ibi research an der Universität Regensburg GmbH

ERFOLGREICH HANDELN

Gleich geht‘s los!

Bevor wir mit dem Webinar starten, einige organisatorische Hinweise vorab:

Fragen und Diskussion?

Sie sind stummgeschaltet. Schreiben Sie Fragen und Anmerkungen in den F&A-Bereich – wir gehen gerne spätestens am Ende des Webinars darauf ein!

Präsentation und Aufnahme?

Sie bekommen die Präsentation im Nachgang als Handout per E-Mail zugesendet! Dieses Webinar wird aufgezeichnet. Falls Sie dies nicht wollen, anonymisieren Sie bitte Ihren Namen.

Feedback und Anregungen?

Nach Beendigung des Online-Seminars werden Sie automatisch auf unsere Evaluationsumfrage weitergeleitet.
Jedes Feedback zählt!

Technik-/Tonprobleme?

Website aktualisieren,
anderen Browser (nicht Internet Explorer) verwenden,
über Telefon teilnehmen (Nummer s. Einladung) oder ggf. nochmal neu einwählen

Photo by Chris Montgomery on Unsplash

Agenda

1. **Vorstellung**
2. Digitale Sichtbarkeit und die moderne (Online-)Kundschaft
3. Google Unternehmensprofil – Einstieg und nächste Schritte
4. Fragen und Diskussion

Worum geht es?

Der Handel soll wettbewerbsfähig bleiben – wir unterstützen dabei!

Die Corona-Pandemie, der Krieg in der Ukraine und die damit verbundenen Preissteigerungen haben massiven Einfluss auf den Handel.

Geändertes Einkaufsverhalten, veränderte Kund:innenbedürfnisse, hohe Energiekosten – wer in Zukunft noch erfolgreich sein will, muss sich anpassen.

Die Initiative „Erfolgreich handeln“, initiiert und finanziert durch das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie, hilft Ihnen dabei!

Ab Januar 2023 bis Ende 2024 läuft das Projekt.

Vielleicht kennen Sie uns schon: Wir knüpfen an die Arbeit der Förderinitiative „Bayern hilft seinen Händlern“ an.

Wie sieht unser Bildungsangebot aus?

Unsere Formate

Webseite & Newsletter

Workshops

Webinare

Mediathek | Webinar-aufzeichnungen

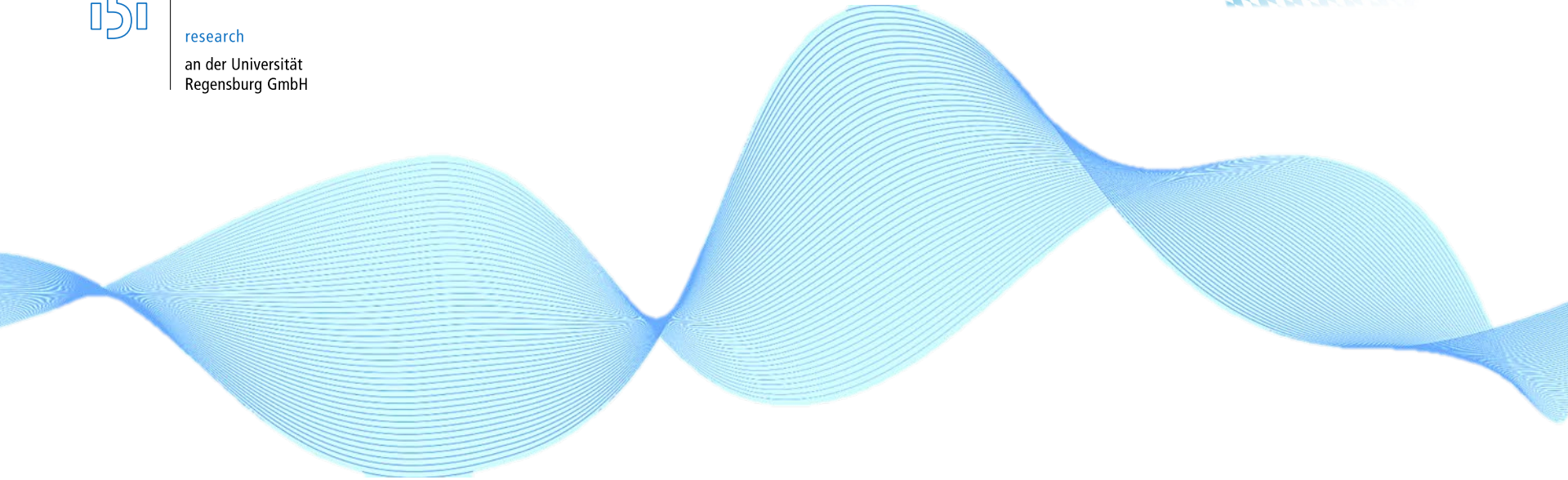
Unsere Themen

Wer sind wir?

- 1993 an der Universität Regensburg gegründet mit dem Ziel des Wissenstransfers in der Wirtschaftsinformatik zwischen Akademia und Praxis
- Angewandte Forschung und Beratung in der Digitalisierung zweier Bereiche: Finanzdienstleistungen sowie Handel (Einzel- und Großhandel)
- Arbeit mit der Objektivität der Wissenschaft an den Anwendungen des Praktikers (Studien, Umfragen, Gutachten, Konzepte, Workshops, …)
- Partnernetz von über 40 großen und kleinen Unternehmen
- Circa 20 Mitarbeiter vom erfahrenen Manager bis zum innovativen Doktoranden sowie zahlreiche Werkstudenten
- Beteiligt an den Mittelstand-Digital Zentren Augsburg und Handel Handel des Bundeswirtschaftsministeriums
- Initiator und Herausgeber des E-Commerce-Leitfadens und Gründer des Digital Commerce Research Networks

ibi research
an der Universität Regensburg

ERFOLGREICH HANDELN



Google Unternehmensprofil – Einstieg und nächste Schritte

Stefan Plötz, ibi research an der Universität Regensburg

Agenda

1 Vorstellung

2 **Digitale Sichtbarkeit und die moderne (Online-)Kundschaft**

3 Google Unternehmensprofil – Einstieg und nächste Schritte

4 Fragen und Diskussion

Exkurs: Digitale Sichtbarkeit – und warum sie wichtig ist

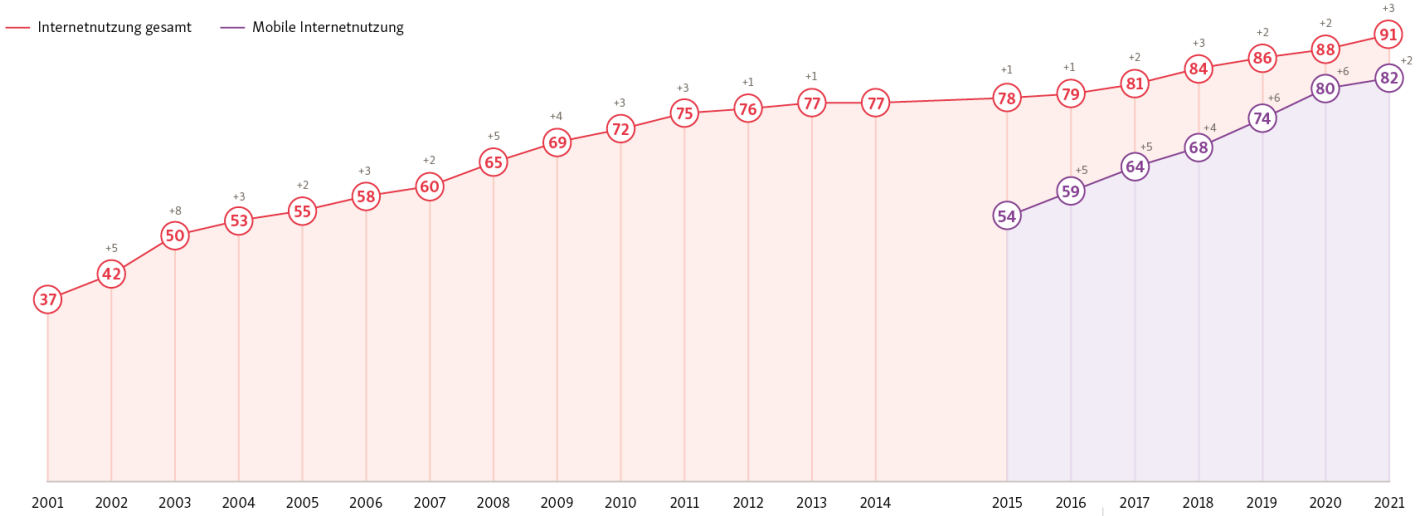
Die moderne (Online-) Kundschaft

Veränderte Mediennutzung

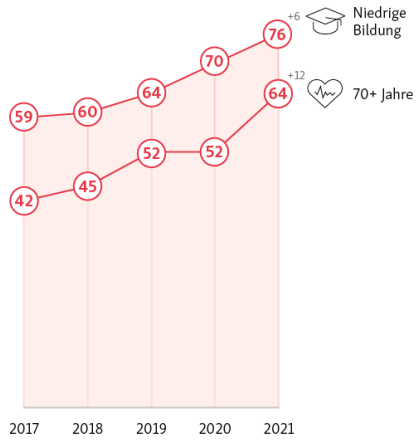
Bildquelle: MirkoVitali @ envato.elements, korneevamaha@ envato.elements

Immer mehr Menschen nutzen das Internet – insbesondere mobil – unabhängig vom Alter

Entwicklung der Internetnutzung gesamt und der mobilen Internetnutzung



Internetnutzung nach Bildung und Alter im Trend



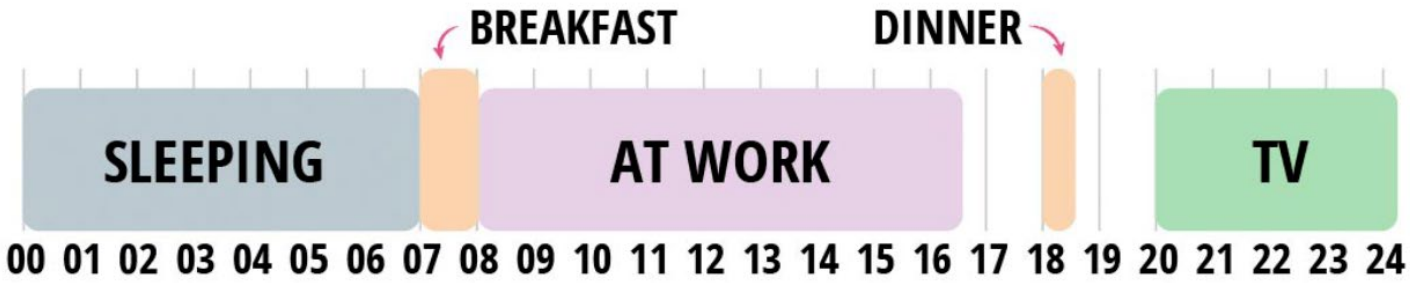
↑ Frage: Nutzen Sie persönlich zumindest ab und zu das Internet? — Basis: Personen ab 14 Jahren (2021 n=16.203); (Niedrige Bildung n=4.535 – 70+ Jahre n=2.779); Angaben in Prozent; Abweichungen in Prozentpunkten; Erfasst wurden auch die sogenannten NutzungsplanerInnen, also jene Personen, die derzeit offline sind, eine Nutzung des Internet aber planen. Da der Anteil dieser Gruppe das zweite Jahr in Folge bei 0% liegt, wird auf die Darstellung verzichtet.

D21-Digital-Index 2021/2022, eine Studie der Initiative D21, durchgeführt von Kantar, ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz.

Quelle: Initiative D21 e.V. 2022, https://initiatived21.de/d21index21-22/

Veränderte Mediennutzung beeinflusst beispielsweise den Konsum von Nachrichten

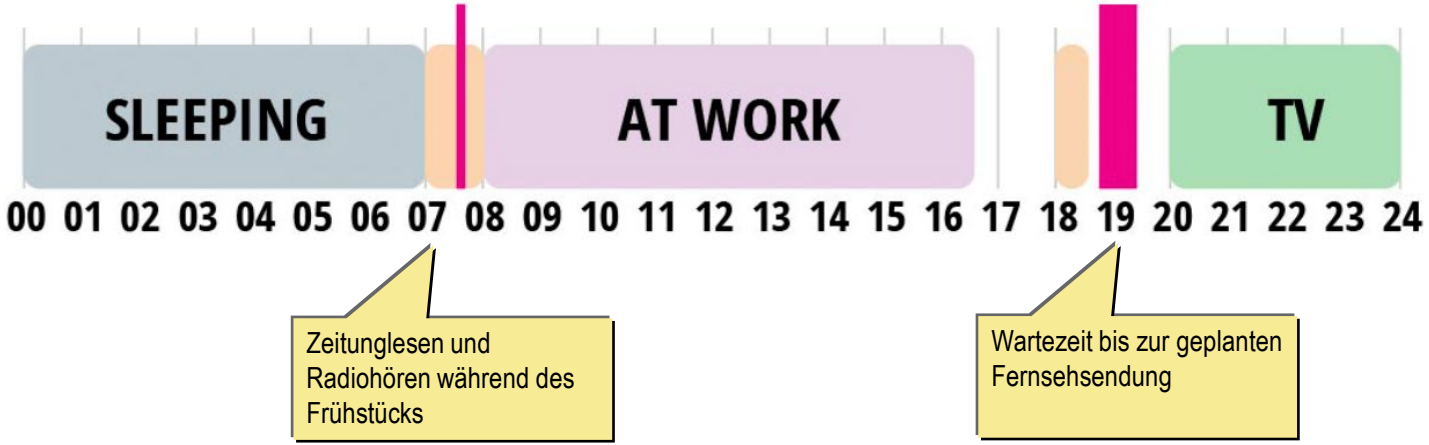
Mediennutzung früher



Quelle: https://baekdal.com/trends/why-dont-print-readers-show-up-in-digital/

Veränderte Mediennutzung beeinflusst beispielsweise den Konsum von Nachrichten

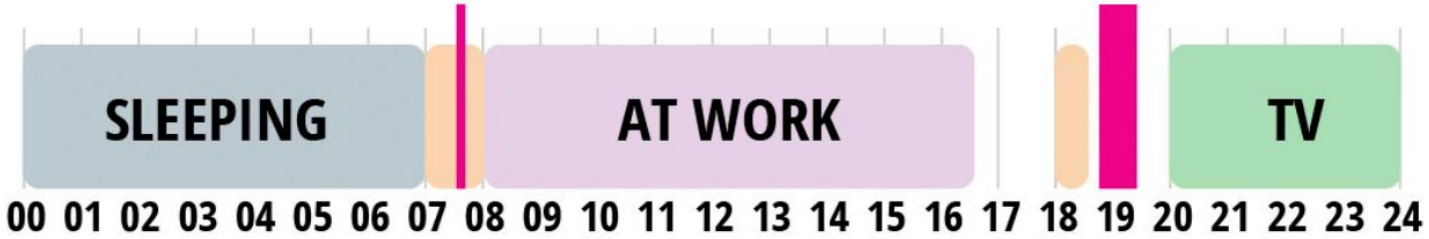
Mediennutzung früher



Quelle: https://baekdal.com/trends/why-dont-print-readers-show-up-in-digital/

Veränderte Mediennutzung beeinflusst beispielsweise den Konsum von Nachrichten

Mediennutzung heute



Zeit, die junge Menschen heute pro Tag online verbringen = Zeit, um Nachrichten online zu konsumieren

196 Min. (2018)

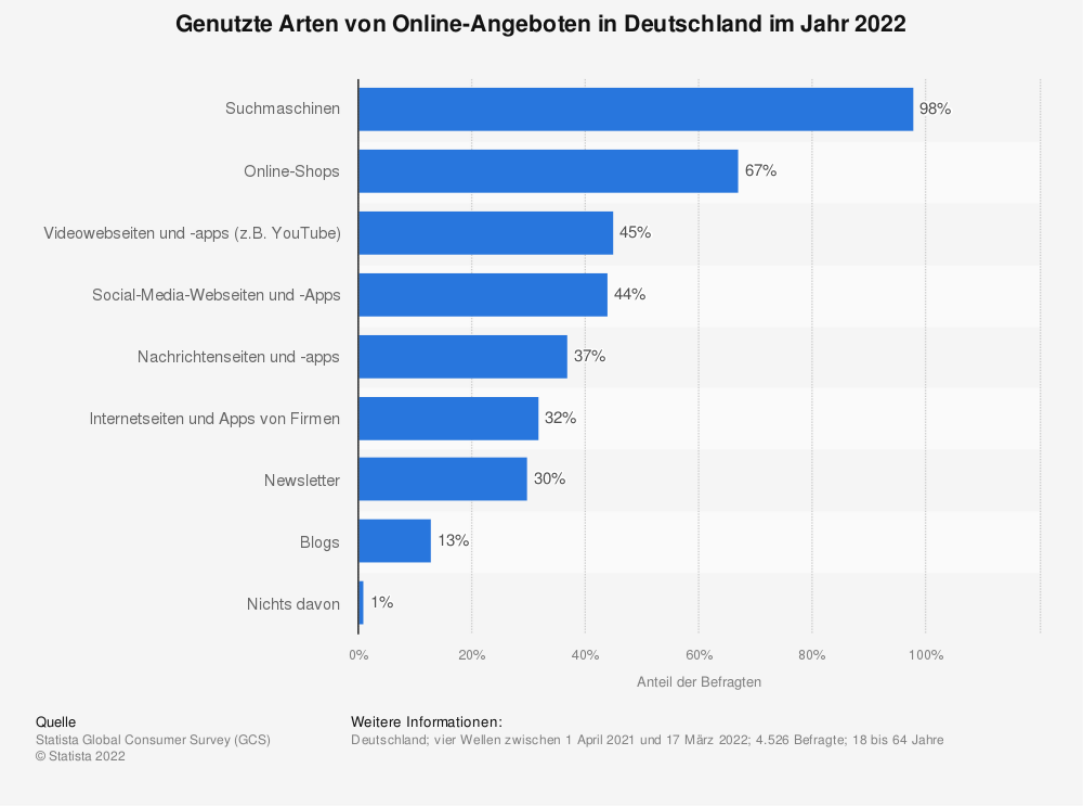
Quelle: https://baekdal.com/trends/why-dont-print-readers-show-up-in-digital/

Veränderte Mediennutzung beeinflusst beispielsweise den Konsum von Nachrichten

Mediennutzung heute

Quelle: https://baekdal.com/trends/why-dont-print-readers-show-up-in-digital/

Absichten im Internet



Mehr als ein Drittel der Befragten kauft bevorzugt online ein

Wie schätzen Sie selbst Ihr eigenes Kaufverhalten ein?

