

SEO mit Google Places



*Kontinuierliche Suchmaschinenoptimierung
ist kein Hexenwerk*

Suchmaschinenoptimierung ist seit einigen Jahren für viele Internetseiten immer wichtiger geworden, da die Positionierung in den Suchergebnissen bei Google, Bing oder Yahoo, ein wichtiger Faktor für ansteigende Besucherzahlen auf der eigenen Homepage ist, neue Kunden anzieht und langfristig Umsätze steigert. Sascha Albrink, Firmeninhaber von sixclicks – active media erläutert im Interview, wie durch den Einsatz spezieller Maßnahmen das Ranking der eigenen Seite bei den Suchergebnissen verbessert werden kann.

SCOUT: Suchmaschinenoptimierung ist in aller Munde, aber was verbirgt sich eigentlich genau hinter diesem Begriff?

Sascha Albrink: Suchmaschinenoptimierung zielt darauf ab, die eigene Seite bei der Eingabe bestimmter Schlüsselwörter weiter vorne in den Ergebnissen anzuzeigen. Die Schlüsselwörter können von dem Seitenbetreiber selbst festgelegt werden und die einzelnen Suchmaschinen erkennen diese Wörter und ordnen sie themenspezifisch zu. Dies geschieht anhand spezieller Algorithmen¹. Die Suchmaschine Google legt in etwa 200 Faktoren zur Berechnung der Position zu einer Website zu Grunde.

Suchmaschinenoptimierung zielt darauf ab, diese einzelnen Faktoren zu verbessern. Im Gegensatz zu Suchmaschinenmarketing (das bekannteste Beispiel ist wohl Google AdWords) werden Platzierungen in den Suchergebnissen der Suchmaschinen nicht eingekauft und sind bei Erreichen der Position auch nicht kostenpflichtig, wenn ein Besucher das Suchergebnis anklickt. Im Suchmaschinenmarketing werden alle Klicks von Besuchern, die auf eine gekaufte Anzeige reagieren, vom Anbieter für den Werbetreibenden abgerechnet. Kurz gesagt: mit Suchmaschinenmarketing kaufen Sie Ihren Umsatz ein mit Suchmaschinenoptimierung steigern sie bei gleichbleibender Investition dauerhaft ihre Umsätze.

SCOUT: Was muss ich beachten, um mein Unternehmen in den Suchergebnissen besser zu platzieren als die Konkurrenz? Gibt es ein Geheimrezept?

Sascha Albrink: Ein Geheimrezept gibt es eigentlich nicht. Obwohl viele Suchmaschinenoptimierer es so aussehen lassen. Suchmaschinenoptimierung ist ein Handwerk, kostet viel Zeit wenn man sich an die Richtlinien der Suchmaschinenbetreiber hält und profitiert von langjährigen Erfahrungswerten. Der Algorithmus, wie beispielsweise die Suchmaschine Google ihre Positionen in den Suchergebnissen errechnet, wird ständig überarbeitet und zudem wird er nicht veröffentlicht. In unserer

Arbeit als Suchmaschinenoptimierer schöpfen wir Ideen und Konzeptionen aus unseren Erfahrungswerten, die unsere Kunden in den Positionen der Suchmaschine nach vorne bringen. Dabei ist die Transparenz unserer Leistungen für mich sehr wichtig. Dies schätzen unser Kunden an der Arbeit von sixclicks. Das Geheimnis, das viele Suchmaschinenoptimierer aus ihren Optimierungskonzepten machen ist in meinen Augen unangebracht. Die Basis zur Optimierung einer Internetseite für die Suchmaschine kann beispielsweise in den Richtlinien zur Optimierung von Internetseiten bei Google direkt online eingesehen werden. Die Erfahrungswerte, die wir seit Jahren gesammelt haben sind das Potenzial das wir unseren Kunden bieten. Die Struktur, wie man eine Internetseite in einem zeitlichen Rahmen optimiert und welche wichtigen Faktoren eher optimiert werden als andere, das ist die Aufgabe der Suchmaschinenoptimierer. Auch der Bereich des Sammelns von Empfehlungen im Internet – auch Linkbuilding genannt – ist kein

