

LOCAL SEO

KAPITEL 3 Des Menschen Absicht: Suche und SEO S. 36-40 im Buch

(Lokales)Shopping SEO:

Lokale Suche – Menschen, die Dinge in ihrer Nähe kaufen (ab S. 280 SEO Buch)

GOOGLE LOCAL PACK & UNSERE WEBSITE

Was ist der Unterschied zwischen lokaler SEO und organischer SEO?

Organische SEO hat in der Regel ein nationales Publikum im Blick.

Der Fokus von Local-SEO ist in der Regel auf den begrenzten geografischen Markt rund um den jeweiligen Standort eines Unternehmens konzentriert.

Local-SEO ist auch mit unserer Absicht (Suchintention) und unserer Kundenreise verbunden (Customer Journey).

Im wahrsten Sinne des Wortes!

WAS BEDEUTET SUCHINTENTION?

Links auf dem Screenshot siehst eine Customer Journey, die von Max.

Know - er informiert sich

Do & Know - Recherchiert Preise, entscheidet sich für einen Hersteller

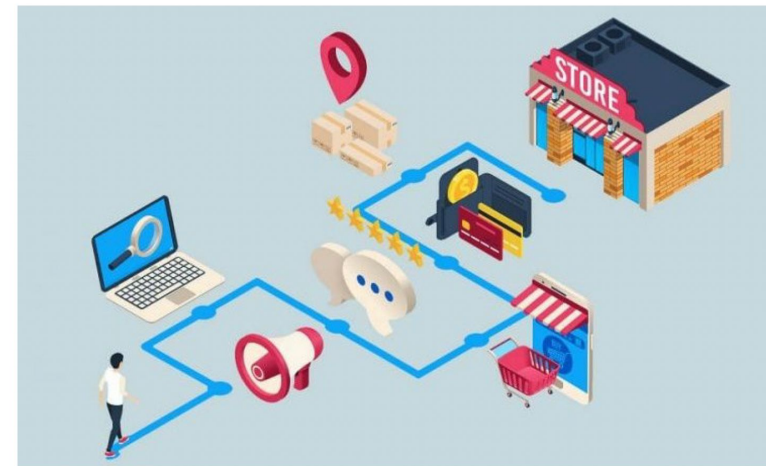
Visit in Person - Besucht ein lokales Geschäft

Know - Recherchiert nach Produkten, die ihm gut gefallen (inkl. der Erfahrungen, die er im Geschäft gemacht hat)

Do - er kauft (Transaktion)

Suchintention im Buch ab Seite 139 oder

<https://digitalfahrschule.de/was-bedeutet-suchintention/>



MAX' STEPS

Max braucht eine neue Regenjacke.

Er informiert sich über faire und nachhaltige Produktion.

Max schaut sich in einem Geschäft vor Ort um.

Max sucht online nach passenden Produkten.

Max findet online eine Jacke, die ihm gefällt und kauft sie direkt.



Max' alte Regenjacke ist undicht geworden. Weil er viel in der Natur unterwegs ist, braucht er eine neue.

Max legt großen Wert auf faire Produktion und Nachhaltigkeit. Er informiert sich über Hersteller, die für ihn infrage kommen.

Max möchte sich Produkte vor Ort ansehen. Er sucht ein Outdoor-Geschäft auf, findet aber kein Modell, das ihm wirklich gefällt.

Max schaut online nach Produkten und findet eine Marke, die er noch nicht kennt.

Max gefällt eine Regenjacke der Marke sehr gut, die alle seine Ansprüche erfüllt und ein schönes Design hat. Er kauft die Jacke online.

LOKALES SEO BEDEUTET

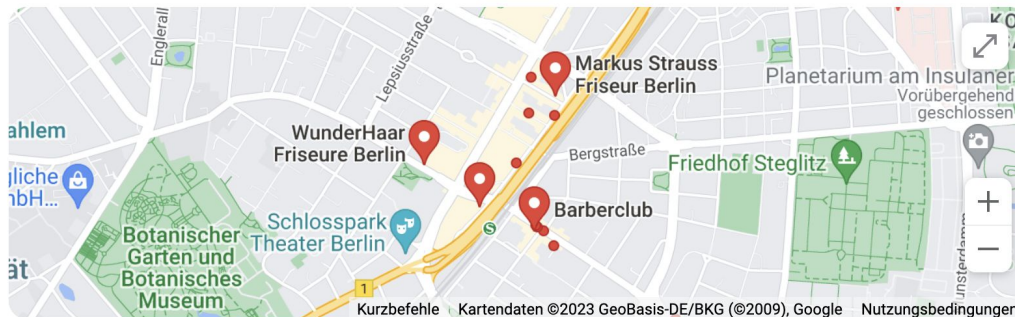
Lokalisierte Keywords (Straßen, Stadtteile, Produkte)