17%

Traditionelle Ladenkäufer

Ich kaufe gar nicht im Internet ein. 4%

Ich kaufe schon im Internet ein, aber nicht gerne. 13%

46%

Selektive Online-Shopper

Ich kaufe bestimmte Artikel im Internet. Aber ich gehe auch gerne in stationäre Läden. 46%

38%

Leidenschaftliche Online-Shopper

Ich kaufe am liebsten im Internet ein. 33%

Ich kaufe alles im Internet ein bzw. würde dies gerne machen. 5%

n = 1.014

Kundenverhalten

Bildquelle: Photo by Rabie Madaci on Unsplash

vor 2010

2013

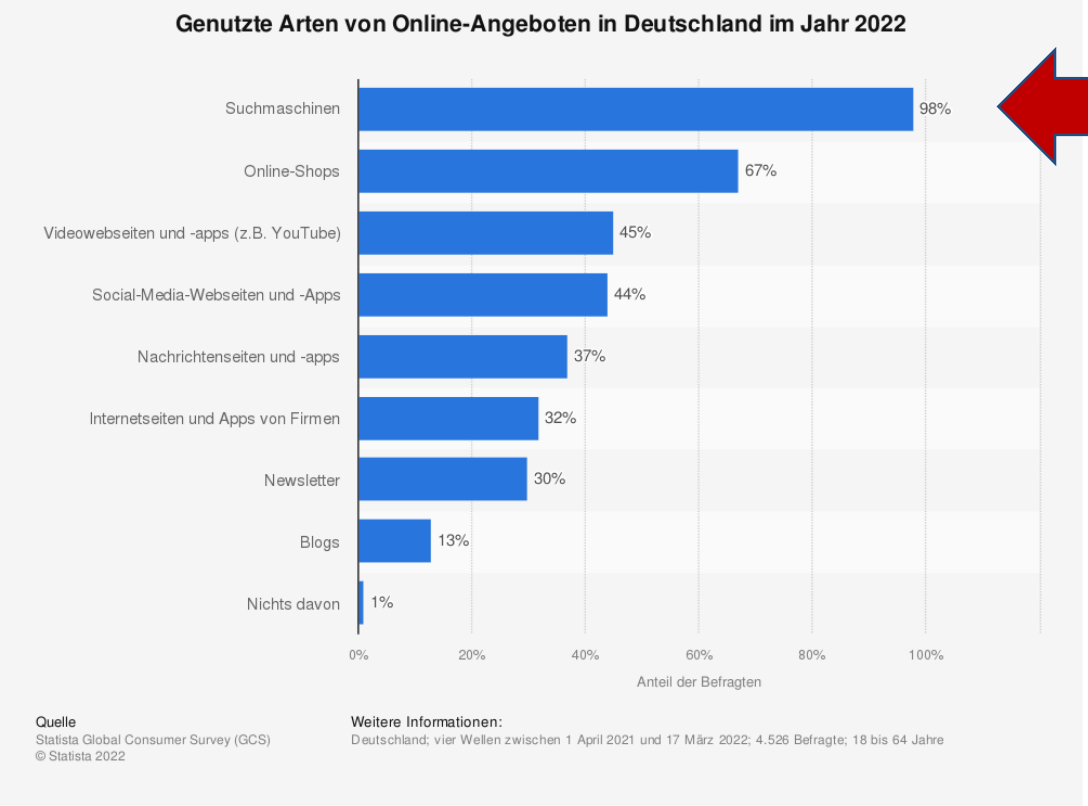
STRONGER TOGETHER
STRONGER TOGETHER
STRONGER TOGETHER
STRONGER TOGETHER
2016

2019

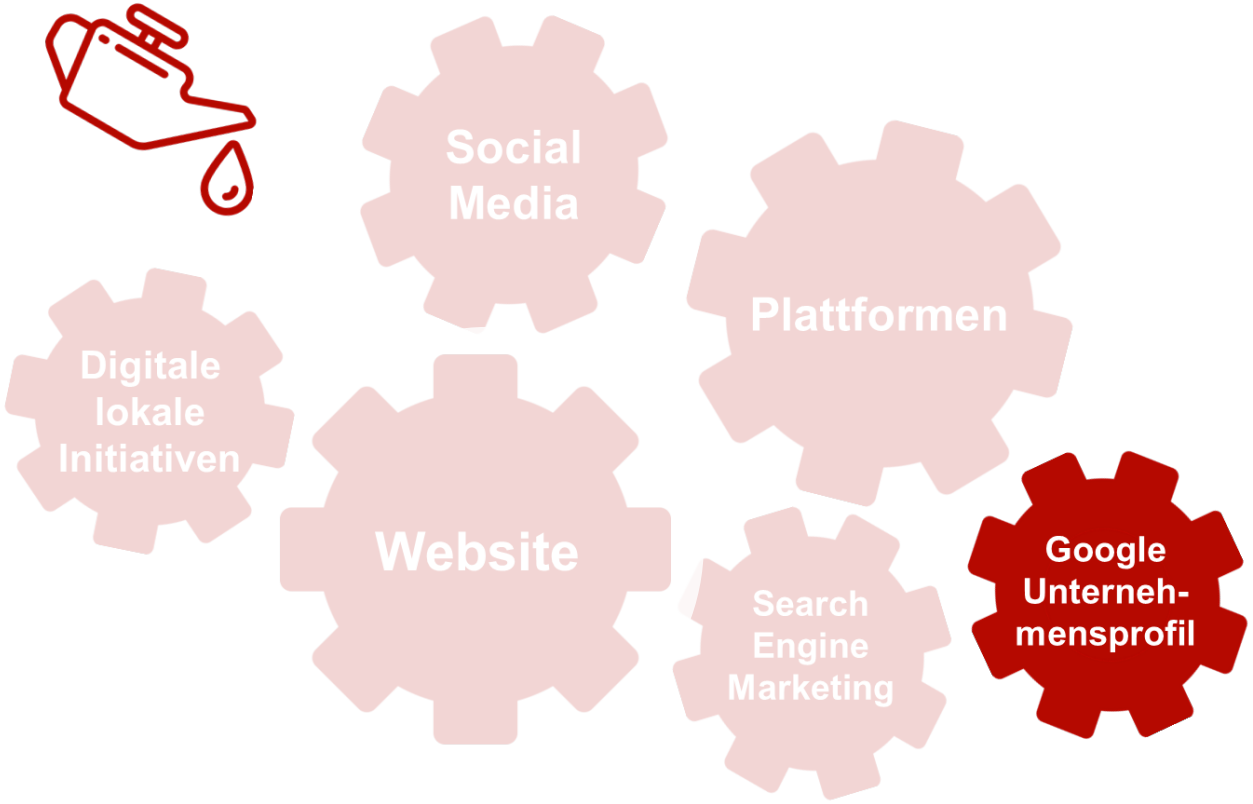
2020

Exkurs: Digitale Sichtbarkeit – und warum sie wichtig ist

Absichten im Internet



Digitale Sichtbarkeit: Welche Möglichkeiten habe ich?



Google Suche

Auf gut Glück!

Was ist Google Unternehmensprofil?

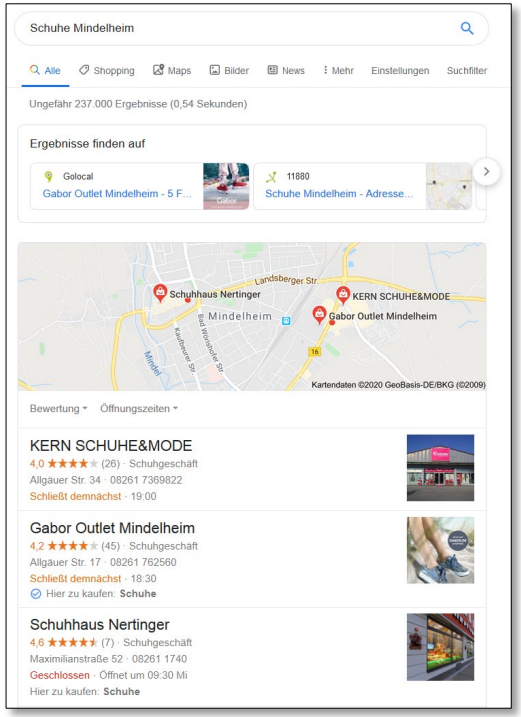
Präsentation Ihres Unternehmens direkt bei Google!

- Präsentation des Unternehmensprofils in Google Suche und Google Maps
- Erhöhung der digitalen Sichtbarkeit
- Kundenkontakt
- Bewertungen
- Veröffentlichung von Produktfotos
- Sonderangebote
- Direkte Anbindung an Google-Innovationen
- Zusatzoption: Erstellung einer Google-Unternehmenswebseite

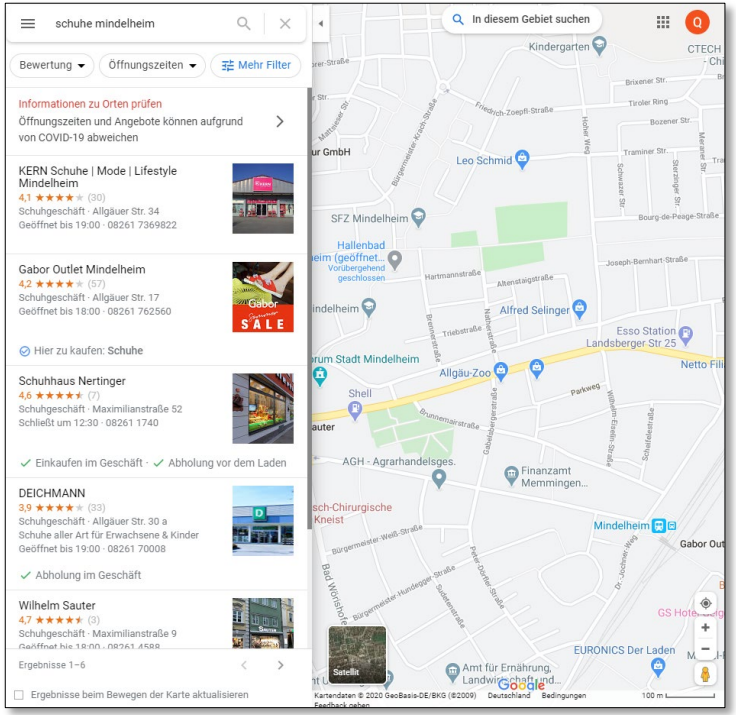
! Ihre **digitale Sichtbarkeit** erhöhen

Google Unternehmensprofile: Ihr Eintrag in den Suchergeb

Google Suche



Google Maps



Detailanzeige eines Unternehmenseintrages bei Google

Kategorie

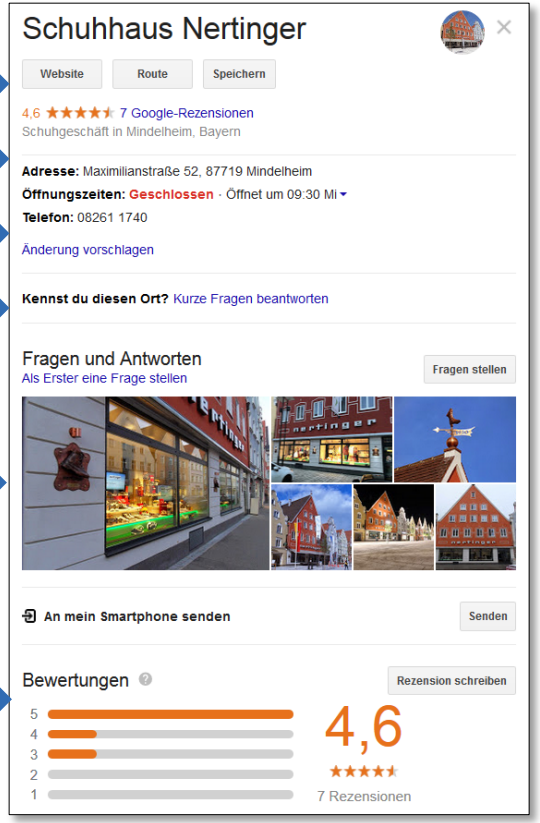
Adresse

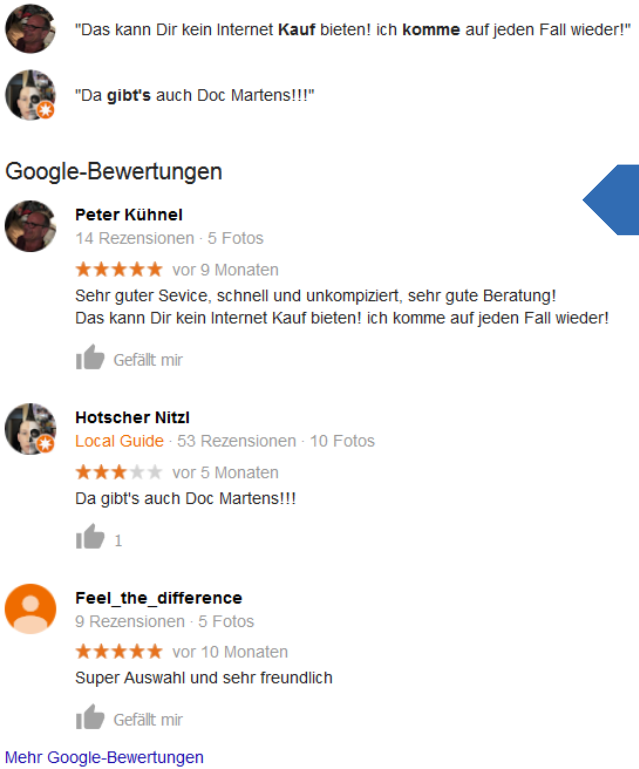
Öffnungszeiten

Telefonnummer

Fotogalerie

Bewertungs-
übersicht





Bewertungen

Wie starte ich nun?

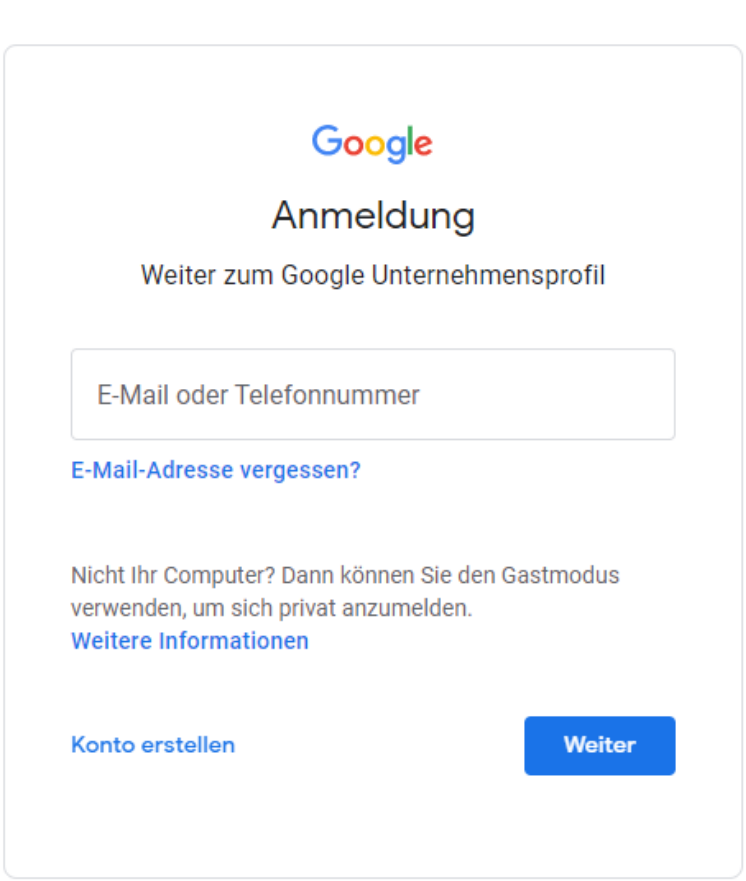
Erstellung eines Google Kontos

Voraussetzung: Google Konto

- Verwendung oder Erstellung eines Google Kontos für das Unternehmen
- Anmelden / Konto erstellen

Tipp für die Zusammenarbeit mit Werbeagenturen:

- Selbständige Verwaltung des Google-Kontos
- Einrichtung einer Zugriffsfreigabe

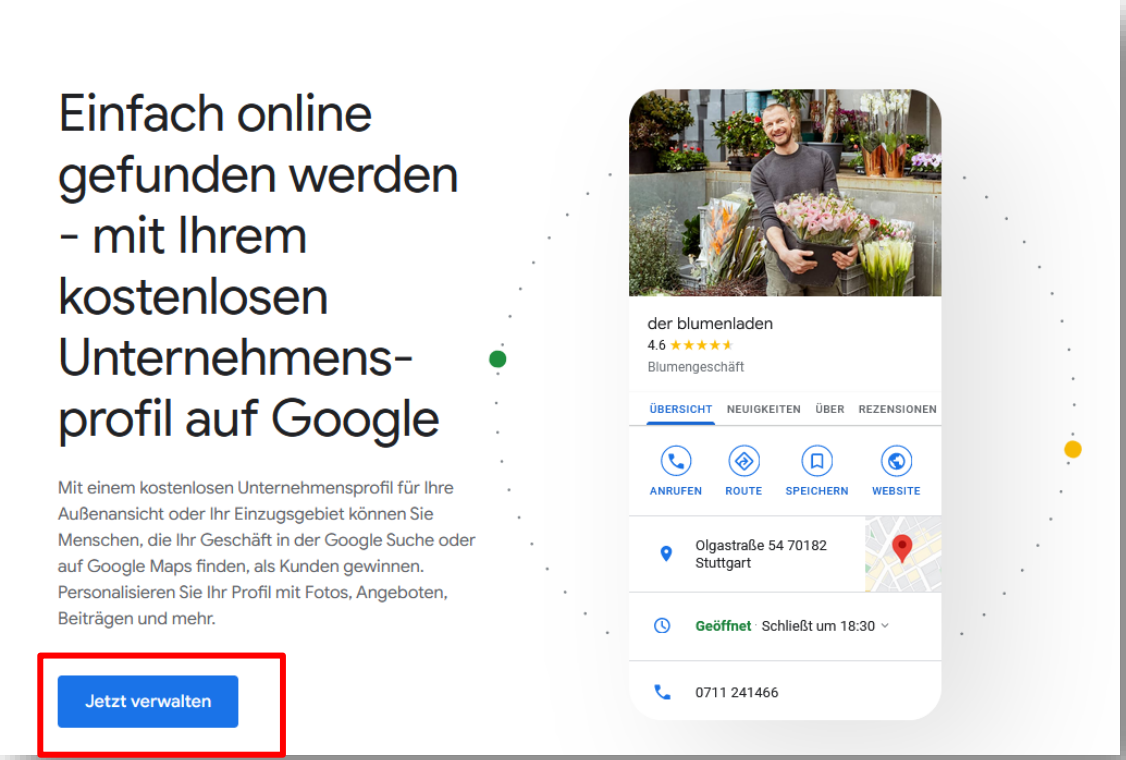


Erstellung eines Unternehmensprofils – Start 1

Grundsätzlich muss ein Google Konto erstellt werden:

https://www.google.com/intl/de_de/business/

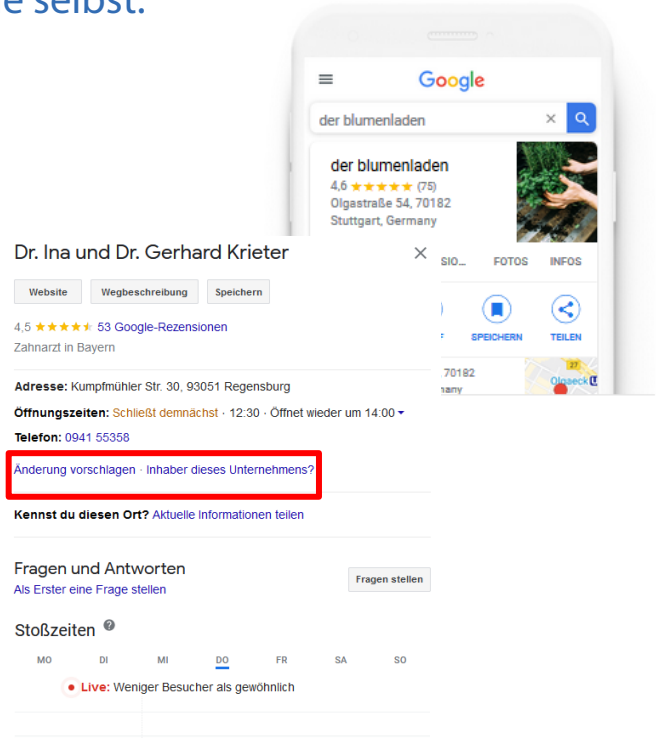
- Anmeldung/Registrierung in Google-Konto
- Angabe des Unternehmensnamens
- Suche des eigenen Unternehmen
- Erhebung des Anspruchs auf vorhandenen Eintrag
- Oder: Erstellung eines neuen Google-Eintrags

