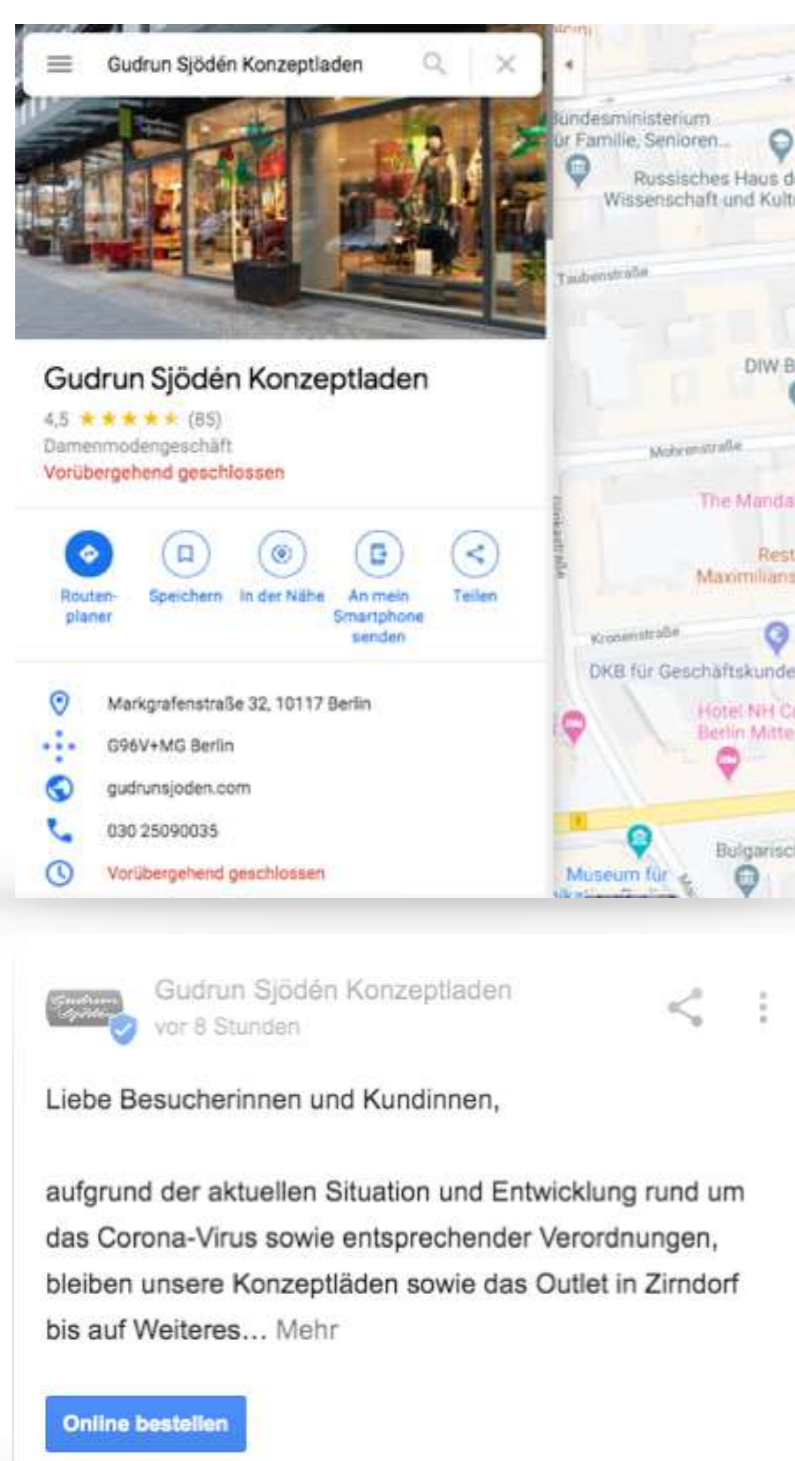


# FACT SHEET: LOCAL SEO IN ZEITEN VON CORONA (COVID-19)

## SO HALTEN SIE IHRE BESUCHER UND KUNDEN VIA GOOGLE MAPS AUF DEM LAUFENDEN

Die Auswirkungen des Corona Virus beeinflussen branchenunabhängig den Betrieb von fast jedem Unternehmen: Manche Unternehmen sind bis auf Weiteres komplett geschlossen, andere bieten anstatt eines Vor-Ort-Besuchs nur noch Lieferungen an und wieder andere sind nur eingeschränkt erreichbar. In jedem dieser Fälle sollten Sie potentielle Kunden und Besucher schnellstens informieren.