Aussteuerung von lokalgeprägten Suchanfragen, insbesondere mit **Google Unternehmensprofilen**

Lokalisierung: Wo suchst du? Anhand der GPS-Koordinaten oder Ortssuchen wie z. B. Ortsteil- oder Städtenamen wird ein Suchergebnis lokalisiert.

„**Local Pack**“: Wie Google das lokale Ranking bestimmt

Unternehmen :



Bewertung ▼

Öffnungszeiten ▼

Cutman Friseur Steglitz

4,3 ★★★★★ (525) · Friseursalon

Seit über 15 Jahren aktiv · Berlin · 030 509319782

Geöffnet · Schließt um 19:00

Onlinetermine



Website



Route

Barberclub

4,7 ★★★★★ (253) · Friseursalon

Berlin · 030 41749666

Geöffnet · Schließt um 20:00

👤 "Schnell, professionell, guter Service 👍"



Termine



Website



Route

Markus Strauss Friseur Berlin

4,8 ★★★★★ (62) · Friseursalon

Seit über 7 Jahren aktiv · Berlin · 030 51655038

Geöffnet · Schließt um 18:00



Website



Route

LOKALE ERGEBNISSE BASIEREN IN ERSTER LINIE AUF:

Relevanz, Entfernung, Prominenz / Bekanntheit.

Eine Kombination dieser Faktoren hilft dir, die beste Übereinstimmung für deine Suche zu finden.

Google Algorithmen können beispielsweise entscheiden, dass ein Geschäft, das weiter von deinem Standort entfernt ist, mit größerer Wahrscheinlichkeit das hat, wonach du suchst, als ein Geschäft, das näher liegt, und es daher in den lokalen Ergebnissen höher einstufen.

Bei der lokalen Suchmaschinenoptimierung, (Local SEO), optimieren Unternehmen die Online-Sichtbarkeit einzelner Geschäftsstandorte gezielt für Kunden, die online nach Produkten und Dienstleistungen in der jeweiligen Umgebung suchen.

- Bei einer lokalen Suche mit Google machen die Standorte das Rennen, die im Local Pack erscheinen – und **93 Prozent** der Nutzer klicken auch auf eines dieser Ergebnisse.
- **44% der lokalen Suchenden** klicken auf einen Eintrag im Local Pack,
- **29% der Nutzer** klicken auf die organischen lokalen Treffer,
- **19% klicken auf Anzeigen** und
- **8% rufen mehr lokale Treffer** über das Local 3-Pack auf.
- **17,8% der Google Local Pack** Klicks gingen an den **ersten** Treffer,
- **15,4% an den zweiten** Treffer und
- **15,1% an den dritten** Treffer

Quelle:

businessdit.com/google-local-pack-statistics,2023

→ noch ein paar Ergebnisse dieser Quelle auf der nächsten Folie

NOCH EIN PAAR STATISTIKEN

500 % höhere Konversionsrate im lokalen 3-Pack als bei organischen, bezahlten Konversionen.

Unternehmen im Google 3er-Pack erhalten **126 % mehr Traffic als Unternehmen auf den Plätzen 4-10.**

Unternehmen im Google 3-Pack erhalten **93 % mehr Aktionen** (Anrufe, Klicks auf die Website und Anfahrsbeschreibungen).

Bei 93 % der lokalen Google-Suchanfragen rangiert das Local 3-Pack auf **Platz 1.**

44 % der lokalen Suchenden klickten auf Local 3-Pack, verglichen mit 29 % organischen, 19 % bezahlten und 8 % weiteren Klicks auf lokale Ergebnisse.

Das lokale 3-Pack-Ergebnis auf **Platz 1 erhielt 17,8 % der Klicks, gefolgt von 15,4 % für Platz 2 und 15,1 % für Platz 3.**

46 % aller Google-Suchen haben eine lokale Absicht.

80 % der lokalen Suchanfragen führen innerhalb eines Tages zu einer Konversion.