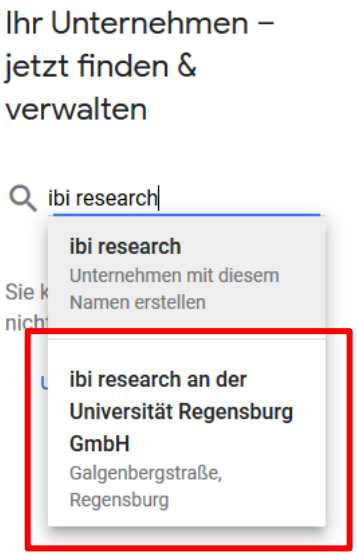


Erstellung eines Unternehmensprofils – Start 2

Zweite Möglichkeit über die Google-Suche selbst:

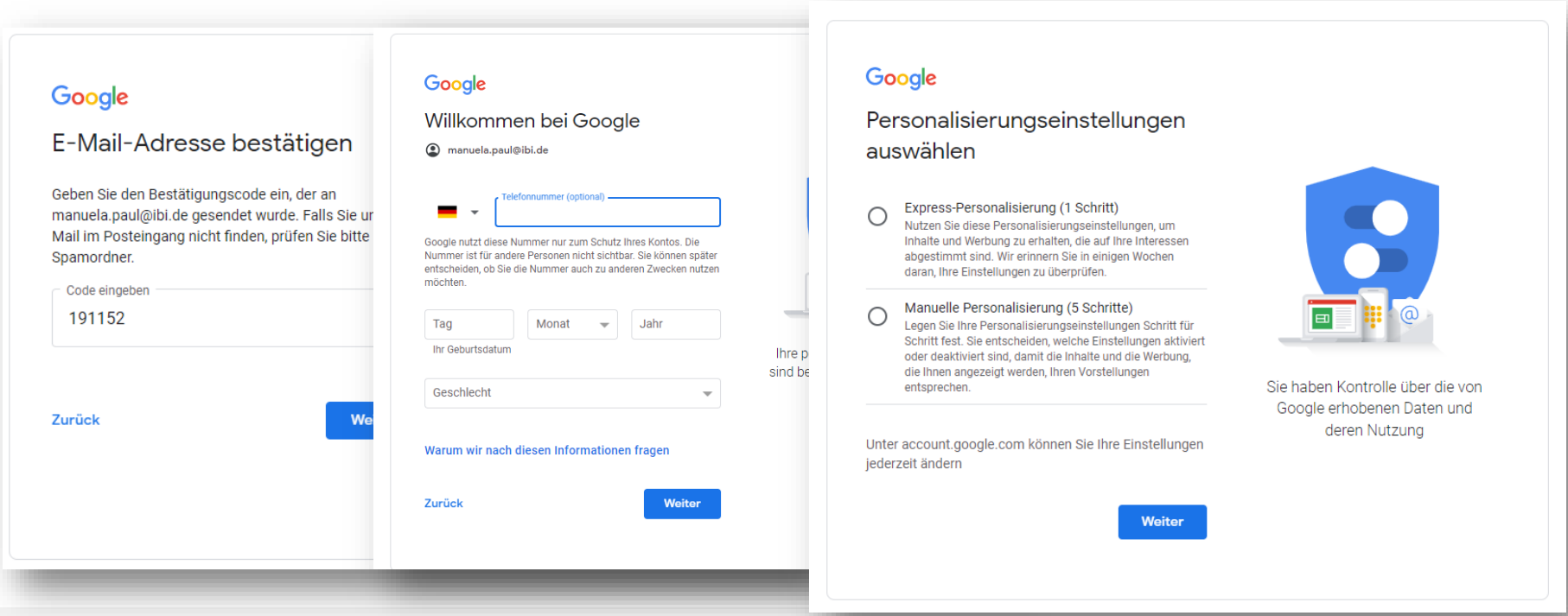
- Suche des eigenen Unternehmens auf Google oder Google Maps
- Beanspruchung der Inhaberschaft eines bestehenden Eintrages
- Anmeldung/Registrierung im Google-Konto
- Verifizierung
- Weitere Pflege des Eintrags





Erstellung eines Unternehmensprofils – weitere Schritte

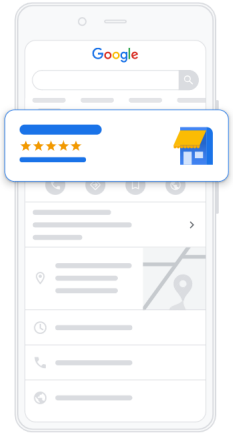
Google Konto - Folgen Sie dem Anmeldungsflow….



Erstellung eines Unternehmensprofils – weitere Schritte

Unternehmenstyp

- Auswahl des Unternehmenstyp



Ihr Unternehmen in der Google Suche und auf Maps präsentier

Machen Sie ein paar Angaben zu Ihrem Unternehmen

Unternehmensname*

Stefans Pschorrpäckchen Ersteller

Weiter

Unternehmenstyp auswählen

Wählen Sie alle zutreffenden Möglichkeiten für Stefans Pschorrpäckchen Ersteller aus

Onlinehändler
Kunden können Produkte über unsere Website kaufen

Lokales Geschäft
Kunden können uns vor Ort aufsuchen

Dienstleistungsunternehmen
Unser Unternehmen bietet Vor-Ort-Service an

Weiter

Unternehmenstyp auswählen

Wählen Sie alle zutreffenden Möglichkeiten für Stefans Pschorrpäckchen Ersteller aus

Onlinehändler
Kunden können Produkte über unsere Website kaufen

Lokales Geschäft
Kunden können uns vor Ort aufsuchen

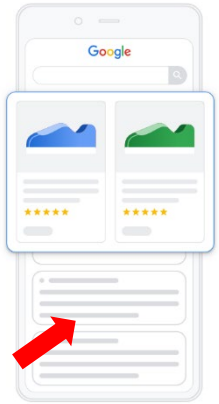
Dienstleistungsunternehmen
Unser Unternehmen bietet Vor-Ort-Service an

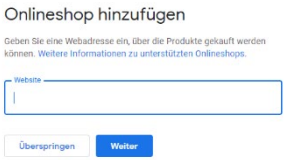
Weiter

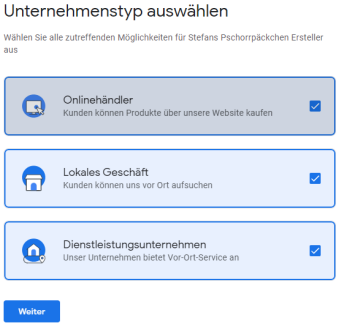
Erstellung eines Unternehmensprofils – weitere Schritte

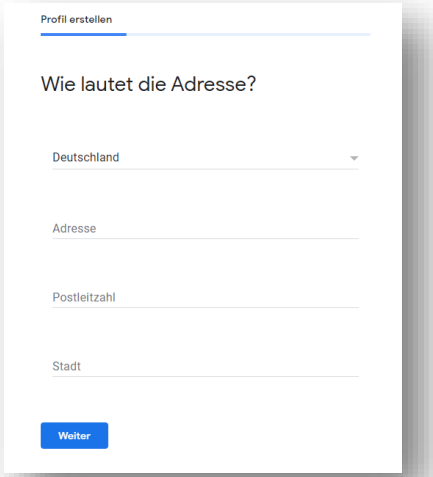
Unternehmenstyp – weitere Schritte

- Stationäre Geschäfte: Ja
- Online-Shop: Nein
- Mögliche Zuweisung eines Einzugsgebietes mit Hilfe der PLZ (nächste Folie)





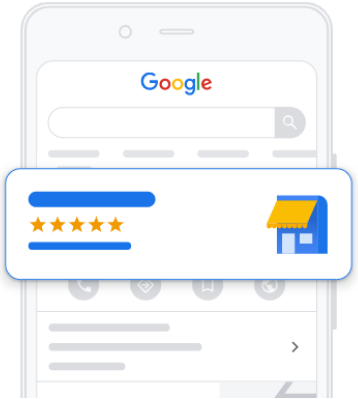


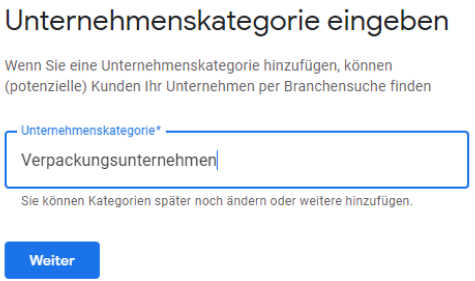


Erstellung eines Unternehmensprofils – weitere Schritte

Unternehmenskategorie

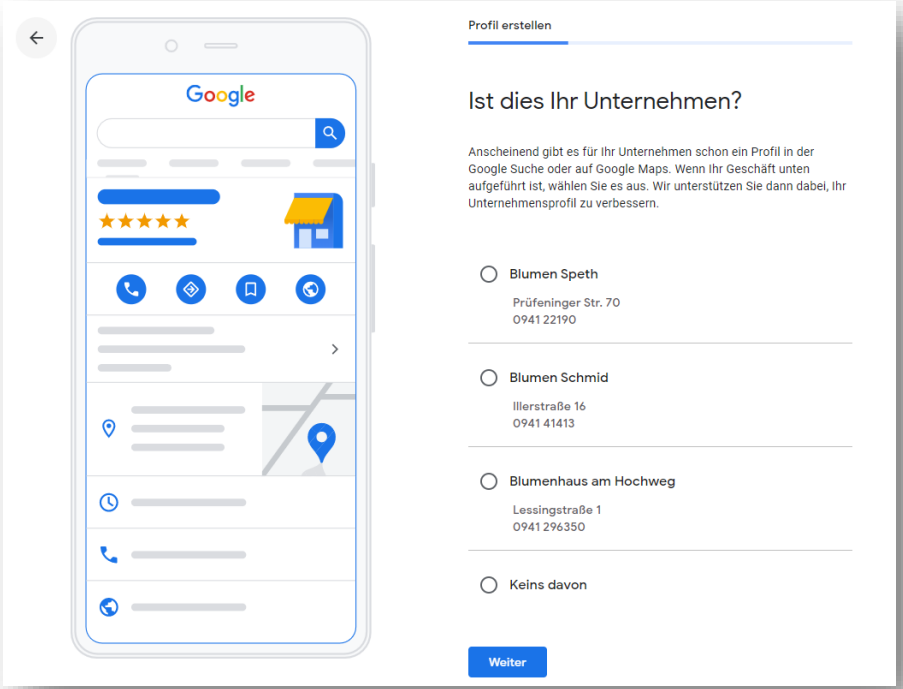
- Primäre Kategorie hier eingeben.
- Nachgelagert sind noch weitere Kategorien / Leistungen möglich

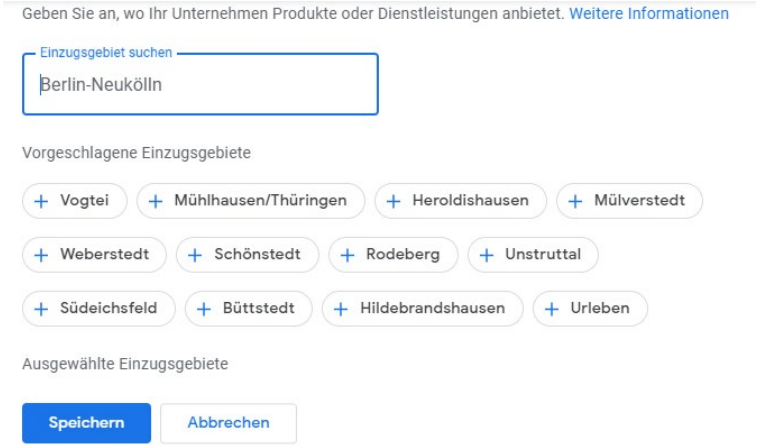




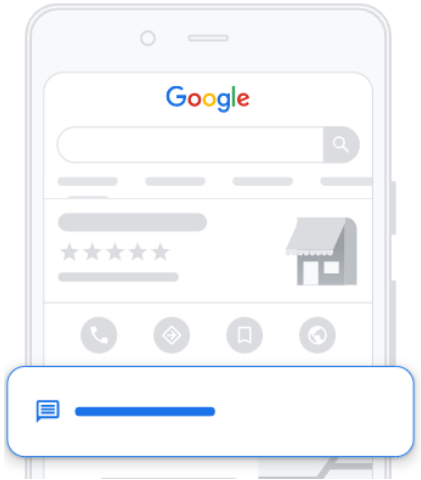
Erstellung eines Unternehmensprofils – weitere Schritte

Weitere Schritte… Einzugsgebiet





Weitere Schritte… Nachrichtenfunktion



Profil anpassen

Nachrichtenfunktion hinzufügen

So können Nutzer Ihnen über Google kostenlos Nachrichten senden

Weitere Informationen

Nachrichten akzeptieren

Überspringen | Weiter

Erstellung eines Unternehmensprofils – weitere Schritte

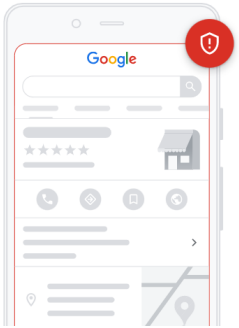
Kontaktdaten und Verifizierung

Telefonnummer hinzufügen

Hinterlassen Sie Ihre Telefonnummer im Unternehmensprofil, damit potenzielle Kunden Sie anrufen können.

Kontakttelefonnummer

Überspringen | Weiter



Bestätigen

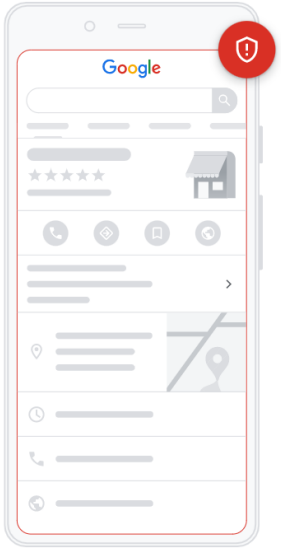
Für Bestätigungsvorgang zuerst Telefonnummer angeben

Geben Sie Ihre geschäftliche oder private Telefonnummer ein, um einen Bestätigungscode zu erhalten

Telefonnummer

Diese Nummer ist für Kunden nicht sichtbar

Später bestätigen | Weiter



Bestätigen

Bestätigungsmethode auswählen

Google muss überprüfen und bestätigen, dass Sie dieses Unternehmen verwalten. Wählen Sie aus, wie Sie einen Bestätigungscode erhalten möchten. Weitere Informationen zur Bestätigung

0941 9431880

Code durch einen automatisierten Anruf unter dieser Nummer durchgeben.
Hierfür fallen Standardgebühren an.

Spra[redacted]

Deuts...

Anruf

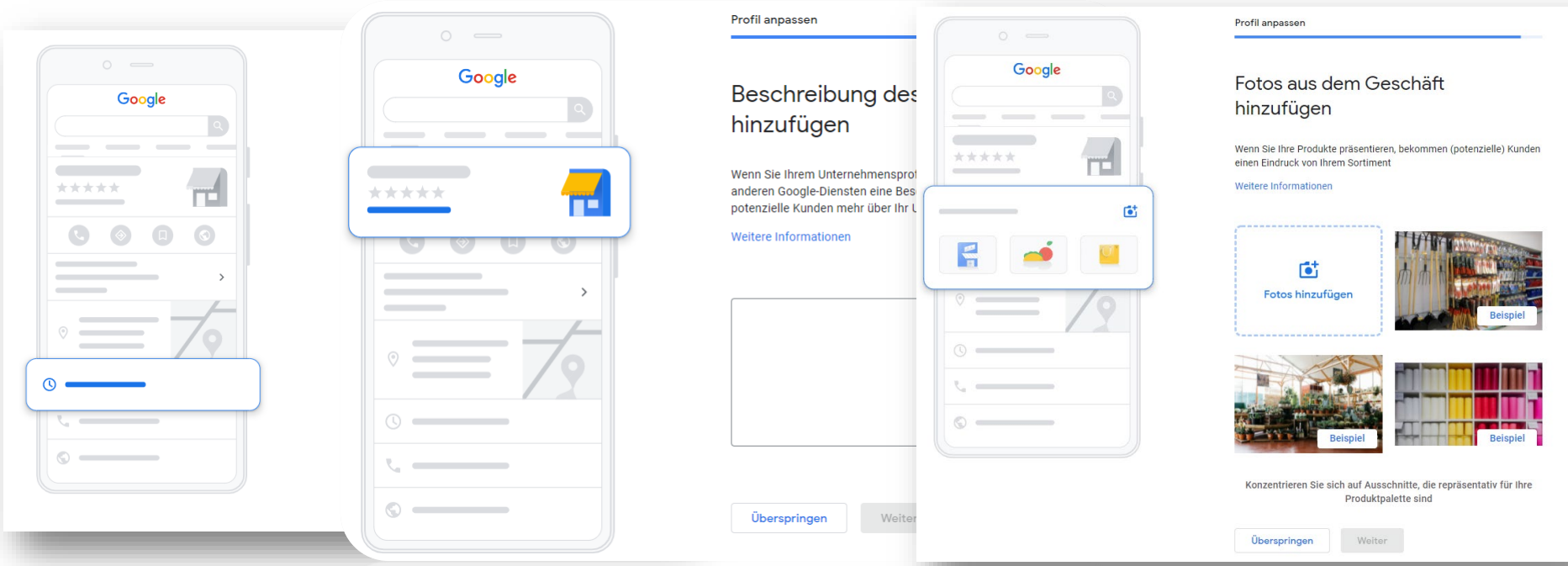
Weitere Optionen

Standardmäßige Bestätigungsmethoden

- Telefon oder SMS
- E-Mail
- Videoaufzeichnung
- Live-Videoanruf
- Postkarte

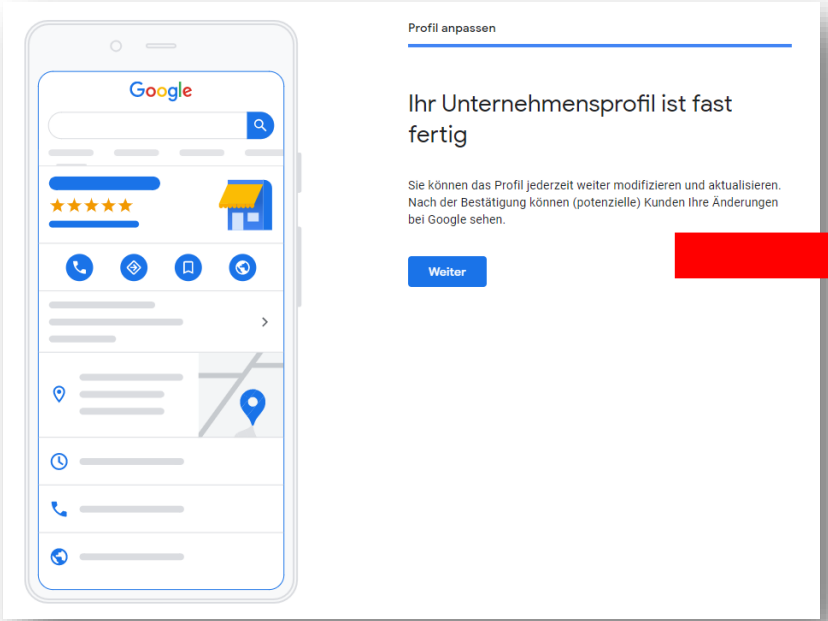
Erstellung eines Unternehmensprofils – weitere Schritte

