

Online-Marketing für kleine Restaurants



Mit gezielten Maßnahmen lässt sich Online-Marketing bequem und einfach einrichten oder optimieren / Foto: rankingCoach

SEO (Suchmaschinenoptimierung) kostet Zeit und Mühe, lohnt sich aber nachhaltig! Durch präzise Anleitungen ist es auch für Laien möglich, das Online-Marketing selbst in die Hand zu nehmen, das eigene kleine lokale Restaurant an die Spitze von Google zu bringen und somit langfristig mehr Umsatz zu generieren. Das Unternehmen rankingCoach gibt in einem Gastbeitrag drei Tipps für einen Schnellstart ins Online-Marketing für kleine Restaurants.

Alle reden von SEO als wirksames Mittel für mehr Online-Präsenz und dadurch mehr Umsatz. Sobald man sich aber darüber informiert, was SEO alles beinhaltet, wird einem schnell klar, dass man - besonders als Inhaber eines kleinen Restaurants - keine Zeit und oft nicht das nötige Wissen dafür hat. Geschätzt 200 Faktoren beeinflussen die Sichtbarkeit einer Website in Suchmaschinen. Daher vergleicht man SEO auch eher mit einem Marathon als mit einem Sprint, den man absolvieren muss, um nachhaltig mehr potenzielle Kunden auf die eigene Website zu locken. Aber es lohnt sich, denn gerade jetzt, wenn lokale Suchanfragen bei Google an Beliebtheit gewinnen, haben kleine Restaurants eine reale Chance, im Wettbewerb mit den Restaurantketten zu bestehen und im Ranking nach oben zu steigen. Drei Tipps, um mit Online-Marketing einen erfolgreichen Start hinzulegen:

Alles fängt mit der richtigen Optimierung der Homepage an

Obwohl heutzutage Social Media eine wichtige Rolle für kleine und neu eröffnete Restaurants spielt, darf man die 'Old-School'-Homepage nicht unterschätzen. Google

durchsucht jede Sekunde Millionen von Websites, um die besten Ergebnisse für Suchende darzustellen. Wichtig dabei ist, die eigene Website nicht nur inhaltlich ansprechend und zielführend zu gestalten, sondern auch den Crawlern von Google zu zeigen, wie sie die Seite wahrnehmen sollen. Zum Beispiel durch die Erstellung einer Sitemap, das Nutzen bestimmter Keywords, oder durch die richtige Meta-Beschreibung der Unterseiten gelingt eine benutzerfreundliche und zielgerichtete Steigerung der Website-Besuche. Wer seine Seite allerdings mit Hunderten von Keywords vollstopft und so auf mehr Aufmerksamkeit durch Suchmaschinen hofft, zieht den Kürzeren. Denn: Texte müssen für Menschen und nicht für Maschinen verfasst werden. Die Texte, die der Mensch gerne liest, werden von Suchmaschinen priorisiert und erhalten bessere Rankings.

Backlinks dienen Google als Empfehlung

Zugegebener Weise ist es nicht einfach, Verlinkungen von externen Websites (sogenannte Backlinks) auf die eigene Website zu bekommen. Allerdings sind Neueröffnungen sowie besondere Erfolge und Events in der Gastrobranche bei zahlreichen Online-Lesern sehr beliebt. Der Erfolgsweg führt dazu, aktiv die Meinungsführer zu finden und bei ihnen anzufragen. Gastartikel mit einem Link zur eigenen Homepage in deren Blogs werden zu deutlich mehr Besuchen auf der Website führen und dadurch auch zu mehr Umsatz. Hiermit zeigt sich den Suchmaschinen, dass diese Texte interessant für die Suchenden sind, was Pluspunkte bei Google & Co gibt. Darüber hinaus helfen interne Verlinkungen auf der eigenen Website, die inhaltlich schlüssig sind, sowohl die Benutzerfreundlichkeit zu erhöhen als auch Google den Zusammenhang zu zeigen.

Als lokales Unternehmen lokales Marketing nutzen

Wie anfangs erwähnt, muss der Fokus für jedes kleine Restaurant auf die lokalen Suchen der User gelegt werden. Hier sind die korrekten und einheitlichen Angaben der Geschäftsinformationen des Restaurants in allen Online-Verzeichnissen wichtig. Google vergleicht diese Information, um professionelle und vertrauenswürdige Suchergebnisse zu erstellen. Google My Business ist von Bedeutung, wenn die Kunden lokal suchen. Ein dort integriertes, gepflegtes Profil mit Bewertungen und relevanten Informationen platziert das Restaurant in Google Maps und ermöglicht sogar die Erstellung lokaler Anzeigen für noch mehr Besuche.

?Do-it-Yourself?-Lösung für kleine Restaurants

Mit diesen Tipps haben wir einen kleinen Einblick gegeben, worauf man bei SEO als Kleinunternehmer achten muss. Obwohl es im Internet an verschiedenen Tipps wimmelt, ist es schwierig, eine langfristige Lösung zu finden, um ein kleines Unternehmen auf Erfolgskurs zu bringen. Für diejenigen, für die sich Agenturleistungen als zu teuer erweisen, bietet sich eine App wie