

21.01.2022 - 08:35 Uhr

## Google My Business für Hotels - In 7 Schritten zum Erfolg



Online Sichtbarkeit Ihres Hotels steigern: Ganz einfach mit Google My Business

Mit der ständigen Erweiterung seiner Produktangebote etabliert sich Google seit Jahren immer mehr als Vertriebspartner und -plattform für die Reisebranche. Leider kann dieses große Angebot schnell etwas unübersichtlich wirken. Wer durchblickt ist aber klar im Vorteil, da Betriebe ihre Resultate im Onlinevertrieb mithilfe von Google deutlich verbessern können. Hotel-Spider fasst zusammen, wie Hoteliers ein gutes Fundament schaffen, das ihnen die Optimierung ihrer Onlinepräsenz erleichtert.

Wie Sie in 7 Schritten für Ihr Hotel das Meiste aus Google My Business machen

Zuerst gilt es einen Blick auf Googles mittlerweile gut ausgebaute Reiseplattform zu werfen. Über Google Travel lässt sich der gesamte Reiseablauf recherchieren, planen und teilweise auch buchen. Durch dieses Komplettangebot an Transportmöglichkeiten, Hotels und Aktivitäten steht Google Travel fast schon in Konkurrenz zu den OTAs. Ein weiterer Vorteil von Google Travel ist, dass Hotels hier über die neuen, kostenlosen Google Hotel Links Sichtbarkeit gewinnen können. Über eine Integration mit der Buchungsmaske steigt sogar die Chancen auf Direktbuchungen. Google Ads bieten zusätzlich flexible Möglichkeiten, die Reichweite weiter zu steigern.

Bevor sich Hoteliers aber mit all diesen Produkten beschäftigen, sollten sie das Google My Business Profil ihres Hauses optimieren. Google My Business (GMB) bildet nämlich das Kernstück einer Präsenz auf Google und Google Maps. Ein solides GMB Profil hat positive Auswirkungen auf die Suchmaschinenoptimierung (SEO) der gesamten Onlinepräsenz eines Hotels. Es macht es potenziellen Gästen leichter, das Haus online zu finden und kann zu einer Steigerung der Webseitaufrufe sowie der Direktbuchungen führen. Das Beste an GMB ist, dass die kostenlose Anmeldung und Erstellung eines Profils schnell erledigt ist.

Ist das Profil erstellt, können Hoteliers in einigen einfachen Schritten das meiste aus GMB herausholen. Zuerst ist es wichtig, alle Details zum Betrieb im Profil hinzuzufügen. Zu den wichtigsten Punkten zählen unter anderem die Kontaktdaten und die Adresse sowie Informationen zur gebotenen Ausstattung und den Dienstleistungen. Auch aussagekräftige Bilder des Hotels und seinen verschiedenen Bereichen (z.B. Zimmer, Restaurant, etc.) gehören zu einem guten Profil. All dies sollte immer auf dem neuesten Stand sein und bei Bedarf sofort aktualisiert werden. Das gilt auch für Corona Maßnahmen im Hotel, solange dies noch relevant ist.

Zusätzlich zu seiner Funktion als digitale Visitenkarte erlaubt GMB Hotels auch mit Gästen zu interagieren. Bewertungen sind dafür das meistgenutzte Mittel. Durch die neue Möglichkeit, den Chat des Hotels mit Google zu integrieren, können Gäste auch direkt

über das GMB Profil mit dem Hotel kommunizieren. Des Weiteren kann im FAQ Bereich jeder öffentlich Fragen zum Hotel stellen. Hoteliers oder andere Nutzer können diese beantworten. Da er stetig an Beliebtheit gewinnt, entwickelt sich der FAQ Bereich zu einer wertvollen Möglichkeit Kunden zu gewinnen. Bei allen dreien machen schnelle, relevante Antworten einen guten Eindruck und helfen Reisenden bei der Entscheidungsfindung.

Um Nutzer bei der Optimierung Ihres GMB Profils und ihrer Onlinepräsenz zu unterstützen, bietet Google umfangreiche Daten. Dazu zählen unter anderem die Art und Anzahl der Suchanfragen, die Anzahl der Nutzer und deren Aktivitäten auf dem Profil (z.B. Anruf ans Hotel, Klick auf die Webseite, Anfahrt anzeigen, etc.). Diese regelmäßig auszuwerten hilft, Schwächen im Profil aufzudecken und zu beheben.

Den oben beschriebenen Schritten zu folgen, kostet wenig Zeit und Aufwand, kann die Onlinepräsenz eines Hotels aber ungemein stärken. Je besser ein Betrieb sein GMB Profil pflegt, desto eher kann er seine Sichtbarkeit verbessern und die Aufmerksamkeit potenzieller Kunden auf sich ziehen. Mehr Seitenaufrufe und Direktbuchungen sowie weniger Kommissionszahlungen sind die Folge. Für das beste Ergebnis ist natürlich auch eine optimierte Webseite und eine solide Buchungsmaske wichtig. Diese können dann im nächsten Schritt in Angriff genommen werden.

Den vollständigen Artikel lesen Sie auf [hotel-spider.com](http://hotel-spider.com), wo Sie noch mehr über die Optimierung Ihrer Online-Präsenz und die letzten Neuerungen bei Google erfahren können.

Marco Baurdoux  
Chief Executive Officer

T: +41 22 360 03 70  
[www.hotel-spider.com](http://www.hotel-spider.com)

Tourisoft / Hotel-Spider  
Route de Champ-Colin 18  
1260 Nyon Switzerland

#### Medieninhalte



*Online Sichtbarkeit Ihres Hotels steigern: Ganz einfach mit Google My Business*

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100081701/100884239> abgerufen werden.