

MUSTERANALYSE

Google-Unternehmensprofil eines regionalen Handwerksbetriebes

So arbeitet AKKOC: verständlich, menschlich und mit Blick auf Kunden, Mitarbeitende, Partner, Region und Zukunft.

Wichtiger Hinweis

Diese Analyse ist ein fiktives Beispiel zur Darstellung unserer Arbeitsweise. Sie bezieht sich nicht auf ein reales Unternehmen und enthält keine erfundenen Kundendaten.

01 · Ausgangslage

Gute Arbeit ist vorhanden. Ihr Wert wird noch nicht vollständig sichtbar.

Der beispielhafte Betrieb leistet offenbar gute Arbeit und besitzt bereits ein Google-Unternehmensprofil. Die wichtigsten Kontaktdaten sind vorhanden, erste Bewertungen fallen positiv aus und der Betrieb ist grundsätzlich auffindbar.

Trotzdem zeigt das Profil noch nicht klar genug, warum Kunden gerade diesen Betrieb wählen sollten. Leistungen bleiben allgemein, aktuelle Einblicke fehlen und regionale Stärken werden nicht deutlich genug sichtbar.

Der Betrieb ist bei Google vorhanden - aber sein tatsächlicher Wert wird noch nicht vollständig gezeigt.

Bereits vorhanden	Erkennbares Potenzial
Google-Profil, Kontaktdaten, erste Bewertungen und eine verlinkte Website.	Klarere Leistungen, bessere regionale Einordnung, aktuelle echte Fotos und persönlichere Bewertungsantworten.

Unser Blick geht weiter als bis zu einzelnen Formularfeldern. Wir betrachten, welchen Eindruck das gesamte Profil bei verschiedenen Menschen hinterlässt.

02 · Regionale Sichtbarkeit

Auf Google Maps existent sein - und in der Region richtig verstanden werden.

Ein Google-Unternehmensprofil bestätigt zunächst etwas sehr Grundlegendes: Dieses Unternehmen gibt es wirklich, es ist erreichbar und in der Region tätig. Gerade nach einer persönlichen Empfehlung suchen viele Menschen den Betrieb anschließend bei Google.

Im Musterprofil wird das tatsächliche Tätigkeitsgebiet noch nicht verständlich genug. Auch Hauptkategorie, ergänzende Kategorien und einzelne Leistungen sollten geprüft werden. Profil, Website und regionale Ausrichtung müssen zusammenpassen.

Es geht nicht darum, möglichst viele Ortsnamen oder Suchbegriffe unterzubringen. Google und Kunden sollen schnell erkennen: Was bietet der Betrieb an? Für wen? In welcher Region? Und wie geht es weiter?

Was wir prüfen

Kategorien & Leistungen	Passen Hauptkategorie, Zusatzkategorien und Leistungsangaben tatsächlich zum Betrieb?
Region & Einzugsgebiet	Ist verständlich, in welchen Orten und Regionen der Betrieb tätig wird?
Kontakt Daten & Wege	Sind Website, Telefonnummer, Öffnungszeiten und nächster Schritt aktuell und unkompliziert?
Bilder & Aktualität	Zeigen echte aktuelle Fotos die Arbeit, Menschen und Qualität des Betriebes?
Bewertungen	Werden Erfahrungen sichtbar, wertschätzend beantwortet und rechtmäßig gewonnen?

03 · Außenwirkung

Ein Profil spricht nicht nur mit Kunden.

Google wird von unterschiedlichen Menschen genutzt. Deshalb betrachten wir nicht nur Suchbegriffe, sondern die Wirkung auf alle wichtigen Beziehungen des Unternehmens.

1

Kunden

Echte Fotos, verständliche Leistungen und aktuelle Informationen schaffen Vertrauen vor dem ersten Kontakt.

2

Mitarbeitende

Mögliche Bewerber erkennen, ob der Betrieb modern, ordentlich, menschlich und als Arbeitgeber interessant wirkt.

