

Was Sie über Local SEO wissen sollten?

Sobald Sie etwas über SEO lesen, geht es immer darum, eine optimale Position beim Google-Ranking zu erlangen und bei lokalem SEO wird zusätzlich im geografischen Umfeld nach dem optimalen Unternehmen gesucht. Dank des lokalen SEOs wird dem Nutzer bei der Suche nicht nur das optimale und passende Unternehmen angezeigt, sondern zusätzlich ein Unternehmen herausgesucht, das in der unmittelbaren Nähe ist. Dabei arbeitet nicht nur Google mit diesem SEO-Tracking, sondern auch Bing und ähnliche Dienste greifen auf diese Funktion zurück. Aus diesem Grund ist es sehr wichtig, dass Sie Ihr Unternehmen richtig eintragen und neben dem Branchenverzeichnis auch kostenlose Dienste wie Google My Business nutzen. Sobald Sie sich hier ein Konto erstellt haben, können Sie nicht nur Werbung für Ihr Unternehmen machen, sondern auch direkt überprüfen, wieviel Kunden auf Ihre Seite zugreifen, und damit erhalten Sie ein tolles Steuerungselement.

Hintergrundwissen Local SEO

In den letzten Jahren hat die Bedeutung der Platzierung im Internet sehr zugenommen, und aus diesem Grund können Sie sich als Unternehmer im Prinzip davor gar nicht mehr sperren und müssen immer dann mit diesem Trend gehen, wenn Sie Ihr Unternehmen an die Spitze bringen möchten oder den schon erlangten Platz erhalten möchten. Die Wichtigkeit erkennen Sie einfach daran, dass fast jeder Kunde über die Google-Suche zum Ziel der Suche gelangt. Um später über die lokale Suche gefunden zu werden, müssen Sie auf Ihrer Webseite aber für die passenden SEO-Begriffe sorgen, denn nur dann werden Sie später auch über Google und andere Dienste gefunden. Welche SEO-Begriffe Ihr Unternehmen nach vorne bringen, können Sie entweder über sogenannte SEO-Tools herausfinden oder Sie beauftragen einen SEO-Spezialisten, der Ihnen an dieser Stelle passende Texte zur Verfügung stellen kann. Wenn Sie sich selbstständig mit der Optimierung Ihrer Seite beschäftigen möchten, dann sollten Sie sich zusätzlich mit dem Thema On-Page- und Off-Page-Optimierung beschäftigen.

Was bedeutet On-Page-Optimierung?

Hinter dem Begriff der On-Page-Optimierung verbergen sich alle Faktoren, die später für die Suchmaschinenoptimierung sorgen sollen. Also alle Maßnahmen, Keywords, Verlinkungen, Bilder, Texte, Überschriften, die Domain und selbst die URL wird so aufs Unternehmen abgestimmt, dass Sie später bei einem relevanten Keyword Ihres Unternehmens direkt gefunden werden und Kunden so direkt zu Ihnen gelangen können. Wichtig ist in diesem Zusammenhang, immer auf die richtige Dosierung zu achten, denn zu viel verwendete Keywords werden mittlerweile durch Google eher negativ bewertet und bringen Sie nicht an die Spitze der Suchanzeigen. Bei der On-Page-Optimierung ist aber auch die interne Verlinkung auf Ihrer Webseite entscheidend und wichtig. Achten Sie also beim Aufbau Ihrer Homepage auf die Verwendung von Keywords in Ihren Überschriften, in den Meta-Tags, in Ihren Text-Inhalten, im HTML-Code und vor allem in der SEO-Seitenbeschreibung.

Kurzerläuterung der Off-Page-Faktoren

Bei dem Begriff der Off-Page-Optimierung handelt es sich um das Gegenstück zur On-Page-Optimierung und umfasst alle Faktoren, die abseits der eigentlichen Homepage eingerichtet werden. Hier geht es darum Links aufzubauen, die später wieder zur eigenen Homepage führen. Das sogenannte Link-Building soll genutzt werden, um ein Netzwerk aufzubauen und eine weitere Fläche für Werbung des eigenen Unternehmens zu schaffen. In dem Zusammenhang sind es Backlinks oder öffentliche Profile, die wieder auf Ihr Unternehmen verweisen. Sogenannte Social Signals erzielen Sie über Profile bei Facebook, Twitter, Instagram oder auch auf Google. Hier sollten Sie sich aber mit regelmäßigen Tweets beschäftigen, damit Sie hier auch eine zusätzliche Reichweite erzielen können.

Für wen ist Local SEO geeignet?

Die Verwendung von Local SEO sollten Sie immer dann in Betracht ziehen, wenn Ihr Unternehmen die Zielgruppe im regionalen Bereich ausgerichtet hat. Hierbei meinen Fachleute kleine bis mittelständische Unternehmen, die mit Hilfe dieses Steuerelements Ihren Bekanntheitsgrad erweitern möchten. Doch selbst wenn Ihr Unternehmen dank des Internets auch überregional die Kunden erreichen möchte, so sollten Sie auf keinen Fall die Werbung im unmittelbaren Firmenumfeld unterschätzen. Die regionale Werbung und Erreichbarkeit wird Ihnen helfen, über Mundpropaganda weitere Kunden zu akquirieren, die Sie ohne den Einsatz von Local SEO nicht erreichen werden. Bieten Sie Ihren Kunden Bewertungssysteme an, per Link oder direkt auf Ihrer Homepage, damit Ihre zufriedenen Kunden diese auch im Internet teilen können.

Fazit: Egal, welches Unternehmen Sie unterhalten, Sie sollten sich immer für Local SEO entscheiden und mit Hilfe von Kundenrezensionen bzw. positiven Bewertungen auf sich und Ihr Unternehmen aufmerksam machen. Führen Sie Kunden auf Ihre Homepage und machen Sie damit Schritt für Schritt Ihr Unternehmen erfolgreich, schon alleine, weil Sie die Reichweite Ihrer Firma erhöhen.