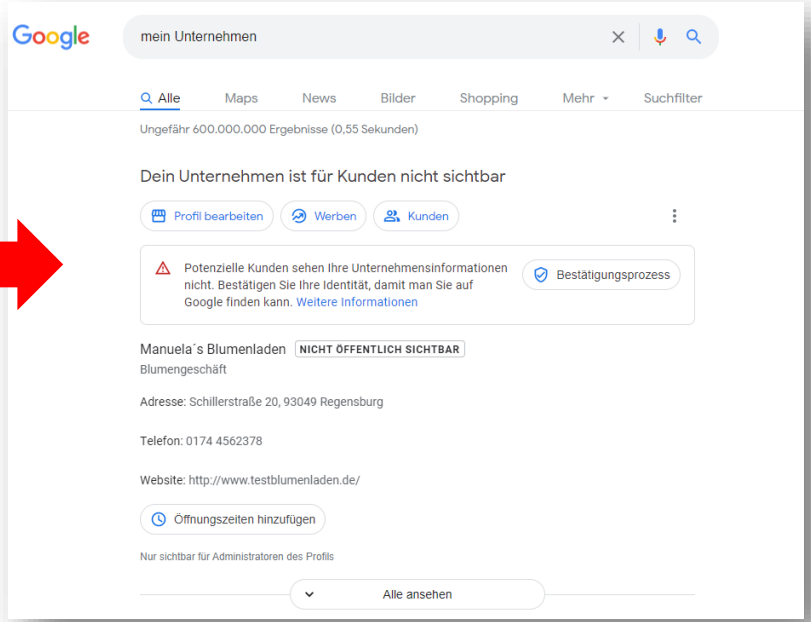
Öffnungszeiten, Beschreibung und Fotos des Unternehmens sind sehr wichtig



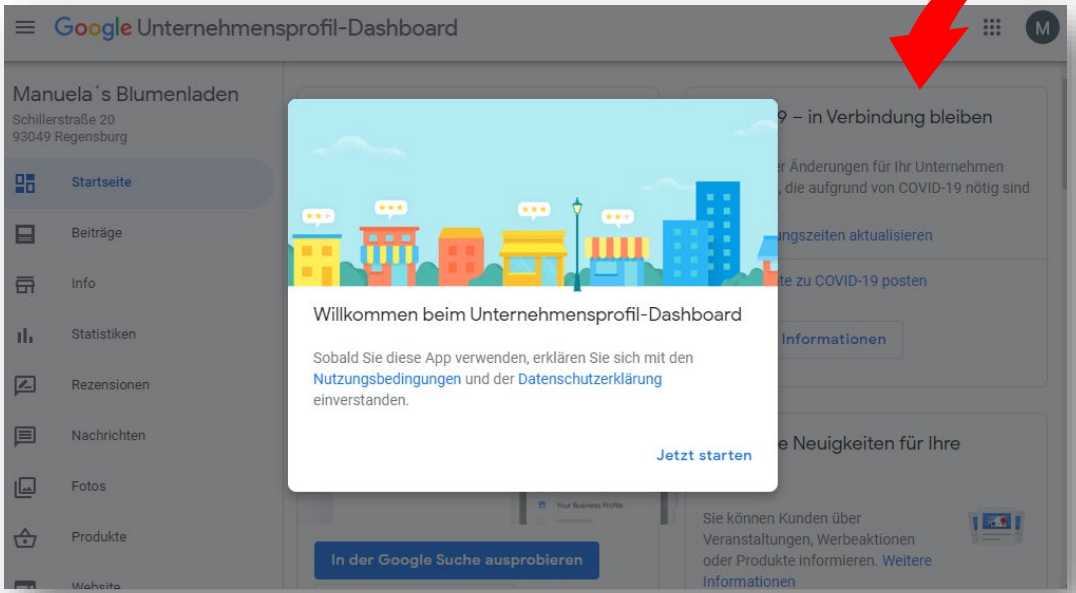
Erstellung eines Unternehmensprofils – fertig!

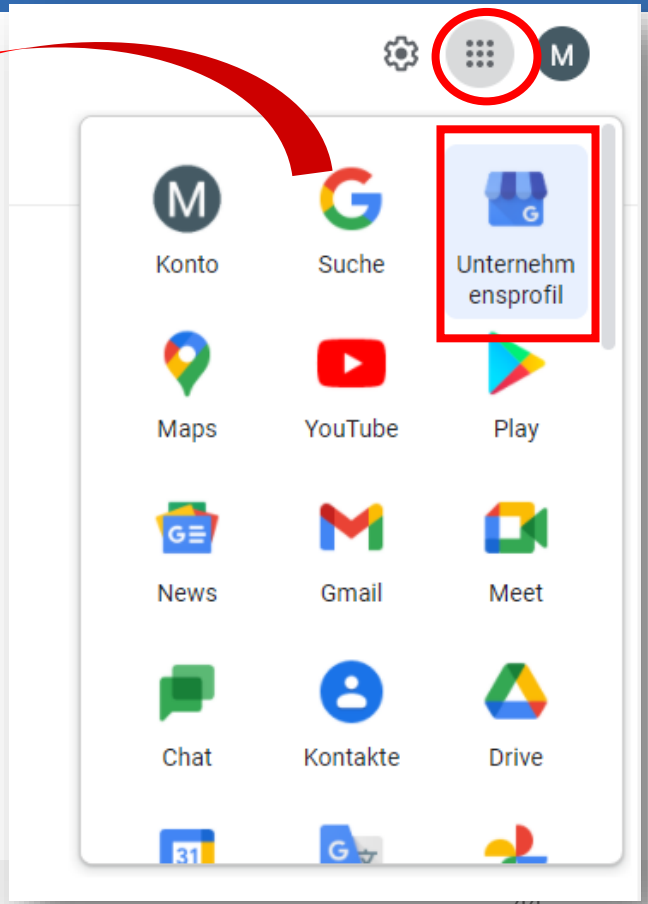
Wie sieht der Eintrag dann bei Google aus….





Verwaltung übers Google Unternehmensprofil-Dashboard

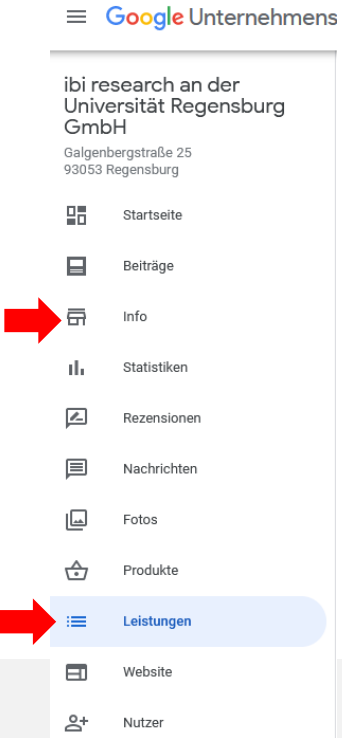




Beispiele: Beschreibung des Unternehmens und Leistungen

80 Zeichen für die Beschreibung einer Dienstleistung (nur für DL)

750 Zeichen für die Beschreibung des Unternehmens



Für Ihre Unternehmensbeschreibung stehen Ihnen 750 Zeichen zur Verfügung. Davon werden jedoch nur die ersten 250 angezeigt. Stellen Sie daher sicher, dass diese 250 Zeichen die wichtigsten Informationen enthalten.

Von Grimm KG

"Grimm ist Ihr Fachgeschäft für den gedeckten Tisch und die kreative Küche, abgerundet mit Sortimenten rund um das Grillen und Wohnaccessoires. Uns gibt es in Landshut und Freising."

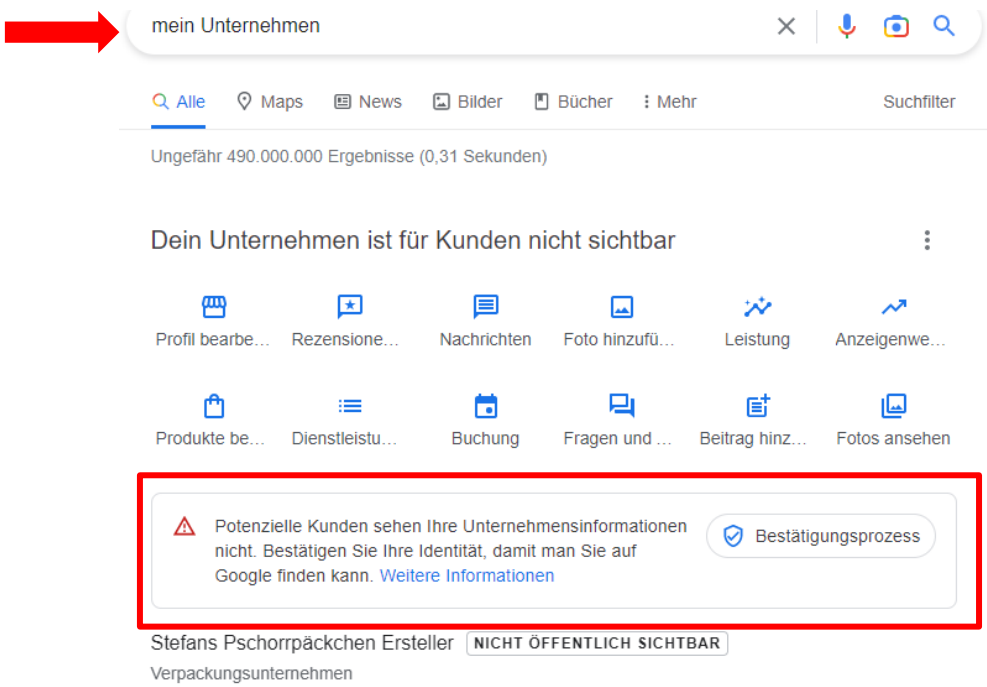
Von Möbel Fischer GmbH

"Küchen, Polstermöbel, Wohnmöbel und Accessoires gibt's bei Möbel Fischer in Herzogenaurach! Bei uns finden Sie die perfekte Einrichtung für Ihr Zuhause. Egal ob Sie Küchen, Polstermöbel, Wohnmöbel oder Accessoires suchen - bei Möbel Fischer in Herzogenaurach finden Sie garantiert die perfekte Einrichtung für Ihr Zuhause. Sie wollen kompetent und herzlich beraten werden? Wir nehmen uns die Zeit für Sie!"

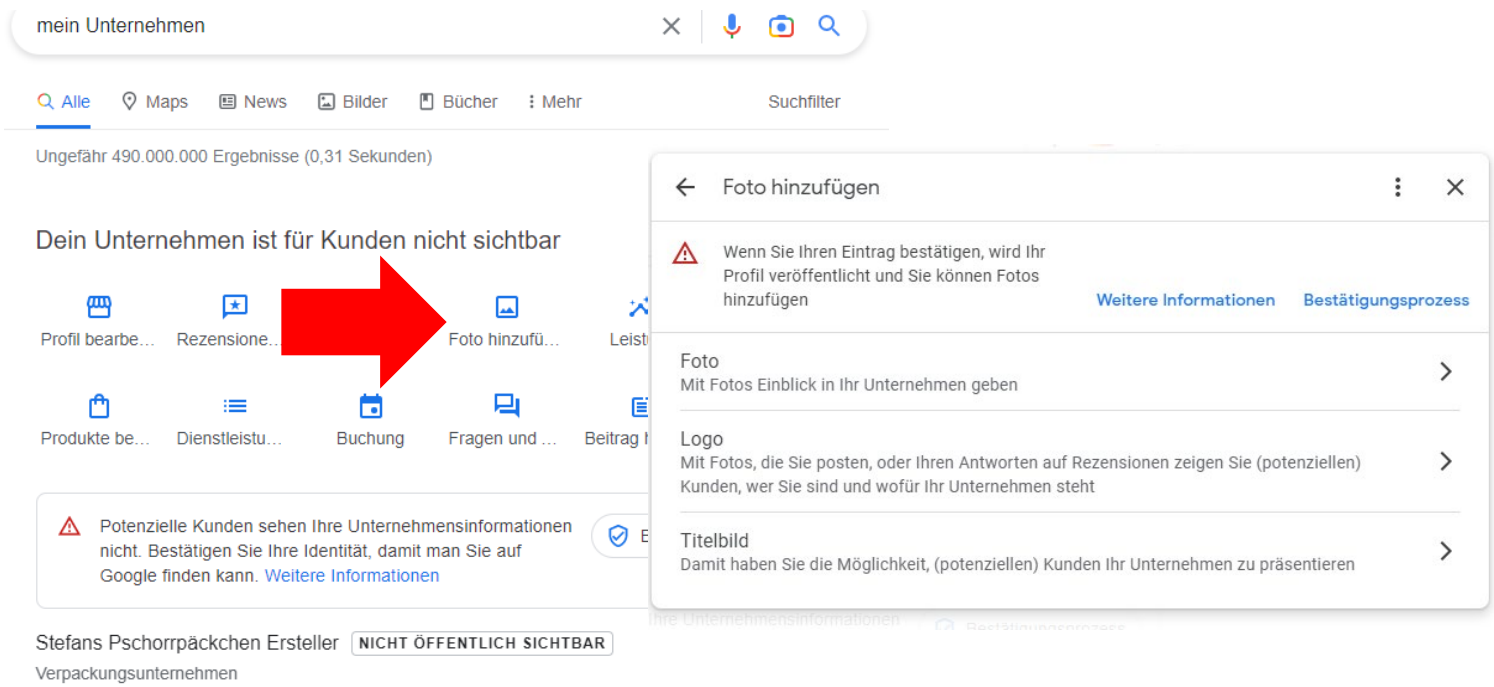
Von Brautmode Regensburg - DreamOnDresse...

"Wir von DreamOnDresses heißen dich herzlich Willkommen in unserem 250qm großen Brautmodenstudio in Lappersdorf bei Regensburg. Bei uns findest du eine Auswahl von über 300 Brautkleidern internationaler Top-Labels wie Stella York, Anna Kara, Rembo Styling, Ladybird, Enzoani,Küss die Braut und viele weitere. Neben hochwertigen Second Hand Brautkleidern führen wir auch ungetragene Brautkleider jeglicher Form und Größe. Ob Accessoires, Schleier oder Schuhe – es bleiben keine Wünsche offen. Im schönen, gemütlichen Ambiente beraten wir Dich gerne mit Herzlichkeit und Liebe zum Detail, denn in keinem anderen Kleidungsstück stecken mehr Emotionen als in einem Brautkleid. DreamOnDresses - Brautmoden mit Geschichte für deine Hochzeit"

Dashboard/Startseite



1. Verwaltung von Fotos

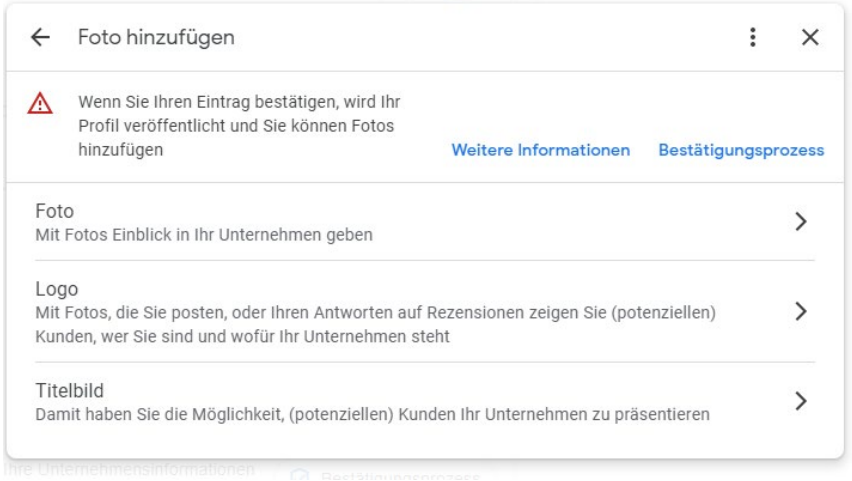


Hochladen von Fotos

Nutzen Sie hier eher professionellere Fotos!

Laut Google erhalten Unternehmen mit Fotos auf ihren Profilen 42 % mehr Anfragen für Wegbeschreibungen auf Google Maps und 35 % mehr Klicks auf ihre Websites als Unternehmen ohne Fotos.

- Hilfreiche Option für stationäre Geschäfte zur Präsentation von Produkten und Ladenfläche
- Upload von Unternehmenslogo, weiteren Fotos oder Videos
- Einbindung einer 360-Grad-Ansicht
- Waren und/oder Dienstleistungen, die Ihr Unternehmen anbietet.
- Mitarbeiter des Unternehmens, die arbeiten und/oder die Kunden betreuen.
- Das Äußere des Geschäfts und die verfügbaren Parkplätze.



