

Dein Google-Eintrag in fünf Minuten

Du trägst ein, was in deinem Google-Profil steht, und deine letzten Bewertungen dazu. Die KI sucht die Stellen, an denen jemand abspringt, der dich gerade mit zwei anderen vergleicht, und schreibt die Antworten, die du schuldig geblieben bist.

1

Eintrag abschreiben

Name, Kategorie, Öffnungszeiten, Beschreibung, Anzahl der Fotos, Sterne und die letzten fünf Bewertungen.

2

Prompt einfügen

Seite 3 enthält nur den Prompt. Markieren, kopieren, die vier Klammern ausfüllen.

3

Antworten einstellen

Erst die unbeantworteten Bewertungen. Alles andere kann warten.

Die meisten sehen deinen Google-Eintrag, bevor sie dich sehen.

Jemand sucht deine Branche und deine Stadt, bekommt drei Einträge nebeneinander und entscheidet in zwanzig Sekunden, wen er anruft. Gelesen werden die Sterne, die letzte Bewertung, ob jemand geantwortet hat, und ob das Foto nach heute aussieht.

Der Eintrag steht da, seit ihn irgendwann jemand angelegt hat

Bei den meisten Geschäften ist das Jahre her. Die Kategorie stimmt halb, die Beschreibung ist ein Satz aus dem Impressum, die Fotos sind vom Umbau, und die letzte Bewertung steht seit dem Frühjahr unbeantwortet da. Jeder Punkt für sich ist harmlos. Zusammen reichen sie, damit jemand den Eintrag daneben anruft.

Das Problem dabei: Du siehst deinen Eintrag nie so, wie ihn jemand sieht, der dich nicht kennt. Du suchst nach deinem Namen und findest dich. Deine Kundschaft sucht nach deiner Branche und findet drei.

Genau diesen Vergleich übernimmt der Prompt auf der nächsten Seite.

Der Prompt

Du bist mein gnadenlos ehrlicher Berater für lokale Sichtbarkeit. Kein Lob aus Höflichkeit, keine allgemeinen Tipps. Jede Aussage muss sich auf genau meinen Eintrag beziehen.

Mein Geschäft: [was du verkaufst oder anbietest]

Mein Ort: [Stadt, und wie weit Leute zu dir fahren]

Mein Google-Eintrag: [Name, Kategorie, Öffnungszeiten, Beschreibung, Anzahl der Fotos und wie alt das neueste ist, Sterneschnitt, Anzahl Bewertungen]

Meine letzten Bewertungen: [die letzten fünf, mit Sternen und Text, und ob schon jemand geantwortet hat]

Arbeite in diesen fünf Schritten:

1. DER VERGLEICH

Spiel jemanden, der meine Branche plus meine Stadt gesucht hat und jetzt drei Einträge nebeneinander sieht. Meiner ist einer davon. Beschreib in der Ich-Form: Was sehe ich zuerst? Was macht mich stutzig? Rufe ich an oder klicke ich auf den nächsten? Und an welcher Stelle fällt die Entscheidung.

2. DIE DIAGNOSE

Bewerte von 1 bis 10, jede Zahl mit einem Satz Begründung:

- Kategorie: Passt die Hauptkategorie zu dem, was Leute wirklich suchen?
- Name: Steht dort, was ich bin, ohne Stichwortsalat?
- Beschreibung: Sagt sie, was es gibt und für wen, oder beschreibt sie uns?
- Fotos: Sehen sie nach heute aus? Sieht man Menschen und Arbeit?
- Öffnungszeiten: Sind Feiertage und Sonderzeiten gepflegt?
- Bewertungen: Sterne, Menge, wie alt die neueste ist
- Antworten: Wird geantwortet, und klingt es nach einem Menschen?

3. DER GRÖSSTE HEBEL

Nenn mir die EINE Sache, die mich gerade am meisten Anrufe kostet. Nur eine. Dazu: was ich heute daran ändern soll, konkret.

4. DIE ANTWORTEN

Schreib mir für jede unbeantwortete Bewertung eine Antwort. Höchstens vier Sätze, kein Serienbrief, kein Werbesatz am Ende. Bei einer schlechten Bewertung: sachlich, ohne Rechtfertigung, geschrieben für den nächsten Leser und nicht für den, der sich beschwert hat.

Dazu: 2 Vorschläge für eine neue Beschreibung (max. 750 Zeichen) und eine Liste der Fotos, die mir fehlen.

5. DER RÜCK-CHECK

Spiel den Vergleich aus Schritt 1 noch einmal, diesmal mit der neuen Beschreibung und beantworteten Bewertungen. Was ist jetzt anders?

Stell mir am Ende genau eine Rückfrage, falls dir etwas Wichtiges fehlt.

Jetzt kommt der Teil, den die meisten auslassen.

1 Erst die Bewertungen, dann der Rest

Eine beantwortete schlechte Bewertung wirkt stärker als drei neue gute. Gelesen wird deine Antwort, nicht die Beschwerde.

! Auf die schlechte ruhig antworten

Die Antwort schreibst du für den nächsten, der mitliest, nicht für den, der sich beschwert hat. Kurz, sachlich, ohne Rechtfertigung.

🔄 Einmal im Quartal nachschauen

Öffnungszeiten an Feiertagen, neue Fotos, neue Bewertungen. Fünfzehn Minuten, viermal im Jahr.

Woran du merkst, dass es gewirkt hat

- In den Google-Statistiken steigen **Anrufe** und Klicks auf die Route. Die Aufrufe allein sagen dir wenig.
- Neue Bewertungen kommen von selbst, weil Leute sehen, dass geantwortet wird.
- Und der Wert, der am Ende zählt: Jemand steht im Laden und sagt, er habe dich bei Google gefunden. Frag das ruhig aktiv ab.

Gefunden werden ist die eine Hälfte. Bleiben die andere.

Ein gepflegter Eintrag bringt dir die Leute, die ohnehin suchen. Der nächste Schritt sind die, die noch nicht suchen: Inhalt, der sie erreicht, bevor sie einen Bedarf haben.

1

Dein Eintrag

Dieser Check. Einmal sauber, danach viermal im Jahr.

2

Deine Webseite

Wohin der Klick aus dem Eintrag führt, und was dort steht.

3

Deine Reichweite

Die Leute, die dich noch nicht suchen. Inhalt in deiner Region.

Reden wir über deinen Eintrag

Schick uns, was die KI zu deinem Eintrag gesagt hat. Wir sagen dir in einem Gespräch, was wir zuerst anfassen würden, und ob sich dafür überhaupt ein Budget lohnt. Eine Mail an kontakt@fiedler-performance.com genügt.