

Social Media für Dachdecker

Teil 1: Gefunden werden bei Google

Köln, 20. Mai 2016

Google ist eine der wichtigsten Webseiten überhaupt – für die eigene Suche, aber auch für Unternehmen, die gefunden werden wollen. Für Dachdecker, die ihr Unternehmen und ihre Dienstleistungen online anbieten, ist es interessant zu wissen, dass monatlich rund 40.500 Suchanfragen bei Google „Dachdecker“ lauten und 4.400 nach „dachdecken“ suchen. Hier lohnt es sich mit einer durchdachten Online-Strategie die oberen Plätze bei Google zu erobern.

Marketing mit Google AdWords

Die Werbeanzeigen auf Google AdWords eignen sich ausgezeichnet zur Kundengewinnung: Mit wenig Aufwand kann man Werbekampagnen einrichten und dabei relevante Suchbegriffe („Dachdecker München, Dachdecker Kosten, Dach decken“) im Einzugsgebiet des Betriebs schalten, also individuell zugeschnitten und ohne Streuverluste. Für die regionale Werbung mit AdWords zahlt man nur, wenn jemand auf die Werbung klickt. Den Höchstbetrag, den man ausgeben will, legt man selbst fest. Regionale Werbung mit Google AdWords zahlt sich in der Regel um ein Vielfaches aus und gilt derzeit als eine der wirksamsten Arten der Online-Werbung für Handwerker.

Kunden gewinnen mit Google Maps

Auch Google Maps sind eine interessante Alternative. Gibt man zum Beispiel bei Google zum Beispiel

„Dachecker + Köln“ ein, erscheinen die Google Maps-Kartenergebnisse in der Regel noch oberhalb der natürlichen Suchergebnisse, direkt unter den bezahlten Anzeigen. Allerdings werden je Suchanfrage nur maximal sieben Google Maps-Einträge angezeigt. Kunden finden das Unternehmen über die Google-Suche, in Google Maps oder auf Google+. Die Anzeige der Ergebnisse ist kostenlos, man muss nur sich bei Google My

Business mit seinen Unternehmensdaten eintragen. Per Post erhält man dann einen Bestätigungscod, um die Angaben freizuschalten. So wird Missbrauch verhindert.



Suchmaschinenoptimierung für Google Maps

Bei dem sogenannten Listing Optimization ist es wichtig, viele sinnvolle Informationen über den Betrieb und die angebotenen Dienstleistungen unterzubringen und so den Eintrag für Google möglichst relevant und informativ zu gestalten. Die Integration der relevanten Suchwörter ist ebenso wichtig wie das vollständige Ausfüllen möglichst aller Felder.

Fotos und Videos hochzuladen und Details zu den angebotenen Dienstleistungen anzugeben, hilft ebenfalls, nach ganz oben zu kommen. Google berücksichtigt in der lokalen Suche die Nennung des Unternehmensnamens in Verbindung mit dessen URL – also zum Beispiel www.dachdecker.de und der Telefonnummer auf anderen Seiten. Einträge in Branchenbüchern sowie Firmenverzeichnissen unterstützen bei der Auffindbarkeit im Netz und helfen, den Unternehmenseintrag seriös und vertrauensvoll aussehen zu lassen. Google behandelt übrigens alle Städte und Unternehmensarten gleich. Je mehr Bewertungen, Erwähnungen, weitere Orte oder Informationen im Eintrag, desto besser.



**Teil 2 im nächsten zvdh-kompakt:
Werbekampagne auf Facebook**

Herausgeber:

Zentralverband des Deutschen Dachdeckerhandwerks e.V., Fritz-Reuter-Straße 1, 50968 Köln
☎ 0221-398038-0 📠 0221-398038-99 E-Mail zvdh@dachdecker.de Internet www.dachdecker.de
Verantwortlich: Claudia Büttner