Vorgaben für Fotos: jpg oder png-Format, zw. 10 KB und 5 MB, mindestens 720 px hoch und 720 px breit, Qualität: scharf und gut beleuchtet (realitätsecht)

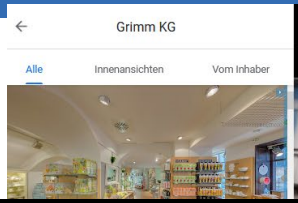
Vorgaben für Videos: Länge max. 30 Sekunden, max. 75 MB groß und mindestens eine Auflösung von 720px

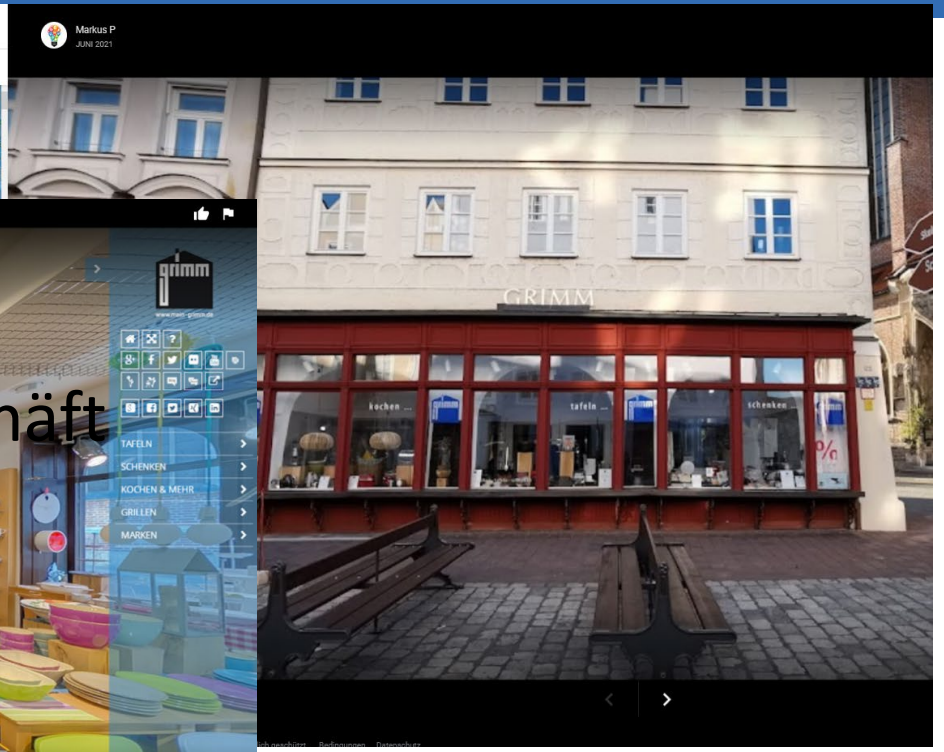
Best Practice Beispiel

Optikmeisterei in Erlangen

Best Practice Beispiel

Mein Grimm aus Landshut





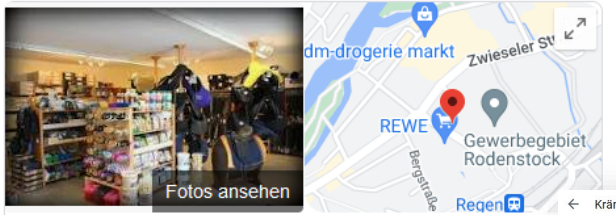
Best Practice Beispiel

Juwelier Egretzberger in Regensburg

….aber Vorsicht ist trotzdem geboten!

WARUM?

…zum Thema Fotoqualität



Reitsport Oberländer

Website | Wegbeschreibung | Speichern

4,9 ★★★★★ 46 Google-Rezensionen

Reitsportgeschäft in Regen, Bayern

Serviceoptionen: Einkaufen im Geschäft

Adresse: Gewerbegebiet Rodenstock, Bahnhofstraße 39, 9420… Regen

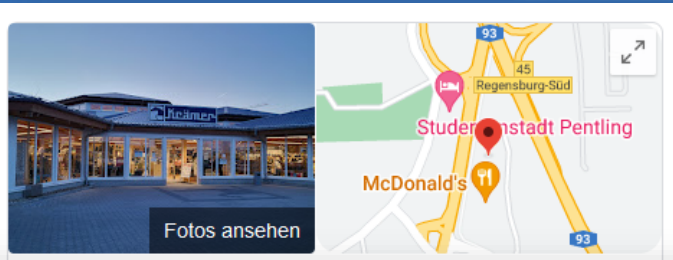
Öffnungszeiten: Geöffnet · Schließt um 18:00

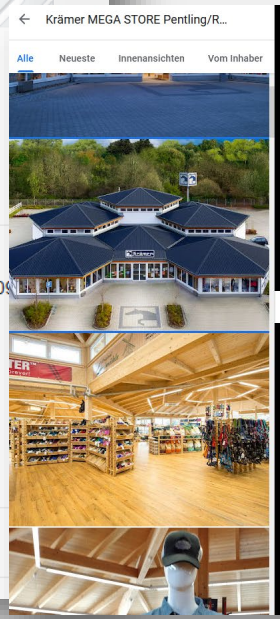
Vor vor 7 Wochen von anderen Nutzern aktualisiert

Telefon: 09921 904431

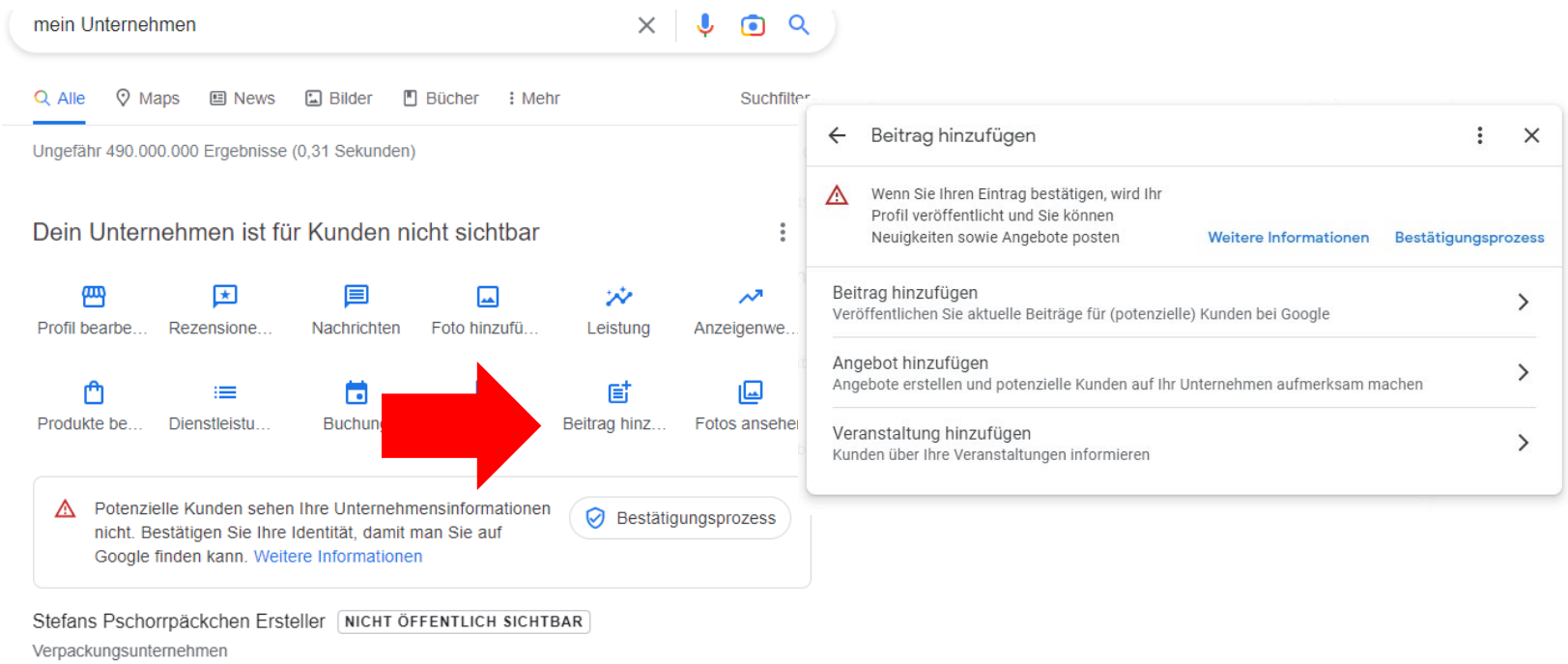
Änderung vorschlagen · Inhaber dieses Unternehmens?

Kennst du diesen Ort? Aktuelle Informationen teilen





2. Verwaltung von Beiträgen



Professionelle Beiträge erstellen

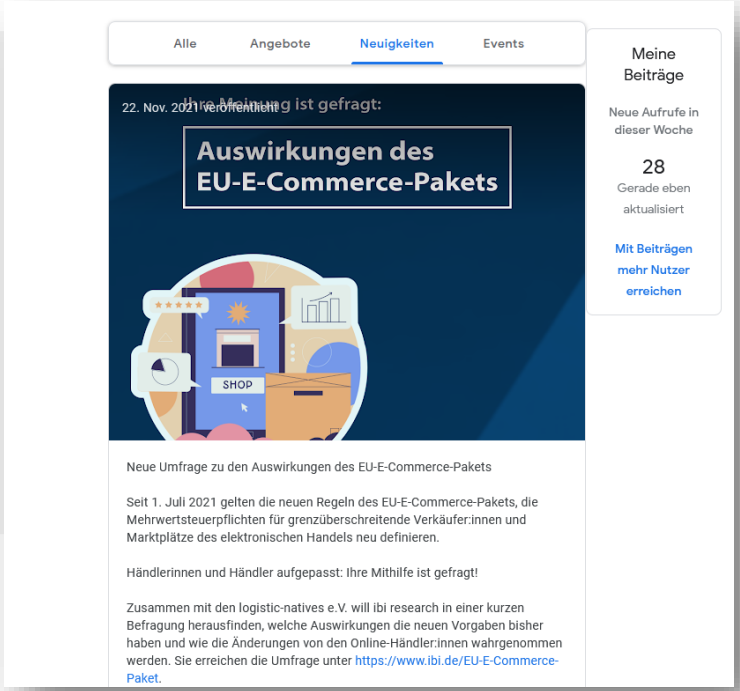
1 Richtige Wahl der **Art des Beitrags**

2 **Hochauflösende** und **professionelle Fotos** oder **Videos** verwenden

3 **Prägnante Titel** und **aussagekräftige Beschreibung** einfügen

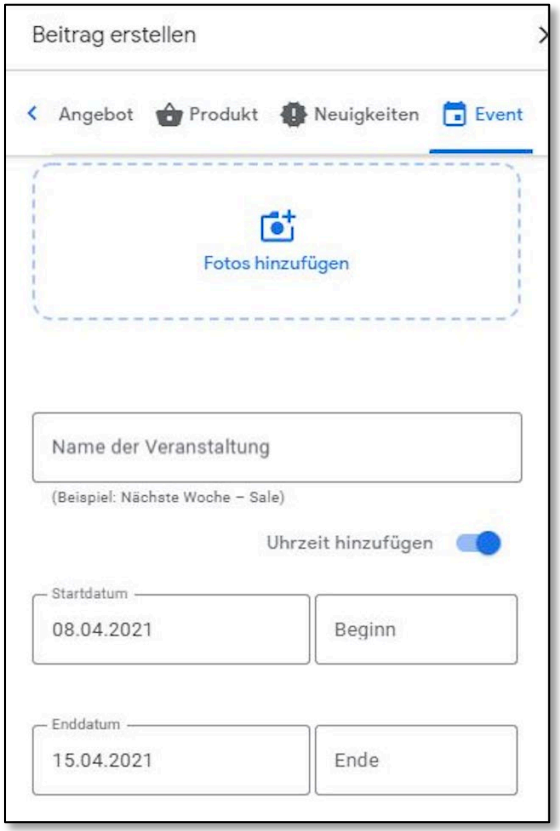
4 **„Call-to-Action“** Buttons nutzen

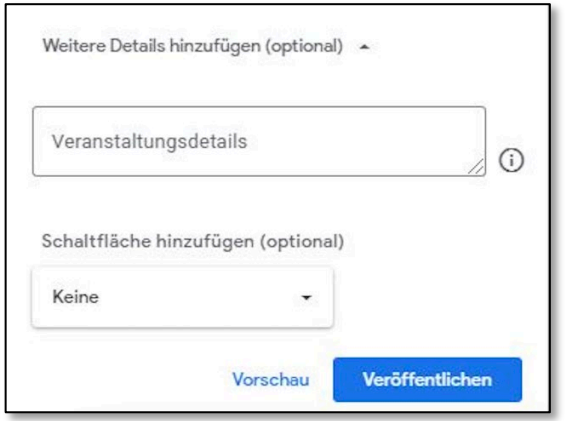
? Beiträge mit einem **Redaktionsplan** strukturieren und planen



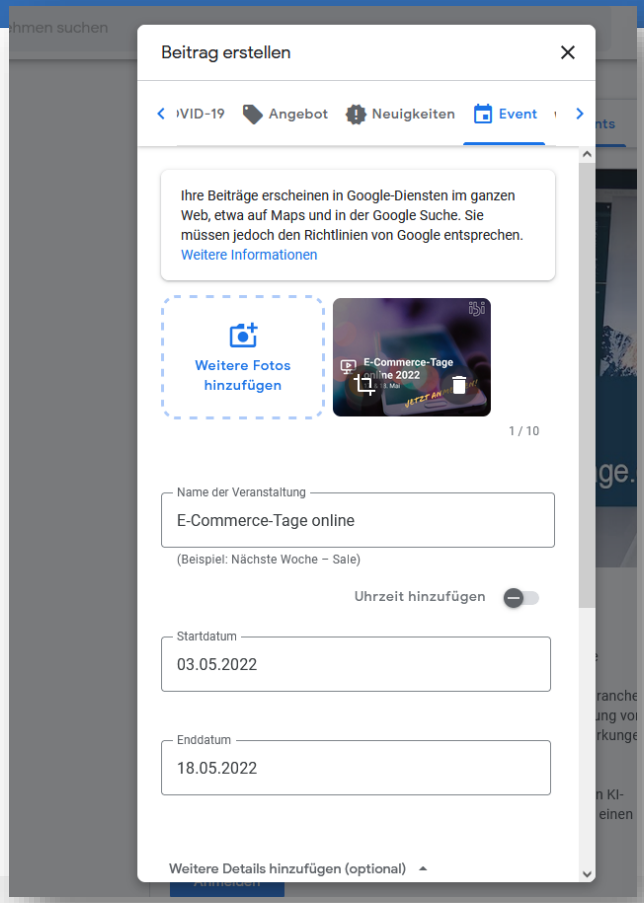
Professionelle Beiträge: Events

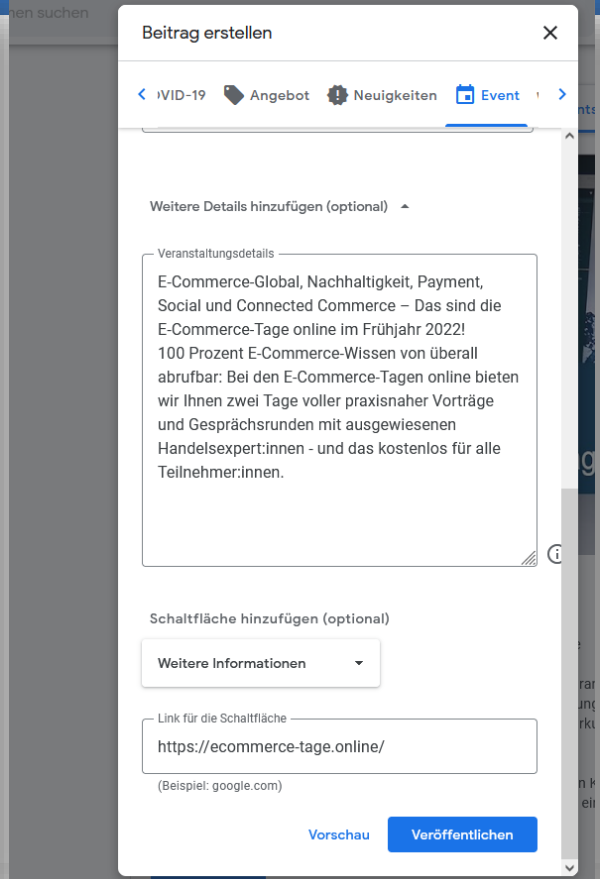
- **Start-** und **Enddatum** inkl. Uhrzeit festlegen
- Wichtigste **Details** der Veranstaltung pflegen
- **“Call-to-Action“-Buttons** nutzen

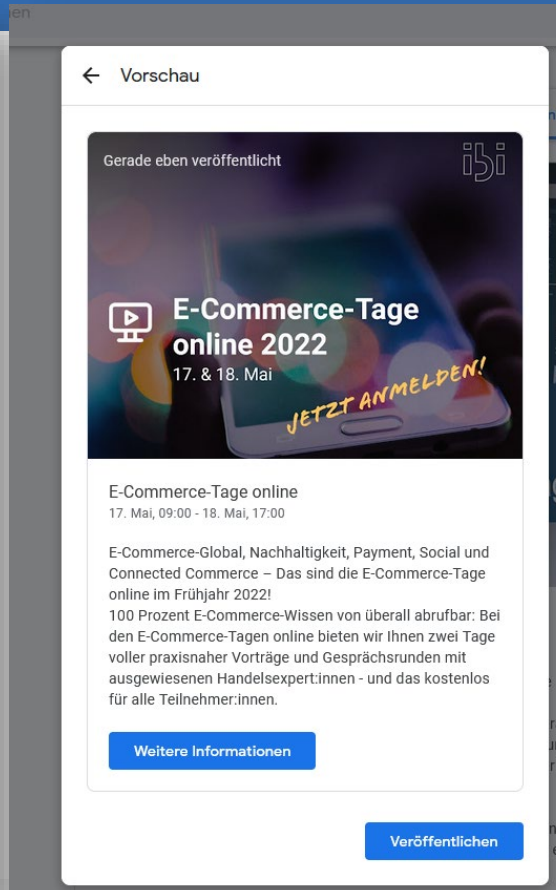




Beispiel Events: Einstellen einer Veranstaltung

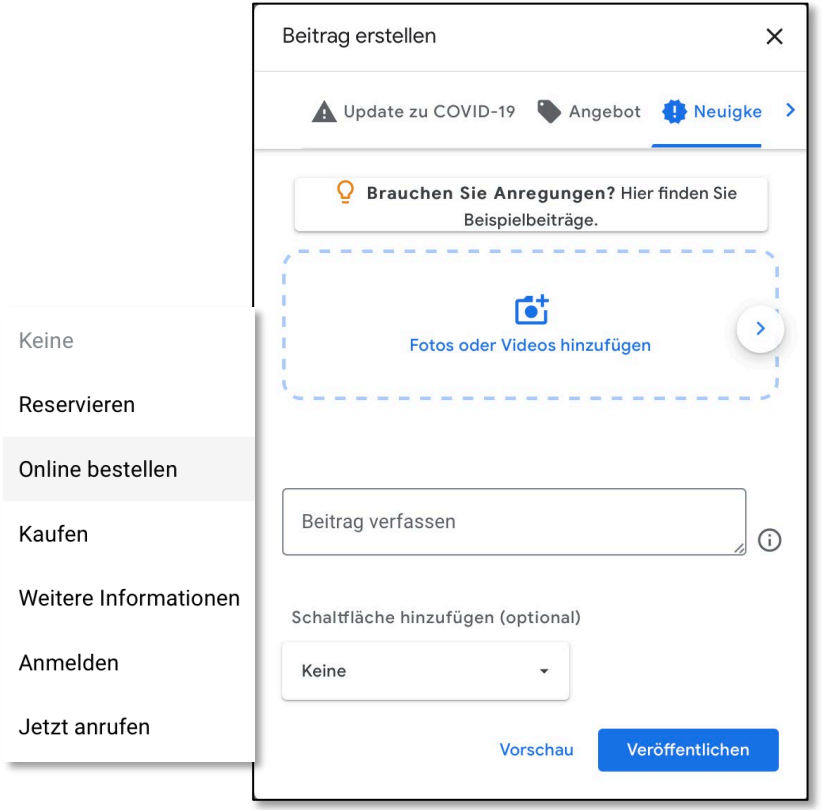






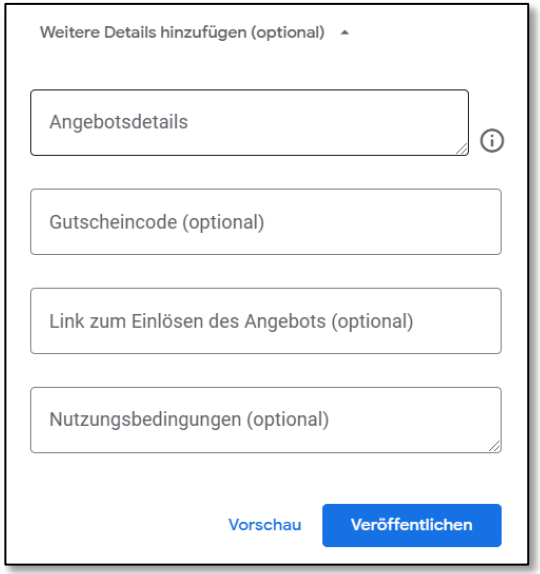
Professionelle Beiträge: Neuigkeiten kommunizieren

