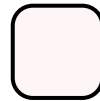
Strukturierte Daten in Website-Quelltext einbinden



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 übernehm' 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 Branchenbuch Deutschland an: www.branchenbuchdeutschland.de
8. Nimm' den 28. Tag fürs Stadt Branchenbuch: <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, für eine Fotografin sicher dasauge.de.



LOKALES MARKETING MIT GOOGLE MAPS








VIEL GÜNSTIGER ALS MAN GLAUBT

Local SEO Marketing zum Festpreis

Mit dem SEO-Team der dskom digital.marketing.agentur haben Sie künftig nicht nur Ihr Google Business Profile im Griff. All Ihre Unternehmensdaten sind auch in mehr als 40 weiteren Branchenkatalogen, Unternehmensverzeichnissen und Kartenservices zu finden. Wir bieten Ihnen drei Pakete an:

GBP-Paket BASIC	12 Monate Laufzeit	Portale-Paket PREMIUM <small>AM MEISTEN GEBÜCHT</small>	12 Monate Laufzeit	All in-Paket DELUXE	12 Monate Laufzeit
498 €		798 €		998 €	
pro Jahr – jedes weitere Jahr 248 € (netto)		pro Jahr – jedes weitere Jahr 368 € (netto)		pro Jahr – jedes weitere Jahr 488 € (netto)	
Google Maps im Griff haben!		In 40+ Portalen sichtbar sein!		Den vollen Local-Service nutzen!	
Im Paket enthalten		Im Paket enthalten:		Im Paket enthalten:	
<ul style="list-style-type: none">✓ „Google Business Profile“ (GBP) Optimierung aller Basisdaten✓ 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		<ul style="list-style-type: none">✓ „Google Business Profile“ (GBP) Optimierung aller Basisdaten✓ GBP-Erweiterung um Services (Dienstleistungen)✓ GBP-Erweiterung um Produkte (nicht in jedem Account verfügbar)✓ Aktualisierung von Datenpunkten binnen 48 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		<ul style="list-style-type: none">✓ „Google Business Profile“ (GBP) Optimierung aller Basisdaten✓ GBP-Erweiterung um Services (Dienstleistungen)✓ GBP-Erweiterung um Produkte (nicht in jedem Account verfügbar)✓ Aktualisierung von Datenpunkten binnen 24 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	
Jetzt für 498 € buchen!		Jetzt für 798 € buchen!		Jetzt für 998 € buchen!	
Preis fürs 1. Jahr zzgl. 19% MwSt.		Preis fürs 1. Jahr zzgl. 19% MwSt.		Preis fürs 1. Jahr zzgl. 19% MwSt.	

Erfolgreiches Online-Marketing seit 2002

 jungmann.de	 kk-ingbau.de	 strengthshop.eu	 polyline.de
 twins-company.de	 kraemershop.de	 fotomeyer.de	 nordbahn-ggmbh.de

Kompetenter und sympathischer Dienstleister

von Frank Böhme | Webdesire | WordPress Agentur

„Die Zusammenarbeit mit dskom macht mir Spaß, weil ich weiß, dass ich mich auf bestimmte Dinge verlassen kann: Die Kommunikation findet immer auf Augenhöhe statt und ist durchweg angenehm. In begonnenen Projekten geht es verzögerungsfrei und strukturiert voran und die Resultate überzeugen. Deshalb empfehle ich dskom uneingeschränkt weiter.“

Suchmaschinenoptimierung

Relaunchbegleitung

Seit Jahrzehnten immer wieder

von Janek Hoffmüller | u.a. BLAUHOCHDREI Physiotherapie & SCORILLA GmbH

„Ich arbeite seit fast 20 Jahren immer wieder mit dskom / Sven Deuschländer zusammen. Ich habe ihn aufgrund der sehr guten Zusammenarbeit überall hin mitgenommen, bei Kunden und Arbeitgebern platziert und dutzenden Unternehmern empfohlen. Vielen Dank für die gute Unterstützung!“

Ganzzeitliche SEO-Betreuung

Content-Marketing

Relaunchbegleitung

Webanalyse

Google Ads

Sehr engagierte und professionelle Zusammenarbeit

von Therese Christerson | TC Hotel Marketing | Einzelunternehmerin

„Die Betreuung war sehr zuverlässig, engagiert und freundlich. Mit dem Team entstand schnell eine Vertrauensbasis, auf der die Zusammenarbeit sehr konstruktiv und kooperativ war. Mit Fakten und Rechenergebnissen wurde klar aufgezeigt, wie sich die Arbeit gelohnt hat. Ich kann dskom sehr empfehlen.“

Ganzzeitliche SEO-Betreuung

Content-Marketing

Relaunchbegleitung

Von dskom und deren Leistung absolut überzeugt

von Till O. Scheurle | E. Scheurle Messebau GmbH | 11 bis 50 Mitarbeiter

„Seit vielen, vielen Jahren arbeiten wir vertrauensvoll und mit kurzen Wegen der Abstimmung zielführend und vor allem im Ergebnis äußerst erfolgreich zusammen und werden das für die Zukunft auch genauso weiterführen - absolut empfehlenswert.“

Ganzzeitliche SEO-Betreuung

Content-Marketing

Relaunchbegleitung

Webanalyse

Vertrauenswürdig, fair und verlässlich ...

von Eva Hönnecke | Wachstum & Wandel | Business Coaching

„... diese drei Adjektive beschreiben dskom gut. Nach drei Reinfällen mit hohen Preise und wenig Wirkung, arbeite ich seit Jahren immer wieder mit dskom zusammen. Sowohl das Ergebnis, als auch die Zusammenarbeit stimmen.“

Ganzzeitliche SEO-Betreuung

Webanalyse

Kompetent und zuverlässig

von Hans Engel & Team | Respatex GmbH | 2 bis 10 Mitarbeiter

„Wir werden seit vielen Jahren perfekt von dskom bei unseren Kampagnen unterstützt und begleitet. Wir haben es nun auch endlich geschafft, einen Facebook- sowie Instagram-Account anzulegen. Freuen uns schon auf die vielen Follower. Herzlichen Dank an das gesamte Team :)“

Ganzzeitliche SEO-Betreuung

Content-Marketing

Relaunchbegleitung

Webanalyse

Google Ads

Tolle Online-Marketing-Agentur, vielen Dank!

von Daniela & Oliver | Lebensart kreatives Wohnen | Exklusive Möbel in Berlin

„Sven Deuschländer und sein Team helfen uns inzwischen seit vielen Jahren gerne und sehr kompetent bei allen Fragen rund um SEO, Website, Google Ads und mehr. Wenn wir bei einem Thema nicht weiter wissen, haben sie immer einen guten Ratschlag für uns. Danke und nur zu empfehlen!“

Ganzzeitliche SEO-Betreuung

Webanalyse

Google Ads