Hexenwerk. Hier gilt, genauso wie in allen anderen Branchen auch: die Kontakte zu Webmastern und anderen Netzwerkpartnern stellen die Basis für eine erfolgreiche Zusammenarbeit im Internet dar. Genau diese Netzwerke und die Expertise in der Suchmaschinenoptimierung setzen wir ein, so dass die Ergebnisse in den Suchmaschinen unserer Kunden oberhalb der Konkurrenz erscheinen. Für Callcenter sehe ich

die Suchmaschinenoptimierung zum Beispiel gut geeignet für das Recruiting² neuer Mitarbeiter. Durch die hohe Fluktuation und den immer weiter steigenden Bedarf an Mitarbeitern werden ständig neue Wege gesucht, um die richtigen Agents zu finden. Mit Google Places beispielsweise ist nun ein neuer Weg entstanden, um lokal auf sich aufmerksam zu machen.

SCOUT: Google bietet das Tool Google Places kostenfrei an. Aber wie kann ich es für mich konkret nutzen? Was steckt dahinter?

Sascha Albrink: Mit Google Places verstärkt Google nun auch die lokale Suche und gibt Unternehmen, die beispielsweise noch keine eigene Internetseite haben, die Möglichkeit Online Marketing im Internet zu betreiben. Diese lokale Suche wird von Google derzeit fokussiert und wird fast wöchentlich aktualisiert. Zudem ist Google seit einigen Jahren dazu in der Lage zu erkennen aus welchem geographischen Teil die Suchanfrage an die Suchmaschine gesendet wird. In den Ergebnissen werden die Einträge von Unternehmen priorisiert, die aus der geografischen Lage des Suchenden kommen. Wichtig ist es also sein Unternehmen im Internet geografisch so aufzustellen, dass beispielsweise bei den Suchbegriffen „Callcenter“, „Servicehotline“ oder „Hotline Services“ die eigene Seite in den Suchergebnissen auf den vorderen Seiten angezeigt wird. ▶▶

„DIE SUCHMASCHINE GOOGLE LEGT IN ETWA 200 FAKTOREN ZUR BERECHNUNG DER POSITION ZU EINER WEBSITE ZU GRUNDE“

1: Abfolge von Schritten.

2: Anwerben, Personalsuche.

Ein Optimierungsbereich ist der so genannte Google Places Eintrag, in dem man ganz klar definieren kann aus welchem geographischen Teil das Unternehmen stammt und welches Einzugsgebiet dieses Unternehmen hat. Eine Optimierung des Google Places Eintrags steuert also zukünftige Mitarbeiter direkt zum Unternehmen, sofern die Bewerber aus dem geographischen Bereich des Google Places Eintrag (Unternehmensplatz) kommen. Lokale Optimierung für Suchmaschinen ist also eine potentielle Möglichkeit neue Mitarbeiter zu rekrutieren. Innerhalb ihres Google Places Eintrags werden alle Informationen zum Unternehmen platziert, Bilder hochgeladen, Videos zum Unternehmen angezeigt, sowie Bewertungen von Kunden und externen Partnern hinterlegt. Der Rückschluss liegt dann klar auf der Hand: durch höhere positive Kundenbewertungen erreicht das Unternehmen mehr Traffic auf seiner eigenen Seite und gewinnt einen Vorsprung vor der Konkurrenz.

SCOUT: Viele Callcenter bieten ihre Leistungen überregional und sogar international an. Wieso ist dabei die lokale Auffindbarkeit des Unternehmens so wichtig?