- **Vielfältige** Nutzungsmöglichkeiten
- Pressemitteilungen, Unternehmensnews, Ankündigungen, Stellenausschreibungen, u.v.m.
- **“Call-to-Action“-Buttons** nutzen



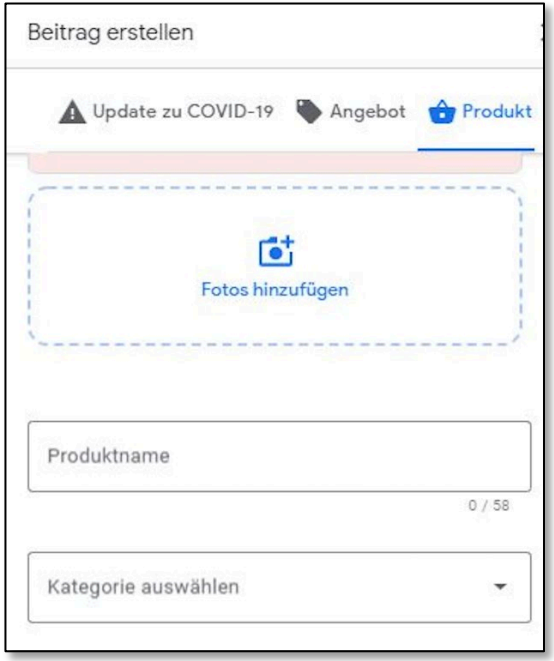
Professionelle Beiträge: Angebote kommunizieren

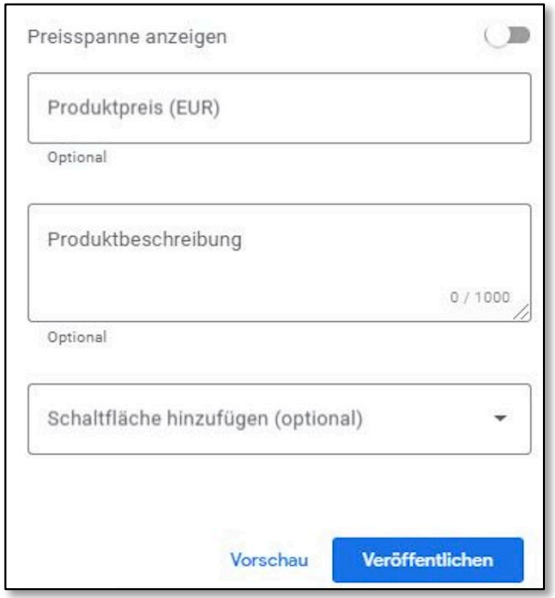
- **Ansprechender** Angebotstitel und Fotos
- **Zeitraum** festlegen
- **Details**, Gutschein-**Code** und **Verlinkung** zur Webseite
- **„Call-to-Action“-Buttons** nutzen



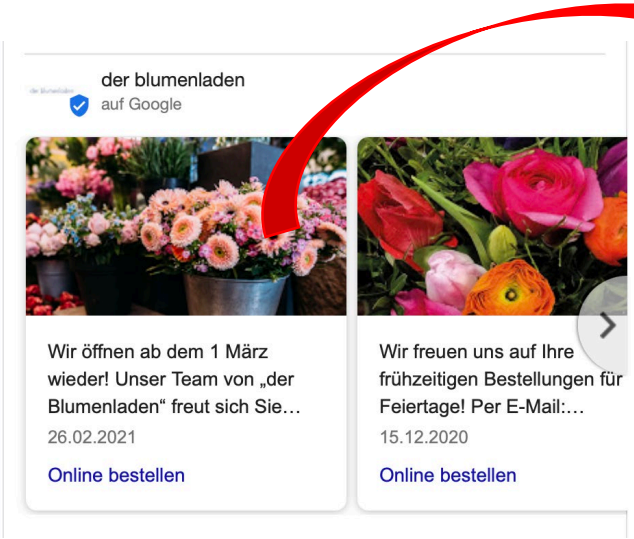
Professionelle Beiträge: Produkte bewerben

- Eigene Produkte **direkt in den Suchergebnissen**
- Ansprechende **Produktfotos**
- **Preis** oder **Preisspanne** angeben
- **„Call-to-Action“-Buttons** nutzen

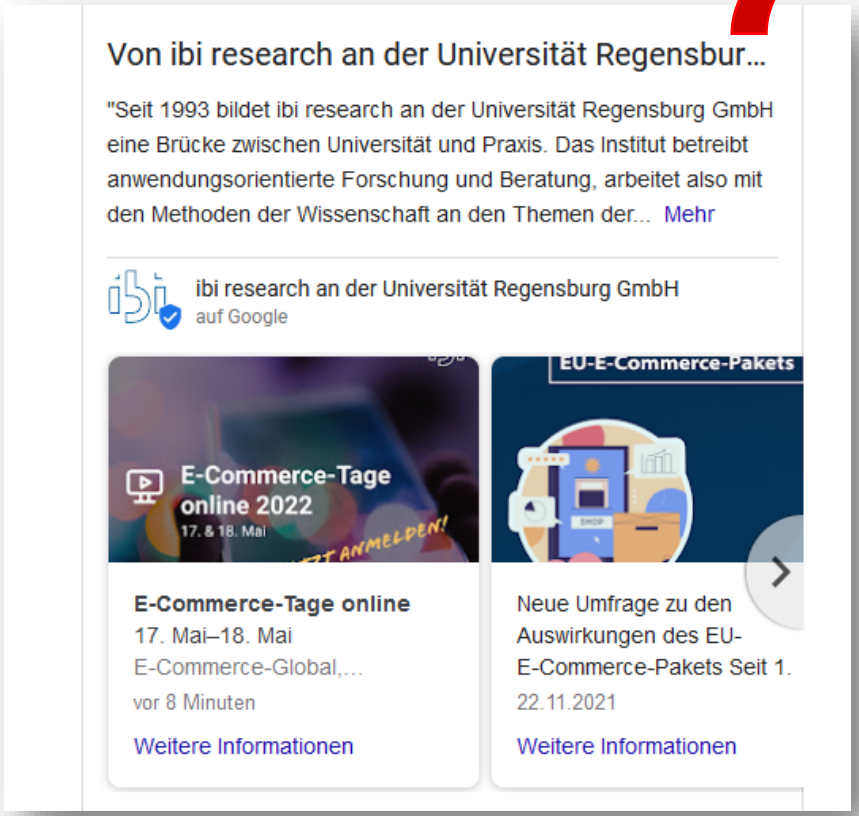


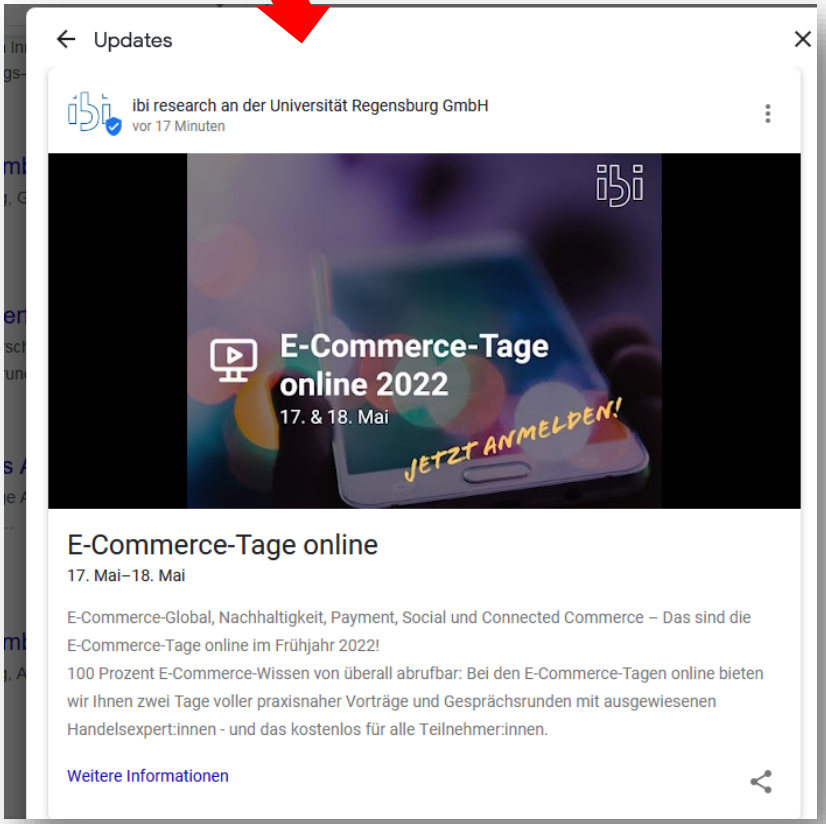


Direkt in der Google Suche…



Direkt in der Google Suche…





Direkt in der Google Suche…

Produkte

Strauß – der Blu…
30,00–100,00 €

der bl…enladen 0711 241466

Alle Produkte ansehen

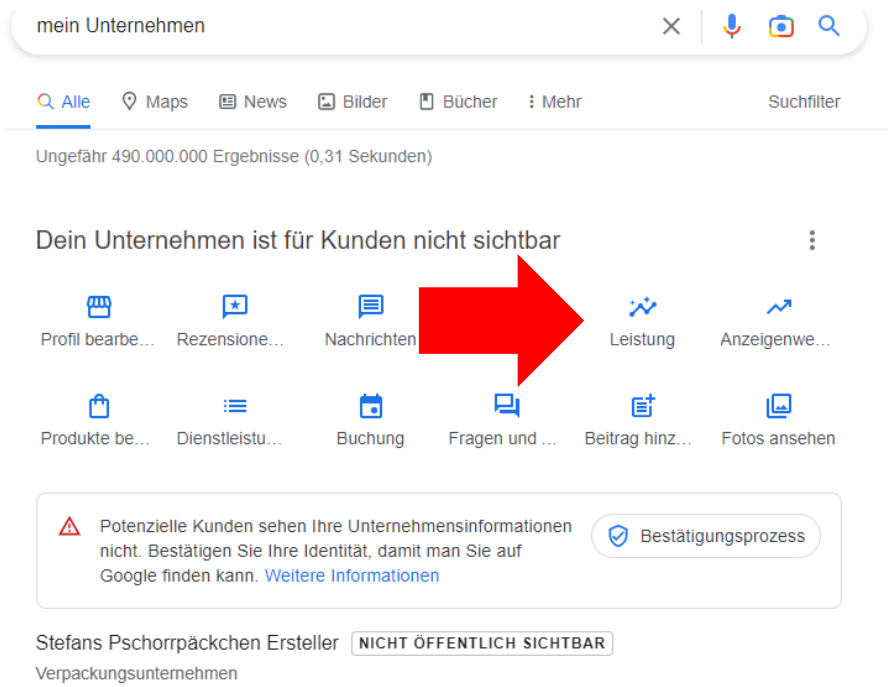
Strauß – der Blumenladen

30,00–100,00 €

Unser Liebling. Bunte Nelken, handgebunden. Erhältlich in den Größen: klein, mittel, groß, maxi Eine Vase kann für weitere 14,00€ zusätzlich bestellt werden.

Online bestellen

3. Verwaltung und Interpretation von Statistiken



Wie wird Ihr Google Unternehmensprofil gefunden?

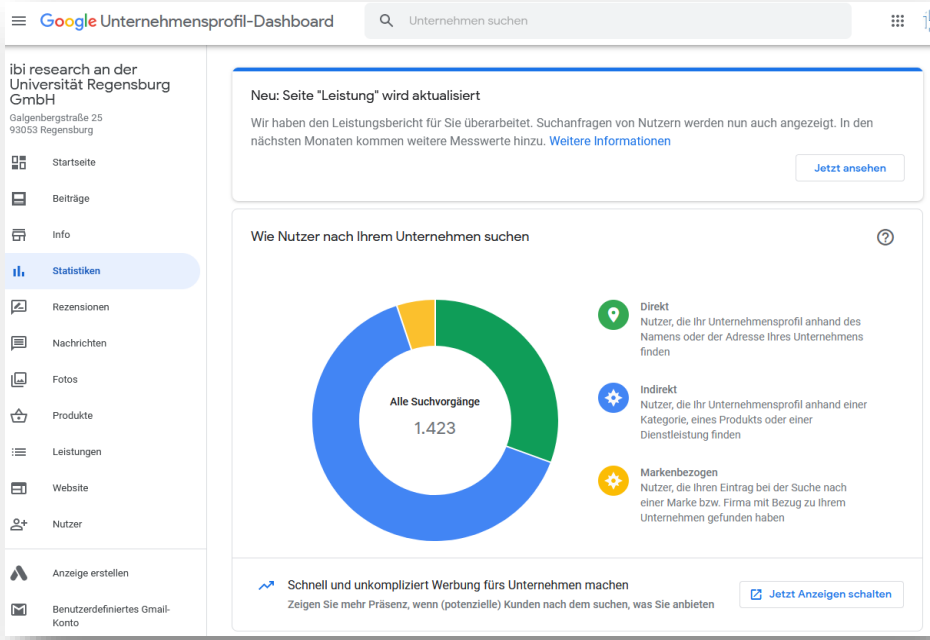
Der Bereich “Statistiken” hilft Ihnen dabei, zu analysieren, wie und wo Kunden Ihr Unternehmensprofil auf Google gefunden und welche Aktion(en) sie anschließend ausgeführt haben.

- Anzahl der auf das Unternehmen bezogenen Suchanfragen in bestimmten Zeitrahmen
- Suchbegriffe (Keywords) die auf das Unternehmen verweisen
- Nutzeraktionen in einem bestimmten Zeitraum
    - Reaktion auf Newsletter
    - Auswirkungen von Werbeaktionen

Google Statistiken
Gewinnung von Informationen zur Optimierung

Es gibt 3 verschiedene Möglichkeiten, WIE ein Kunde Sie finden kann:

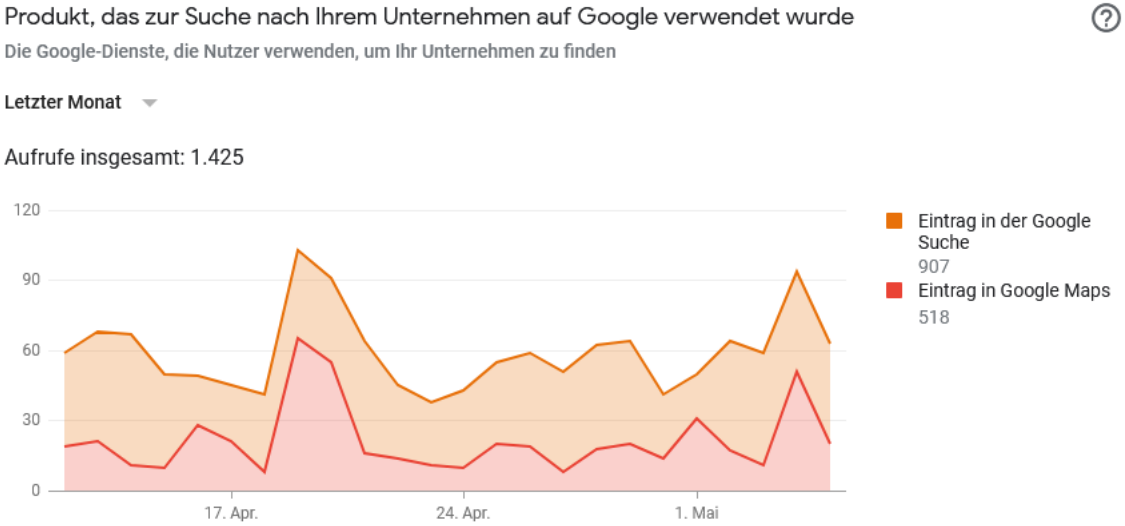
- Direkt: bedeutet, dass der Kunde nach Ihrem Firmennamen oder Ihrer Adresse sucht
- Indirekt: Der Kunde sucht nach einer Kategorie, einem Produkt oder einer Dienstleistung, die Sie anbieten und in Ihrem Profil integriert haben
- Über eine Marke: Der Kunde sucht nach Ihrer bzw. einer bestimmten Marke, die Ihr Unternehmen anbietet



Google Statistiken
Gewinnung von Informationen zur Optimierung

WO Kunden Ihr Unternehmensprofil auf Google finden…?

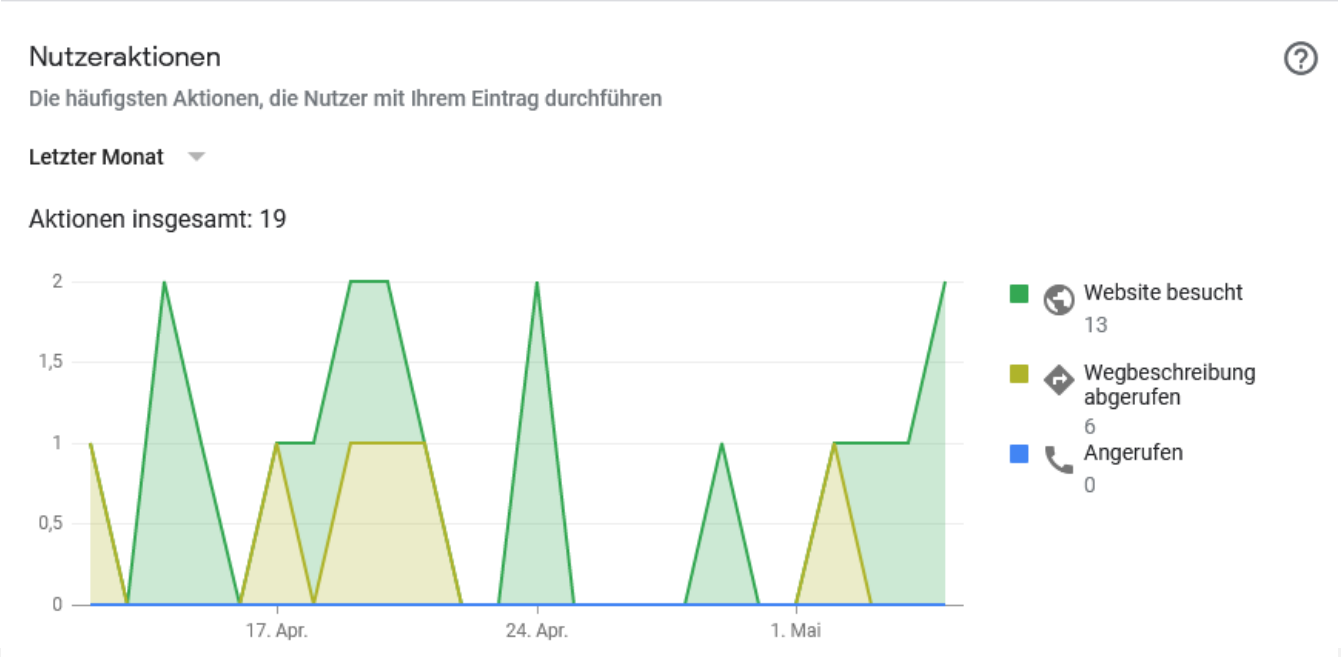
Hier sehen Sie, über welchen Google-Dienst Ihr Eintrag gefunden wurde: Google Maps oder Google Suche.



