

12 PUNKTE -PLAN: DEIN OPTIMIERTES GOOGLE MY BUSINESS PROFIL

PUNKT 1

■ VOLLSTÄNDIGE DATEN DER APOTHEKE - NAME, ADRESSE, TELEFONNUMMER

Achte auf vollständige und einheitliche Angaben des korrekten Namens, der Adresse und Telefonnummer Deiner Apotheke. Es ist wichtig, dass alle angegebenen Daten einheitlich mit Deinem Impressum auf Deiner Website und anderen Online-Einträgen – wie zum Beispiel Brancheneinträgen in Yelp u.a. – sind. Google beurteilt einheitliche Daten als Zeichen von Trust / Vertrauen.

PUNKT 2

■ DIE RICHTIGE KATEGORIE: "APOTHEKE" AUSWÄHLEN

Wähle in Deinem Google My Business Profil die richtige Kategorie aus. Google schlägt passende Kategorien in einer Liste vor. Filtere die richtige Kategorie heraus und wähle sie für Deinen Eintrag aus.

PUNKT 3

■ DIE ÖFFNUNGSZEITEN HINTERLEGEN

Überprüfe insbesondere die Eingabe der korrekten Öffnungszeiten Deiner Apotheke. Die Zeiten werden in der Suche prominent ausgespielt. Sind diese nicht korrekt, wird der Nutzer und potenzielle Kunde bei der mobilen Suche nicht erfahren, wann Deine Apotheke für ihn geöffnet hat.

PUNKT 4

■ SPEZIELLE ÖFFNUNGSZEITEN ANGEBEN

Spezielle Öffnungszeiten gelten für Feiertage oder Tage, an denen Deine Apotheke gesondert geöffnet hat. Dieser Punkt ist daher für Deine Apotheke sehr wichtig. Du kannst hier verkaufsoffene Sonntage, Shopping Nights und Deinen Apotheken Notdienst einpflegen. Google hat hier einen Leitfaden: <https://support.google.com/business/answer/6303076>, in dem auf die Eingabe spezieller Öffnungszeiten genau eingegangen wird.

PUNKT 5

■ WEITERE STANDORTE EINFLEGEN

Für Apotheken, die mehrere Filialen haben, gilt es weitere Standorte im gleichen Google my Business Konto hinzuzufügen. Im Punkt "Standorte" kannst Du Standorte einpflegen und verwalten.

PUNKT 6

■ DIE WEBSITE DEINER APOTHEKE HINTERLEGEN

Pflege die korrekte URL Deiner Apotheke ein. Nutzer werden in der mobilen Suche und dem Maps Ergebnis von Google die Möglichkeit haben, direkt auf Deinen Internetauftritt zu gelangen, den Du an dieser Stelle hinterlegt hast. Wenn Du einen Online-Shop betreibst, kannst Du hier auch direkt auf Deinen Shop verweisen.

PUNKT 7

■ LEISTUNGEN - PRODUKTE

Im GMB Profil können unter dem Punkt Leistungen auch Produkte gefeatured werden. Die Google Richtlinie schließt allerdings Arzneimittel und nicht freigegebene Nahrungsergänzungsmittel oder medizinische Geräte und Produkte aus. Du kannst dort aber Kosmetika oder Dinge aus dem Randsortiment anbieten, wenn Du darin eine Relevanz für Deine Kunden erkennst.

PUNKT 8

■ ATTRIBUTE DEINER APOTHEKE HINTERLEGEN

Du hast die Möglichkeit weitere Attribute Deiner Apotheke anzulegen: Du kannst den Nutzer auf die Angebote und Ausstattung Deiner Apotheke aufmerksam machen. Google schlägt Dir hier verschiedene Attribute vor Hinweise zur Barrierefreiheit für Deine Kunden und von Dir angebotene Zahlungsarten.

NOCH MEHR WISSEN: Im internen Clubbereich von **Die-Digitale-Apotheke.de** findest Du zusätzlich Infografiken, die Dir helfen werden Dein Profil zu optimieren.

KOMM ZUM WORKSHOP: Der Club bietet Dir in drei Städten Google My Business Workshops an, zu denen Du Dich zum Vorzugspreis anmelden kannst. Infos auf der Website.



PUNKT 9

BESCHREIBUNG DEINER APOTHEKE

Du kannst eine Beschreibung Deiner Apotheke einpflegen. Suchen Nutzer anschließend nach Deiner Apotheke, wird der Beschreibungstext in Deinem Google My Business-Eintrag mit angezeigt. Nutze wichtige Keywords für eine kurze Beschreibung Deiner Apotheke. Was sind Deine Benefits? Die Beschreibung darf 750 Wörter lang sein - 235 Zeilen werden im ersten, sichtbaren Bereich des Profils angezeigt.

PUNKT 10

POSITIVE BEWERTUNGEN VON KUNDEN

Die Sterne Bewertungen sind ein wichtiges Signal, Nutzern und potenziellen Kunden Deine Kundenfreundlichkeit und Kompetenz zu zeigen. Sammle positive Bewertungen für Deine Apotheke. Der Google Algorithmus bevorzugt viele positive Bewertungen und wird Deiner Apotheke eine bessere Sichtbarkeit geben. Arbeite an Deinem Empfehlungsmarketing. In Deinem GMB-Profil kannst Du einen Direktlink zu Bewertungen abrufen, den Du beispielsweise in Deine E-Mails einsetzen kannst. Beantworte auch alle Rezensionen mit einem kurzen Kommentar: Das zeigt Deine Interaktion mit Deinen Kunden und fördert den Austausch. Google hat einen Leitfaden aller wichtigen Fragen zu Rezensionen für Dich:
<https://support.google.com/business/answer/3474050>

PUNKT 11

NUTZE DIE GOOGLE MY BUSINESS BEITRÄGE

Schreibe kurze Beiträge zu Events, Aktionen, Rabatten oder aktuellen News zu Deiner Apotheke. Die Beiträge bleiben für zwei Wochen erhalten. Sie erscheinen direkt in Deinem GMB-Profil und bilden einen wichtigen Touchpoint zu Deinen Kunden. Du kannst hier direkt auf interessante Angebote aufmerksam machen und Dich von den Mitbewerbern abheben. Setze auch hier wichtige Keywords für die Suche ein. Den Beitrag kannst Du nach Erstellen auch direkt auf Facebook, Twitter oder per E-Mail teilen.

PUNKT 12

ATTRIBUTE DEINER APOTHEKE HINTERLEGEN

Deine Kunden erhalten bei der Suche und dem Suchergebnis Deines GMB-Profiles sofort ein Bild von Dir und Deiner Apotheke. Setze professionelle Bilder ein, die Deine Kunden animieren, Deine Apotheke zu besuchen. Zeige, dass Dein Kunde sich bei Dir wohlfühlen wird. Du kannst auch besondere Benefits und Leistungen Deiner Apotheke verbildlichen. Mit hochwertigen Bildern trägst Du zu Deiner Außenwirkung und Deinem Markenerscheinungsbild bei. Du hast die Möglichkeit Innen- und Außenaufnahmen, Aufnahmen von Deinem Team, Videos und 360° Bilder zu veröffentlichen.