Sascha Albrink: Callcenter arbeiten selbstverständlich überregional, aber dennoch benötigen Sie Mitarbeiter für Ihre einzelnen Standorte. Häufig werden sehr kurzfristig Agents für bestimmte Projekte gesucht. Diese Informationen können beispielsweise auf dem Google Places Eintrag mit einer Nachricht hinterlassen werden. Ein Newssystem innerhalb einer Internetseite, das Bewerber die Möglichkeit gibt, sich kurzfristig auf ein Projekt zu bewerben, kann ebenfalls im Google Places Eintrag hinterlegt werden. Wenn das lokale Suchergebnis bei Google einmal platziert ist, wird es durch dauerhafte Betreuung auch diesen Platz beibehalten. Zudem kann dieser Eintrag auch zur Kommunikation mit neuen Bewerbern eingesetzt werden oder um auf spezielle Bereiche der eigenen Internetseite hinweisen. So verknüpfen Sie Ihren Places Eintrag mit Ihrer eigenen Corporate Site. So können Sie zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen: Google Places Eintrag und ihr Eintrag der Website in den Suchergebnissen.

SCOUT: Google Places ist nun ein weiteres Tool, das der Suchmaschinen-Betreiber anbietet. Welche Vorteile ergeben sich durch den Einsatz dieses Tools für die Sichtbarkeit im Internet?

Sascha Albrink: Der Vorteil eines Google Places Eintrages liegt

darin, das ein weiterer Kanal dazu genutzt werden kann, um mit dem Unternehmen in Kontakt zu treten. Sei es wie gerade eben besprochen zum rekrutieren neuer Mitarbeiter oder zur Neugewinnung von Kunden. Der Google Places Eintrag stellt eine einzelne Website, die Google kostenlos zur Verfügung stellt, dar. Damit kann auch gleichzeitig diese Website von vielen anderen Kanälen beworben werden, wie beispielsweise mit Google AdWords (Suchmaschinenmarketing). Google Places hat weitere Möglichkeiten sich von der Konkurrenz abzuheben, beispielsweise können Gutscheine oder kostenlose Informationen verlinkt sowie die Online-Reputation³ gesteuert werden. Dies geschieht durch die Verknüpfung von Bewertungsportalen, die automatisch neue Einträge an Google Places senden. Stichwort in diesem Bereich ist: Reputationsmanagement.

» WEBMASTER, DIE AUF IHREN EIGENEN SEITEN FRISCHE UND AKTUELLE INHALTE PUBLIZIEREN, WERDEN IN DEN SUCHERGEBNISSEN KÜNFTIG AUF DEN VORDEREN PLÄTZEN ERSCHEINEN »

SCOUT: Sie sagten, Google Places kann auch von Unternehmen ohne Internetauftritt genutzt werden? Ist dies in der heutigen Zeit überhaupt noch aktuell?

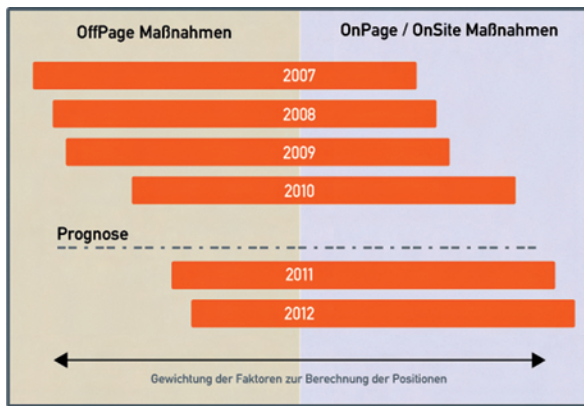
Sascha Albrink: Generell gibt es noch viele kleine und mittelständische Unternehmen, die noch keine Internetpräsenz haben, die nun den Vorteil von Google

Places komplett ausschöpfen können. Wenn ein kleines oder mittelständisches Unternehmen keine Internetseite hat, gibt es mit Google Places nun die Möglichkeit eine kleine eigene Website als Visitenkarte im Internet zu erstellen und damit auch die Sichtbarkeit des Unternehmens im Internet zu steigern. Häufig werden von Unternehmen, die noch keine Internetseite besitzen, Branchenverzeichnisse genutzt, um die Sichtbarkeit im Internet zu steigern. Diese Online-B Branchenverzeichnisse werden auch direkt positiv auf ihrem Google Places Eintrag angerechnet. Somit nutzen kleine und mittelständische Unternehmen dieses kostenlose Tool und bekommen seitens der Suchmaschine auch noch den Dank dafür, dass sie sich in Branchenverzeichnisse im Internet eingetragen haben.