Google Statistiken
Gewinnung von Informationen zur Optimierung

WAS Nutzer tun, nachdem sie Ihr Profil gefunden haben…?

Das Diagramm zeigt Ihnen die Anzahl der Website-Besuche, Wegbeschreibungsabfragen und Telefonanrufe.



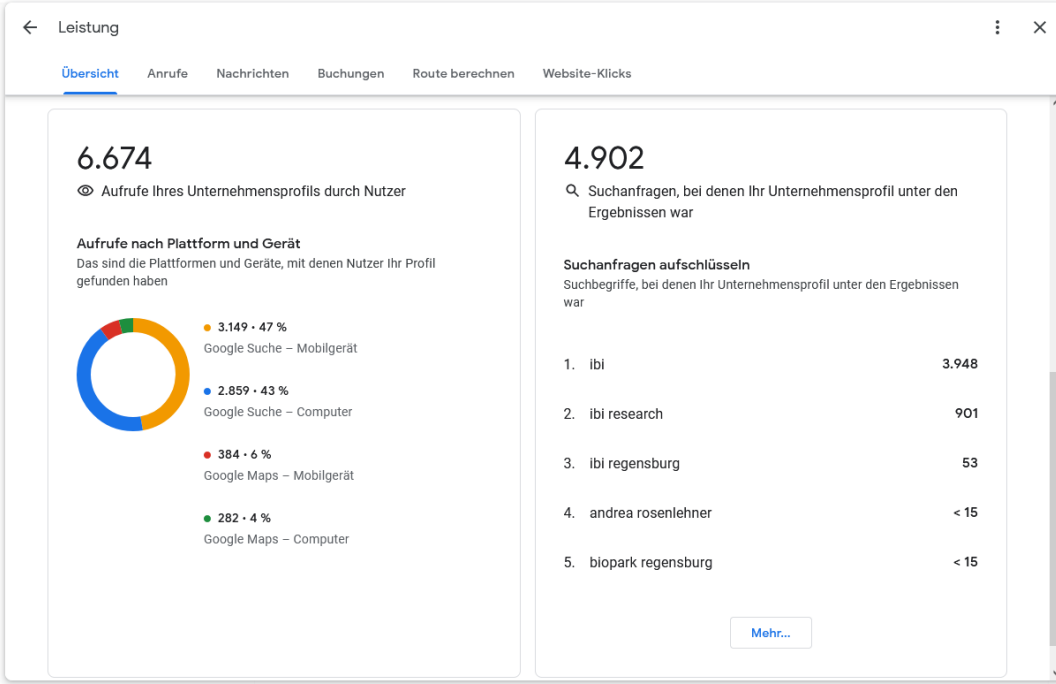
Google Statistiken
Gewinnung von Informationen zur Optimierung

Weitere Informationen gewinnen…

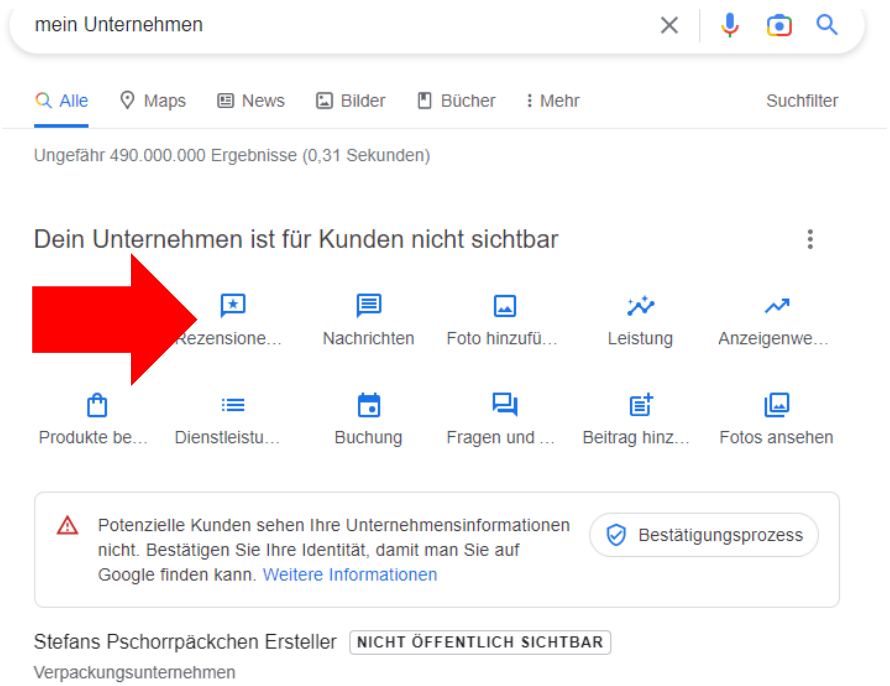
- Wegbeschreibungen
- Telefonanrufe
- Stoßzeiten
- Fotoaufrufe und Anzahl der Fotos

Google Statistiken wird überarbeitet; sind etwas übersichtlicher und bieten zusätzliche Funktionen:

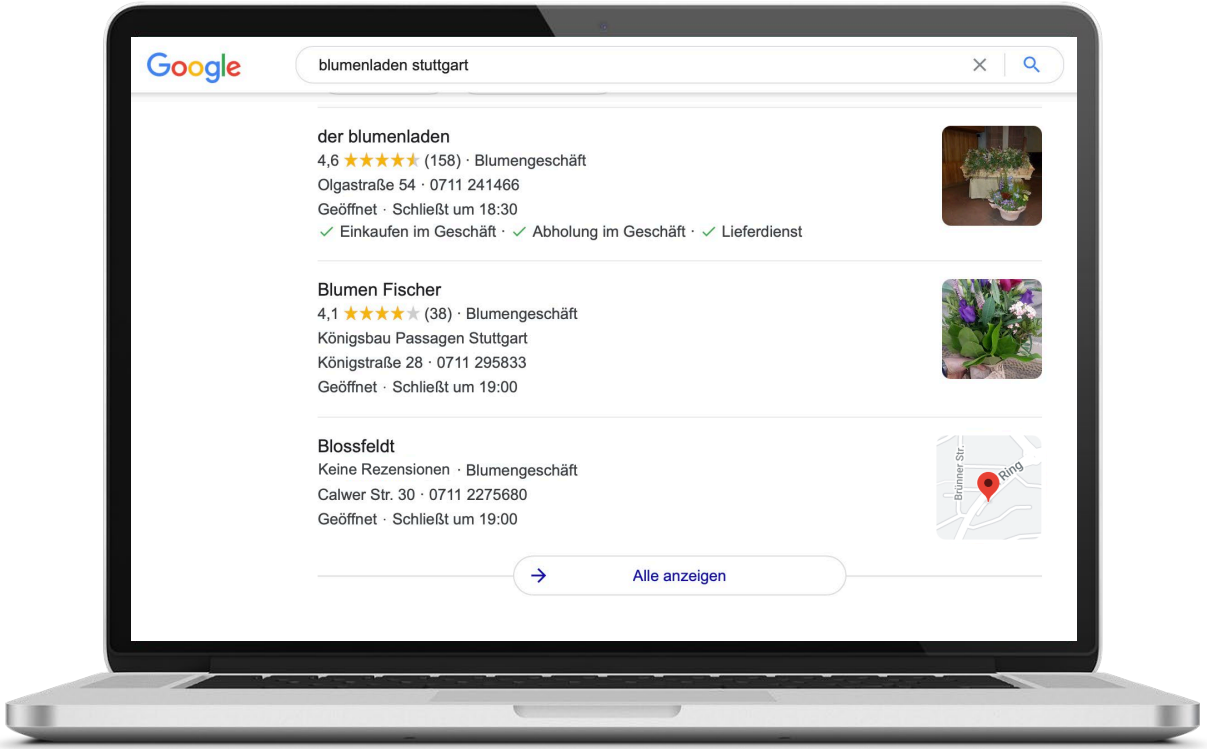
- Suchanfragen: Hier sehen Sie, nach welchen Begriffen Nutzer gesucht haben, um Ihren Eintrag angezeigt zu bekommen.
- Außerdem sehen Sie die Anzahl der Aufrufe Ihres Unternehmensprofils, aufgeschlüsselt nach Plattformen und Geräten.



4. Verwaltung von Rezensionen



Rezensionen als Erfolgsfaktor



Rezensionen als Erfolgsfaktor

! Einer der wichtigsten Einflussfaktoren für das Ranking Ihres Eintrags bei Google!

1. **Fragen** Sie Ihre Kunden **aktiv** nach einer Bewertung auf Google – mit einem **Anreiz** im Geschäft oder per **E-Mail**
2. Machen Sie es Ihren Kunden so **einfach und bequem** wie möglich – nutzen Sie **Verlinkungen** und **QR-Codes**
3. Bewertungen dienen auch **anderen Kunden** und nicht nur dem Unternehmen
4. **Reagieren** Sie auf Bewertungen – auch auf **negative**!

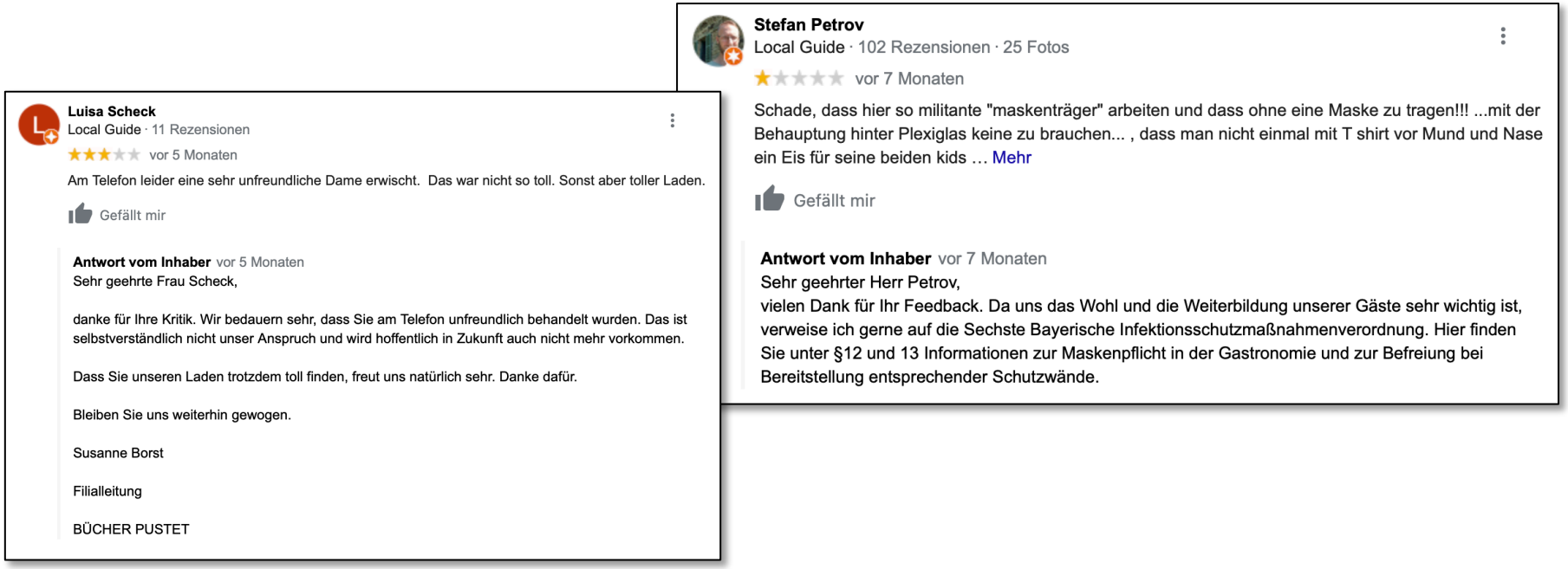
Rezensionen als Erfolgsfaktor

4 **Reagieren** Sie auf Bewertungen – auch auf **negative**!

- **Schnell** reagieren
- **Kurz** und **prägnant** antworten
- **Individuelle** Antworten
- Für konstruktives Feedback **bedanken**
- Ggf. **entschuldigen** und **Lösungsweg** vorschlagen
- **Sachlich** bleiben – keine Rechtfertigung!

Rezensionen als Erfolgsfaktor

4 **Reagieren** Sie auf Bewertungen – auch auf **negative**!



Stefan Petrov
Local Guide · 102 Rezensionen · 25 Fotos

vor 7 Monaten

Schade, dass hier so militante "maskenträger" arbeiten und dass ohne eine Maske zu tragen!!! ...mit der Behauptung hinter Plexiglas keine zu brauchen... , dass man nicht einmal mit T shirt vor Mund und Nase ein Eis für seine beiden kids … Mehr

Gefällt mir

Antwort vom Inhaber vor 7 Monaten
Sehr geehrter Herr Petrov,
vielen Dank für Ihr Feedback. Da uns das Wohl und die Weiterbildung unserer Gäste sehr wichtig ist, verweise ich gerne auf die Sechste Bayerische Infektionsschutzmaßnahmenverordnung. Hier finden Sie unter §12 und 13 Informationen zur Maskenpflicht in der Gastronomie und zur Befreiung bei Bereitstellung entsprechender Schutzwände.

Luisa Scheck
Local Guide · 11 Rezensionen

vor 5 Monaten

Am Telefon leider eine sehr unfreundliche Dame erwischt. Das war nicht so toll. Sonst aber toller Laden.

Gefällt mir

Antwort vom Inhaber vor 5 Monaten
Sehr geehrte Frau Scheck,

danke für Ihre Kritik. Wir bedauern sehr, dass Sie am Telefon unfreundlich behandelt wurden. Das ist selbstverständlich nicht unser Anspruch und wird hoffentlich in Zukunft auch nicht mehr vorkommen.

Dass Sie unseren Laden trotzdem toll finden, freut uns natürlich sehr. Danke dafür.

Bleiben Sie uns weiterhin gewogen.

Susanne Borst

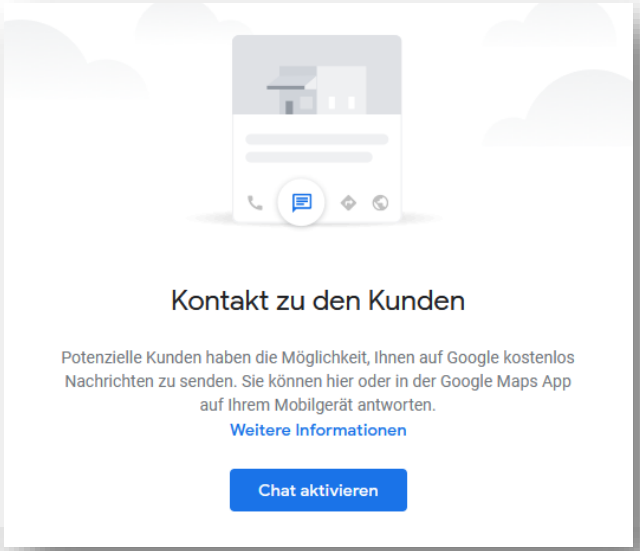
Filialleitung

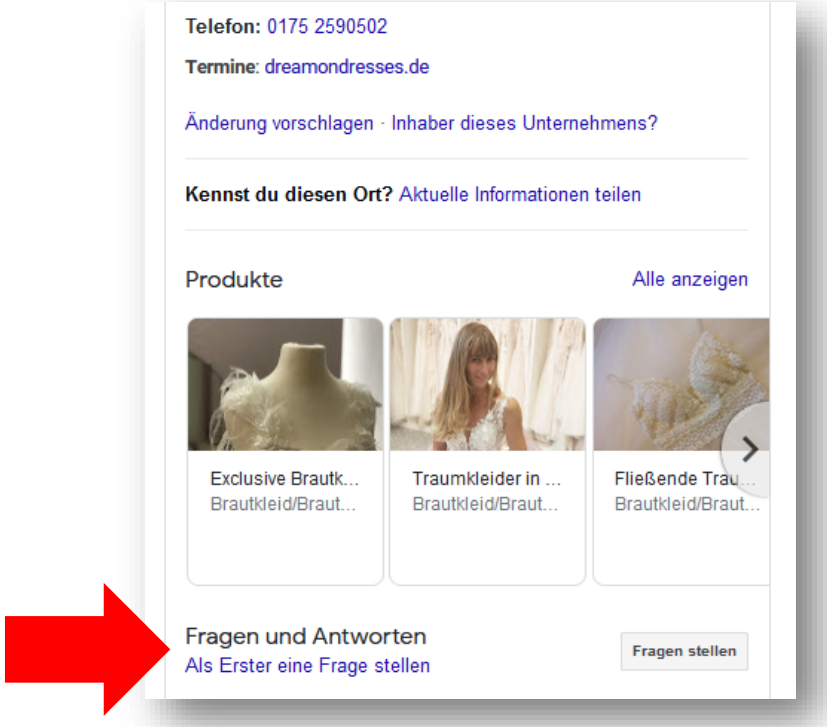
BÜCHER PUSTET

Tipp: Chat aktivieren für direkten Kundenkontakt

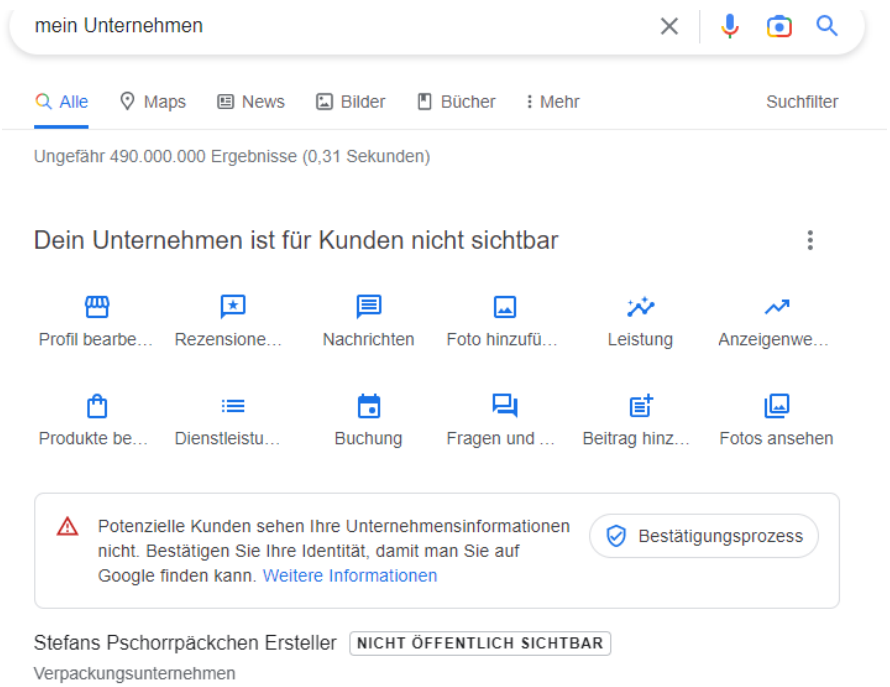
Kundeninteraktion ermöglichen

- Bereich für **Fragen und Antworten (Q&A)**
- Direkter Kundenkontakt über die **Chat-Funktion**