68 % der Suchenden vertrauen lokalen 3-Pack-Einträgen, 27 % vertrauen organischen Ergebnissen unterhalb des 3-Packs und 10 % vertrauen bezahlten Suchergebnissen.

Unternehmen **mit 5 Sternen im 3-Pack erhalten 69 % der Aufmerksamkeit**, während 4 Sterne 59 % und 3 Sterne 44 % ausmachen.

VORAUSSETZUNG

Damit Standorte im Local Pack erscheinen, musst du folgende Bedingungen erfüllen:

- ein vollständiges Google Unternehmensprofil sowie weiteren Plattformen wie eine Website (kann auch Facebook sein)
- das gesuchte (lokale) Keyword ist vorhanden.
- du befindest dich in der Nähe . (Land oder Stadt?) Produkt, Laden, Dienstleistung...)
- Die Öffnungszeiten passen zur Suche
- Andere Nutzer empfehlen diese Standorte. (Wo? Wie?)

WAS MUSST DU TUN?

Du hast eine Website und möchtest lokal gefunden werden

- Erstelle ein Google Unternehmensprofil
- Erhalte regelmäßig Bewertungen von zufriedenen Kunden
- Optimierte für die Sprachsuche (Wo ist ein Webdesigner in meiner Nähe?)
- Erstelle Inhalte basierend auf lokalen Nachrichten oder Ereignissen
- Optimierte deine Website für Mobilgeräte
- Konzentriere dich auf lokale Schlüsselwörter
- Verwende standortspezifische „Über uns“-Seiten
- Profitiere von Online-Unternehmensverzeichnissen → Backlinkstrategie
- Erstelle eine eigene Webseite für jedes Produkt/jede Dienstleistung, die du anbietest (in meinem Fall eine Extra-Website für Praxisseiten)

GOOGLE UNTERNEHMENSPROFIL-TIPPS

Aktualisiere deinen Eintrag wöchentlich, um deine aktuellen Inhalte zu verbreiten. Videos, Fotos, Angebote, Antworten auf Fragen.

Inhalte, die für Google Unternehmensprofil besonders relevant sind, sind **lokal ausgerichtete Inhalte**.

Regelmäßige Beiträge kann dir einen begehrten Platz im lokalen 3er-Packein bringen, d. h. in den Top 3 der Unternehmenseinträge für relevante Suchbegriffe.

Allein diese Platzierung ist ein triftiger Grund, mindestens alle 7 Tage einen neuen Beitrag zu veröffentlichen.

TRÄGT DAS UNTERNEHMENSPROFIL TATSÄCHLICH ZUR SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG BEI?

Ja, das tut es – zumindest lokal. Es kann in mehrfacher Hinsicht helfen.

Google sagt, dass die lokalen Suchergebnisse auf „Relevanz, Entfernung und Prominenz“ basieren.

- **Relevanz:** Wie gut ein Eintrag mit der Absicht des Suchenden übereinstimmt.
- **Entfernung:** Google bringt Suchende mit verifizierten Unternehmen in der Nähe zusammen.
- **Bekanntheitsgrad:** Wie bekannt das Unternehmen ist.

Ein verifiziertes und optimiertes Google Unternehmensprofil hat nicht nur bessere Chancen, im lokalen 3er-Pack zu erscheinen und damit ganz oben in den Suchergebnissen aufzutauchen, sondern kann auch indirekt zum Ranking deiner Website beitragen.

<https://mister-seo.com/local-citations/#welche> → Backlinks erstellen
<https://www.facebook.com/business/pages/manage>

LINKS

Hier gehts zum Google Unternehmensprofil <https://www.google.com/business/>

Bedienungsanleitung:

<https://digitalfahrschule.de/berlin/google-website-my-business-eintraege/>

Bedienungsanleitung:

https://docs.google.com/presentation/d/1wgRUqFp_yJ7W0eV_ZgiuIIQLPSYUqtGXjaprA56SFyw/edit?usp=sharing

Interessante Links

<https://wordpress.digitalfahrschule.de/wp-content/uploads/2022/07/7-tipps-fuer-positive-Bewertungen.pdf> 7 Tipps für positive Bewertungen

<https://mister-seo.com/local-citations/#welche> (Backlinks, lokal)

<https://www.facebook.com/business/pages/manage> Businesspage auf Facebook