3

Geschäftspartner

Lieferanten und Kooperationspartner gewinnen einen Eindruck von Verlässlichkeit, Qualität und regionaler Stärke.

4

Empfehlungen

Wer einer Empfehlung folgt und den Betrieb sucht, findet eine Außenwirkung, die den positiven Hinweis bestätigt.

Dafür braucht es keinen Influencer-Auftritt, keine Reels und keinen künstlichen Veröffentlichungsdruck. Wenige gute, echte und regelmäßig erneuerte Fotos können vollkommen ausreichen.

Zielbild

Heute entsteht möglicherweise nur der Eindruck: „Diesen Betrieb gibt es.“ Zukünftig sollte die Wirkung lauten: „Dieser Betrieb versteht mein Anliegen, arbeitet zuverlässig und ist in meiner Region erreichbar.“

04 · Prioritäten

Nicht alles gleichzeitig. Zuerst das, was nachvollziehbar Wirkung verspricht.

1. Grundlagen ordnen

Kategorien, Leistungen, Einzugsgebiet, Öffnungszeiten, Kontaktdaten und Verlinkungen prüfen.

2. Nutzen verständlich machen

Leistungen so formulieren, dass Kunden nicht nur Fachbegriffe sehen, sondern ihren Vorteil verstehen.

3. Echte Einblicke zeigen

Eine kleine Auswahl aktueller Fotos von Arbeit, Betrieb und - mit Zustimmung - Menschen veröffentlichen.

4. Bewertungen wertschätzen

Vorhandene Bewertungen persönlich beantworten und einen fairen Prozess für freiwillige neue Bewertungen schaffen.

5. Marktbegleiter verstehen

Stärken und wiederkehrende Kritikpunkte beobachten, Fehler vermeiden und passende eigene Verbesserungen entwickeln.

Wer nur kopiert, hat nichts kapiert. Wir beobachten gute Ideen, verstehen ihren Nutzen und passen sie ehrlich an den eigenen Betrieb und seine Region an.

05 · Zukunft & Unternehmenswert

Gute Arbeit schafft Wert. Gute Außenwirkung macht ihn erkennbar.

Nach einer sorgfältigen Umsetzung kann der Betrieb bei relevanten regionalen Suchen vollständiger und überzeugender erscheinen. Interessenten erhalten schneller Orientierung. Kunden gewinnen leichter Vertrauen. Mögliche Mitarbeitende erleben einen attraktiveren ersten Eindruck. Geschäftspartner erkennen klarer, wofür das Unternehmen steht.

Ein professioneller digitaler Auftritt ist kein Ersatz für gute Zahlen, verlässliche Abläufe oder einen stabilen Kundenstamm. Er kann aber dazu beitragen, vorhandene Werte nach außen sichtbar zu machen.

Regionale Bekanntheit, glaubwürdige Bewertungen, eine klare Positionierung und erkennbare Arbeitgeberattraktivität können das Unternehmen auch für Nachfolger, mögliche Käufer, Finanzierer und Kooperationspartner interessanter machen.

Ein Google-Unternehmensprofil ist nicht nur ein Eintrag auf einer Karte. Es ist Schaufenster, Vertrauensbeweis, Bewerbermagnet und digitale Visitenkarte zugleich.

Realistische Einordnung

Eine bestimmte Platzierung, Anzahl von Anfragen oder wirtschaftliche Entwicklung kann nicht garantiert werden. Wir können jedoch dafür sorgen, dass ein Unternehmen seine vorhandenen Chancen nicht unnötig verschenkt.

Sie erhalten die Analyse, Prioritäten und verständlichen Empfehlungen. Die Umsetzung kann selbst, intern oder durch einen Dienstleister Ihrer Wahl erfolgen.	Wenn Unterstützung gewünscht ist und Kapazitäten verfügbar sind, vereinbaren wir Umfang, Festpreis und möglichen Beginn separat und transparent.

Kein Abo. Kein Verkaufsdruck. Keine künstliche Abhängigkeit.