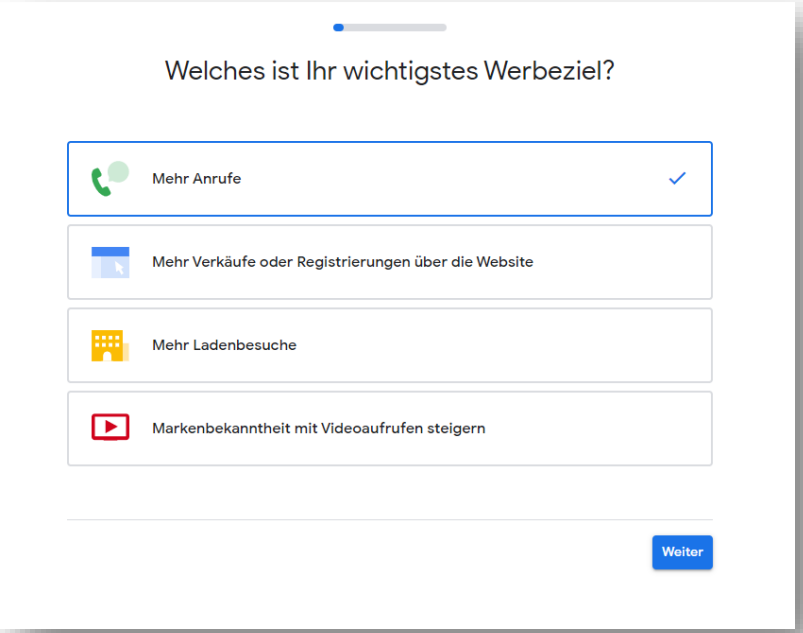


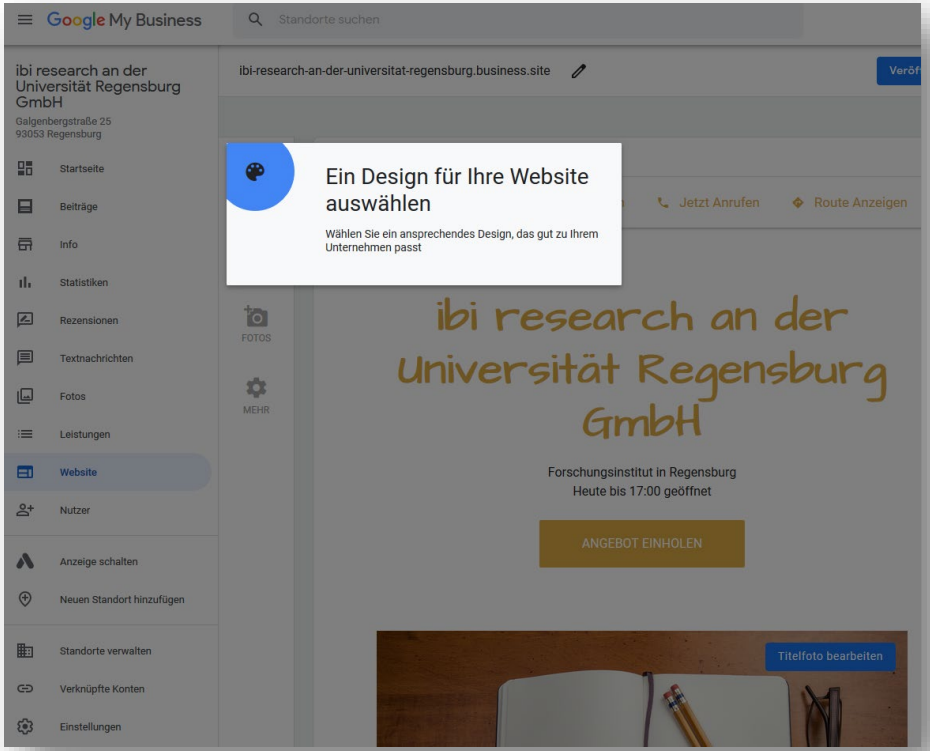
5. Verwaltung von weiteren Funktionen



Erweiterte Funktionalitäten

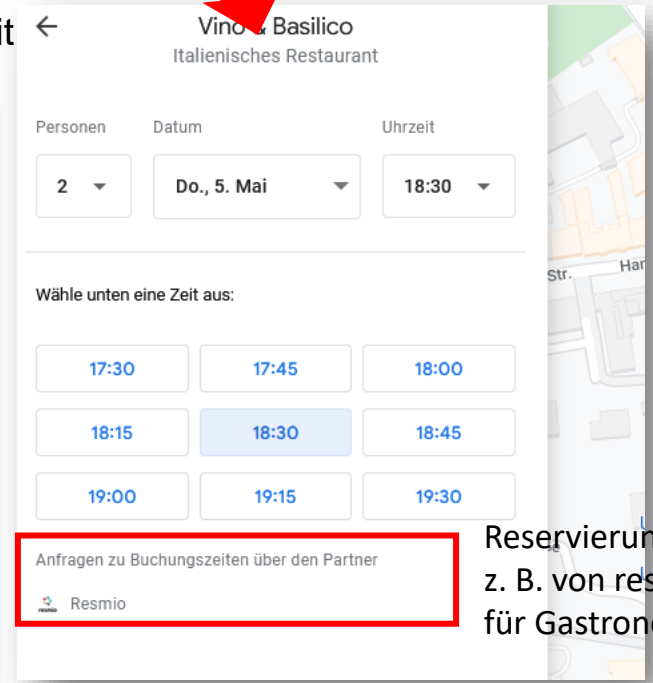
Werbeanzeigen oder eine Website erstellen





Weitere Tipps – Reservierungen & Bestellungen

! **Wichtige Informationen** wie Kontaktangaben gut ersichtlich pflegen für eine einfache Erreichbarkeit



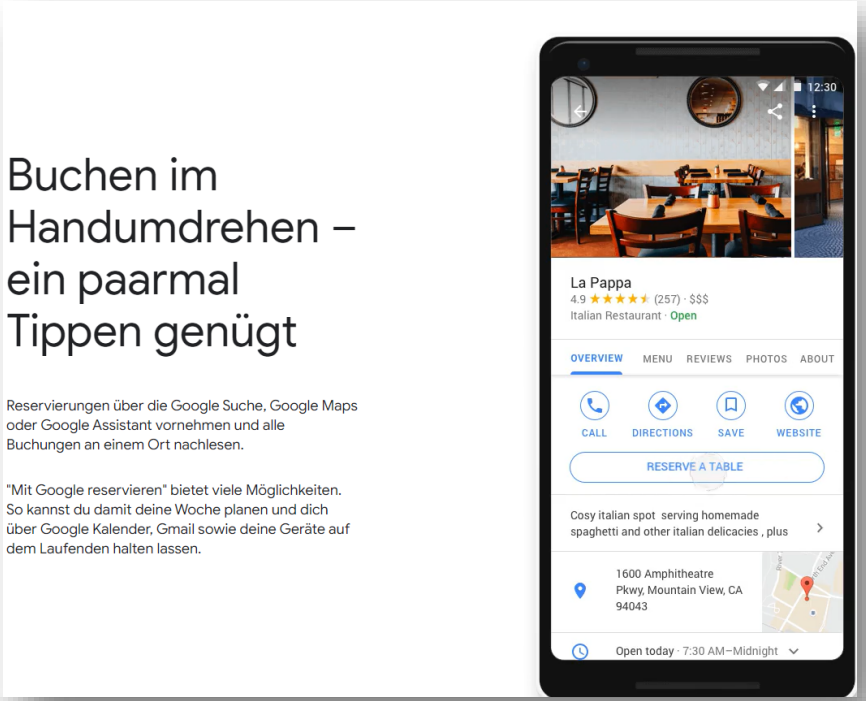
Reservierungstool:
z. B. von resmio -> speziell für Gastronomie

Weitere Tipps - Reservierung mit „Google“

Weitere Informationen finden Sie direkt bei Google

- Buchungsfunktionalität
- Integration mit Google Kalender

Mit Google reservieren



Google Unternehmensprofile: Zusammenfassung

5 Dinge, die Sie heute mitnehmen sollen…

1 Ein Google Unternehmensprofil ist eine einfache Möglichkeit zur Verbesserung Ihrer **digitalen Sichtbarkeit**!

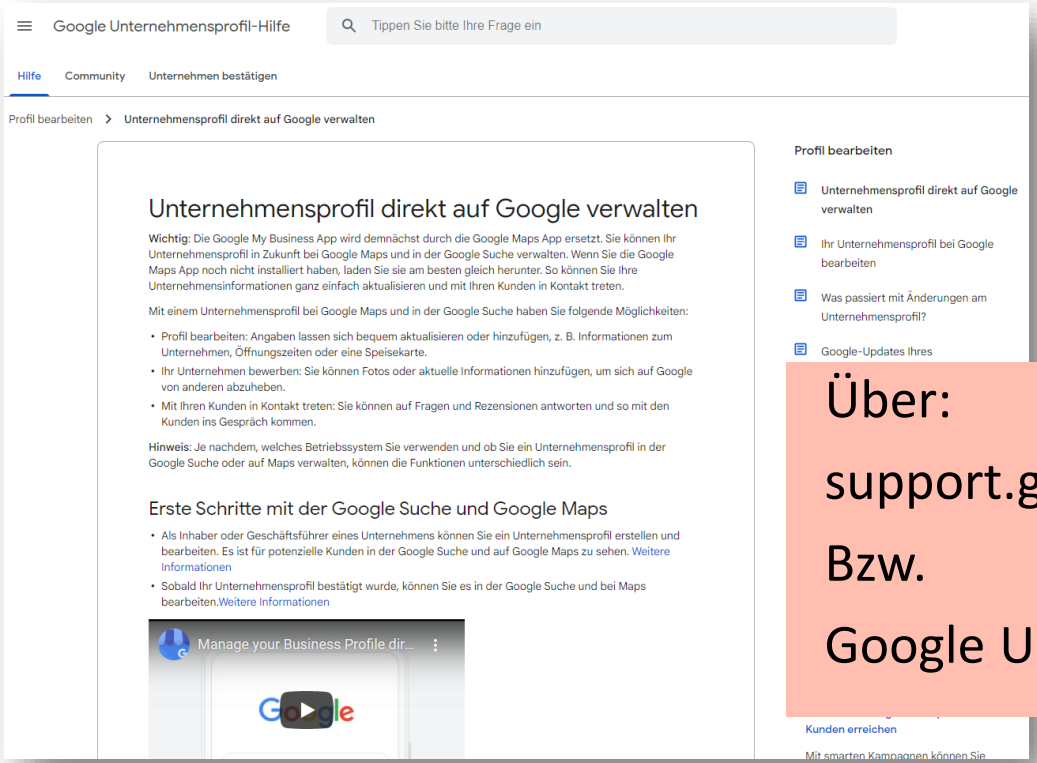
2 An Google führt kein Weg dran vorbei – **hier müssen Sie gefunden werden!**

3 Der **erste Eindruck** zählt – mit Google Business Profile vielleicht noch vor der eigenen Webseite!

4 **Kostenlos**…

5 … aber investieren Sie in die **Pflege** und **Aktualität** des Eintrags!

Hilfestellungen



Über:

support.google.com

Bzw.

Google Unternehmensprofil-Hilfe

Culinary Coffee eG

Website | Wegbeschreibung | Speichern

5,0 ★★★★★ 5 Google-Rezensionen

Kaffeeröster

Adresse: Bildungscampus 4, 74076 Heilbronn

Änderung vorschlagen · Inhaber dieses Unternehmens?

Fehlende Informationen hinzufügen

Telefonnummer hinzufügen

Öffnungszeiten hinzufügen

Kennst du diesen Ort? Aktuelle Informationen teilen

Bielriet Falknerei

Website | Wegbeschreibung | Speichern

5,0 ★★★★★ 43 Google-Rezensionen

Tierpark in Wolpertshausen, Baden-Württemberg

Adresse: Hauptstraße 17-19, 74549 Wolpertshausen

Telefon: 0162 4313584

Änderung vorschlagen · Inhaber dieses Unternehmen

Fehlende Informationen hinzufügen

Öffnungszeiten hinzufügen

Kennst du diesen Ort? Aktuelle Informationen teilen

Produkte

Schnupperstunde
69,00 €

Fotoshooting
250,00 €

Vorübergehend geschlossen

Sebastian Schuh Consulting

Website | Wegbeschreibung | Speichern

Schuhgeschäft in Starnberg, Bayern

Adresse: An d. Karlsburg 11, 82319 Starnberg

Telefon: 08151 448959

Änderung vorschlagen · Inhaber dieses Unternehmens?

Fehlende Informationen hinzufügen

Öffnungszeiten hinzufügen

Fragen und Antworten

Als Erster eine Frage stellen

Fragen stellen

An mein Smartphone senden

Senden

Was muss man rechtlich beachten?

Die Google Unternehmensprofil-Richtlinien

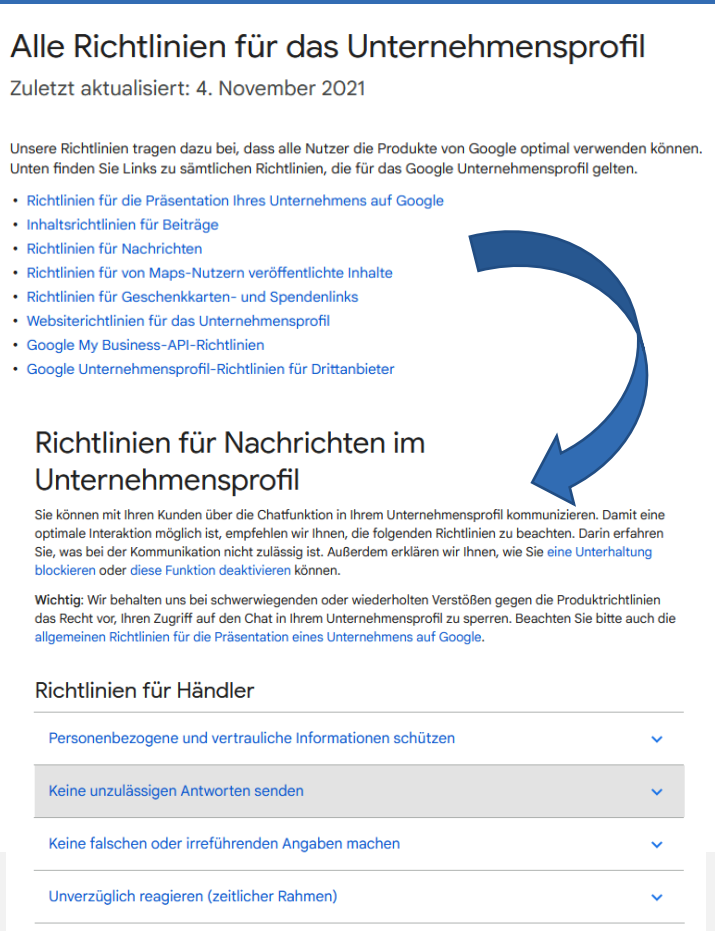
https://support.google.com/business/answer/7353941?hl=de

z. B. Geschäftsinhaber haben die Möglichkeit, auf Rezensionen ihres Geschäfts/Unternehmens auf Google zu antworten. Drittanbieter/Dienstleister dürfen nur dann im Namen des Endkunden auf Rezensionen antworten, wenn Sie zuvor dazu autorisiert wurden. Alle Antworten müssen den Richtlinien für von Maps-Nutzern veröffentlichte Inhalte entsprechen.

Falsche, irreführende oder unrealistische Behauptungen sowie belästigendes, beleidigendes oder unseriöses Verhalten sind nicht gestattet!

Und viele mehr…

Bei wiederholten Richtlinienverstoß oder schwerwiegenden Verstößen entziehen wir Ihnen unter Umständen die Verwaltung eines Unternehmensprofils und benachrichtigen Ihre Kunden darüber.



Alle Richtlinien für das Unternehmensprofil

Zuletzt aktualisiert: 4. November 2021

Unsere Richtlinien tragen dazu bei, dass alle Nutzer die Produkte von Google optimal verwenden können. Unten finden Sie Links zu sämtlichen Richtlinien, die für das Google Unternehmensprofil gelten.

- Richtlinien für die Präsentation Ihres Unternehmens auf Google
- Inhaltsrichtlinien für Beiträge
- Richtlinien für Nachrichten
- Richtlinien für von Maps-Nutzern veröffentlichte Inhalte
- Richtlinien für Geschenkkarten- und Spendenlinks
- Websiterichtlinien für das Unternehmensprofil
- Google My Business-API-Richtlinien
- Google Unternehmensprofil-Richtlinien für Drittanbieter

Richtlinien für Nachrichten im Unternehmensprofil

Sie können mit Ihren Kunden über die Chatfunktion in Ihrem Unternehmensprofil kommunizieren. Damit eine optimale Interaktion möglich ist, empfehlen wir Ihnen, die folgenden Richtlinien zu beachten. Darin erfahren Sie, was bei der Kommunikation nicht zulässig ist. Außerdem erklären wir Ihnen, wie Sie eine Unterhaltung blockieren oder diese Funktion deaktivieren können.

Wichtig: Wir behalten uns bei schwerwiegenden oder wiederholten Verstößen gegen die Produktrichtlinien das Recht vor, Ihren Zugriff auf den Chat in Ihrem Unternehmensprofil zu sperren. Beachten Sie bitte auch die allgemeinen Richtlinien für die Präsentation eines Unternehmens auf Google.

Richtlinien für Händler

- Personenbezogene und vertrauliche Informationen schützen
- Keine unzulässigen Antworten senden
- Keine falschen oder irreführenden Angaben machen
- Unverzüglich reagieren (zeitlicher Rahmen)

Agenda

1 Über ibi research & die Förderinitiative

2 Google Unternehmensprofil – Wie gelingt der Einstieg?

3 Google Unternehmensprofil – wichtige Funktionen nutzen

4 Fragen und Diskussion

Kommende Webinare

- 18.01.2023 | 08:30 Uhr | Einstieg in den E-Commerce – Jetzt online durchstarten!
- 19.01.2023 | 08:30 Uhr | Ohne Warenwirtschaft geht es nicht – so finden Händler das passende System
- 24.01.2023 | 08:30 Uhr | Vertriebskanal Online-Shops – von der Idee bis zur Umsetzung
- 25.01.2023 | 08:30 Uhr | Alles was Recht ist: Was Sie beim Internetauftritt rechtlich beachten sollten
- 26.01.2023 | 08:30 Uhr | Vertrieb über Marktplätze – Chancen, Herausforderungen und erste Schritte
- 31.01.2023 | 08:30 Uhr | Facebook und Instagram – der Einstieg
- 02.02.2023 | 08:30 Uhr | Verkaufen über Facebook, Instagram & Co.
- 07.02.2023 | 08:30 Uhr | WhatsApp-Business als Händler erfolgreich nutzen
- 09.02.2023 | 08:30 Uhr | Einstieg in die Suchmaschinenoptimierung
- und weitere: https://www.stmwi.bayern.de/erfolgreich-handeln/veranstaltungskalender/

Fragen?

Kontakt

Stefan Plötz

stefan.ploetz@ibi.de

Tel.: 0941 943-1880

ibi research an der Universität Regensburg GmbH

0941 943 1901

www.ibi.de

Galgenbergstraße 25
93053 Regensburg