

Local SEO Checkliste



1

Google My Business (GMB) und lokale Profile

- Google My Business-Konto eingerichtet oder beansprucht.
- Alle Infos im GMB-Profil ausgefüllt: Name, Adresse, Tel., Website, Öffnungszeiten.
- Regelmäßige Aktualisierung der Öffnungszeiten (inkl. Feiertage) und Posts im GMB-Profil.
- Hochwertige Fotos des Geschäfts, der Produkte und des Teams im GMB-Profil hochgeladen.
- Regelmäßiges Einholen und Antworten auf Kundenbewertungen über GMB.

Website-Optimierung

- Technischer SEO-Check: Crawl-Fehler, Indexierungsprobleme, tote Links behoben.
- Sichergestellt, dass die Website auf allen Endgeräten funktioniert.
- SSL-Zertifikat implementiert für eine sichere Verbindung.
- Ladezeit der Website getestet und verbessert (z.B. durch Bildkompression etc.).
- Lokale Schlüsselwörter in den Meta-Titeln, Beschreibungen und im Inhalt integriert.
- Strukturierte Daten (Schema Markup) für lokale Unternehmen implementiert.

Content-Erstellung

- Regelmäßige Erstellung von Inhalten mit lokalem Bezug
- Fallstudien oder Testimonials lokaler Kunden auf der Website hervorgehoben.
- Lokale Events, die von Ihrem Gastronomiebetrieb gesponsert oder durchgeführt werden, auf der Website und in den sozialen Medien beworben.
- Lokale Citations und Verzeichnisse
- Eintragungen in relevante lokale Verzeichnisse und Branchenbücher vorgenommen.
- NAP-Daten über alle Verzeichnisse und Plattformen hinweg für Konsistenz überprüft.
- Regelmäßige Überprüfung und Aktualisierung der Einträge in Online-Verzeichnissen.

Local SEO Checkliste



Social Media und Online-Präsenz

- Regelmäßige Aktualisierungen und Beiträge auf allen relevanten Social-Media.
- Lokale Hashtags und Geotags in Beiträgen verwendet.
- Interaktion mit lokaler Community und anderen lokalen Geschäften über soziale Medien.
- Nutzung von Social-Media-Plattformen für gezielte Werbung und lokale Promotions.

Linkaufbau und Kooperationen

- Partnerschaften mit anderen lokalen Unternehmen für gegenseitige Verlinkung und Werbeaktionen etabliert.
- Teilnahme an lokalen Netzwerkevents zur Steigerung der Markenbekanntheit und Generierung von Backlinks.
- Lokale Pressekontakte aufgebaut und für die Verbreitung von Pressemitteilungen genutzt.

Bewertungsmanagement

- Prozess für das aktive Sammeln von Kundenfeedback eingerichtet.
- Systematisches Monitoring und Management von Online-Bewertungen.
- Regelmäßige Schulung des Personals im Umgang mit Kundenfeedback.

Analyse und Anpassung

- Einrichtung und regelmäßige Überwachung von Google Analytics zur Analyse des Website-Traffics.
- Monatliche Überprüfung der Keyword-Rankings und Anpassung der SEO-Strategie bei Bedarf.
- Analyse der User Experience und Durchführung von Anpassungen zur Optimierung der Konversionsrate.