SCOUT: Bringt mir dieser Service als Unternehmen mit eigener Internetpräsenz dann überhaupt noch einen Mehrwert?

Sascha Albrink: Auch wenn ich als Unternehmen im Internet

3: Bezeichnet den Ruf des Online-Auftritts.



schon gut aufgestellt bin, kann ich durch den Einsatz von Google Places einen weiteren Faktor in der Suchmaschinenoptimierung bearbeiten, um meinen gesamten Traffic auf meiner Internetseite zu steigern. Die einzelnen Faktoren, die zur Steigerung der Ergebnisse in der lokalen Suche wichtig sind, sind ebenfalls Faktoren die zur Berechnung des Ranking innerhalb der Suchergebnisse hinzugezogen werden. Durch den Einsatz von Google Places kann wie vorhin schon besprochen die Reputation eines Unternehmens im Internet gesteigert werden, in denen von allen bekannten Bewertungsplattformen im Internet die Bewertungen von Kunden direkt nach Google Places gesendet werden und dem potentiellen Kunden, Bewerber oder Lieferant eine Übersicht über die Zufriedenheit bestehender Kunden oder Lieferanten zur Verfügung stellen.

SCOUT: Wenn Sie einen Blick in die Zukunft werfen. Wie sieht das Online-Marketing der Zukunft aus?

Sascha Albrink: Das Online-Marketing, speziell in der Suchmaschinenoptimierung, wird sich in den nächsten Jahren grundlegend ändern. In den letzten Jahren war es so, dass das Linkbuilding⁴ die Königsdisziplin in der Optimierung für Suchmaschinen war. Meiner Auffassung nach wird sich in den nächsten zwei Jahren die Gewichtung der einzelnen Faktoren in Richtung „Optimierung der eigenen Website“ bewegen. Webmaster, die auf ihren eigenen Seiten frische und aktuelle Inhalte publizieren, werden in den Suchergebnissen künftig auf den vorderen Plätzen erscheinen. Suchmaschinenoptimierung wird sich in den nächsten Jahren über viele verschiedene Bereiche streuen, die parallel angegangen werden müssen, um ein Gesamtkonzept zu erstellen. Der Google Places Eintrag ist ein Bestandteil der Konzeption zur Suchmaschinenoptimierung innerhalb der nächsten Jahre. Weitere Faktoren, die in meinen Augen wichtig werden, sind Bewertungen auf anderen Bewertungsportalen, die zu einer Domain, einem Kunden oder Unternehmen abgegeben werden. Bewertungen sind in meinen Augen die Links der Zukunft. Ebenso wichtig wird in Zukunft die technische Umsetzung einer Internetseite sein, sowie die Fachkenntnisse in der so genannten OnPage Optimierung der Website. Blogs werden einen noch größeren Bestandteil

innerhalb von Corporate Sites einnehmen und auch der Bereich Social Media wird ebenfalls ein Bestandteil der ganzheitlichen Optimierung ihrer Website für Suchmaschinen.

10 Gründe für Google Places bei der Suchmaschinenoptimierung:

- 1 kostenloser Platz in den Suchergebnissen
- 2 Steigerung der Besucherzahlen auf Ihrer Internetseite
- 3 Gewinnung neuer Mitarbeiter
- 4 Verbesserung der Sichtbarkeit des Unternehmens im Internet
- 5 Verbreitung von Informationen direkt auf dem Google Places Eintrag
- 6 Nutzung von neuen Tools und Funktionen rund um die lokale Suche
- 7 Integration in Kommunikationsprozesse innerhalb des Reputationsmanagements
- 8 Vertrauensvorsprung der Kunden gegenüber der Konkurrenz
- 9 Technologievorsprung für zukünftige Marketing Aktionen
- 10 Verknüpfung von Google Places mit anderen Marketing Aktionen

Checkliste zur Optimierung eines Google Places Eintrags:



Sascha Albrink

Inhaber

sixclicks – active media

<http://www.sixclicks.de/branchen/callcenter>

4: Linkaufbau. Offpage-Bereich der Suchmaschinenoptimierung.