## WIE HILFT GOOGLE IHNEN IN ZEITEN VON CORONA?



Google hat schnell reagiert und bietet Unternehmen verschiedene Möglichkeiten, das eigene Profil bei Google Maps mithilfe der Verwaltungsplattform Google My Business zu aktualisieren:

- Standort als vorübergehend geschlossen kennzeichnen - [Details](#)
- Die vorübergehende Schließung eines Unternehmensstandorts kann auch durch Behörden an Google kommuniziert werden, **Unternehmen sollten dies bestätigen** - [Details](#) (im Abschnitt „vorübergehende Schließungen“)
- Sonderöffnungszeiten festlegen: Hier können bestimmte Tage oder Uhrzeiten einzelner Tage als geöffnet oder geschlossen gekennzeichnet werden.
- Beitrag „COVID-19 Update“: Textbeitrag ohne Foto mit Button, der verschiedene Texte zur Auswahl bietet.



## WAS KÖNNEN SIE NOCH TUN, UM IHRE KUNDEN ZU INFORMIEREN?

Google My Business bietet Unternehmen zahlreiche Möglichkeiten zur kostenlosen Werbung an. Diese sind aktuell relevanter denn je, wird doch in Zeiten von Homeoffice und Quarantäne noch verstärkter online recherchiert. Google Maps darf hier als Kommunikationsplattform und Schnittstelle zwischen Unternehmen und Verbraucher nicht vernachlässigt werden.



### Beitrag „Event“

Um noch mehr Aufmerksamkeit zu generieren, bietet sich ergänzend ein Event an, welches z.B. bis zur voraussichtlichen Wiedereröffnung terminiert wird. Hier kann im Gegensatz zum „**COVID-19 Update**“ noch ein aufmerksamkeitsstarkes Bild hinzugefügt werden.



### Beitrag „Angebot“

Wenn Sie aktuell ein besonderes Angebot oder eine bestimmte Leistung pushen möchten, können Sie zusätzlich ein Angebot einstellen.



### Beitrag „Produkte“

Mit dieser Beitragsart haben Sie als Unternehmen die kostenlose Möglichkeit, Produkte in Ihrem Maps-Eintrag zu bewerben.



### Beitrag „Neuigkeiten“

Hiermit haben Unternehmen generell die Möglichkeit, ihre potentiellen Besucher zu Neuigkeiten zu informieren.

## WARUM LOHNEN SICH AKTUALISIERUNGEN UND OPTIMIERUNGEN IM BEREICH LOCAL SEO?

### Zahlen & Fakten

- › Mit einem Marktanteil von über 90% ist Google meist die erste Anlaufstelle im Bereich der Suchmaschinen (Quelle: <https://seo-summary.de/suchmaschinen/>).
- › Der Anteil lokaler Suchanfragen beträgt fast 50% (Quelle: <https://designstogrow.net/lokales-seo-2020/>).

Diese Zahlen belegen, dass sich Unternehmen in der (lokalen) Google-Suche bestmöglich präsentieren sollten. Ist Ihr Unternehmen dort ohne jegliche Zusatzinfo weiterhin als geöffnet gelistet, kann dies einen frustrierten Kunden zur Folge haben.

**Finaler Tipp:** *Google My Business* bietet zu jedem Standort und jedem Beitrag umfassende Statistiken. Hier können Sie sowohl das Suchverhalten Ihrer Nutzer als auch die Interaktionen auswerten: Wie viele Anfragen, Anrufe, Wegbeschreibungen, Aufrufe der Website kommen über Google Maps? Welche Suchbegriffe führen die Nutzer dorthin?

**TWT unterstützt Sie gerne bei der Umsetzung von Optimierungen und aktuellen Änderungen im Local Search Bereich - sprechen Sie uns einfach an.**

### Ihr Ansprechpartner:



#### **Phillipp Jansegers**

Online Marketing Manager

T +49 (0)211 601 601 568

E-Mail: [phillipp.jansegers@twt.de](mailto:phillipp.jansegers@twt.de)

[www.twt.de](http://www.twt.de)