



Leitfaden „Best Practices für Google+“

Inhaltsverzeichnis

Ihre Präsenz auf Google+ aufbauen

- Persönliches Google+ Profil erstellen
- Google+ Seite erstellen
- Ihre Google+ Seite anpassen
- Personalisierte URLs
- Kreise

Mit der Zielgruppe in Kontakt treten

- Posten
- Fotos teilen
- Hangouts
- Events

Soziale Inhalte über den Stream hinaus bekannt machen

- Lassen Sie Ihre Kunden Werbung für Sie machen
- Die Reichweite erhöhen
- Das Potenzial der Google+ Box

Auswirkungen messen

- Ripples
- Berichte zu sozialen Netzwerken in Google Analytics

Ihre Präsenz auf Google+ aufbauen



Persönliches Google+ Profil erstellen

Google+
Sign in and start sharing with Google+

With Google+, you can share the right things with the right people.

Circles Games Stream

Hangouts Photos Events

Sign in Google

Email

Password

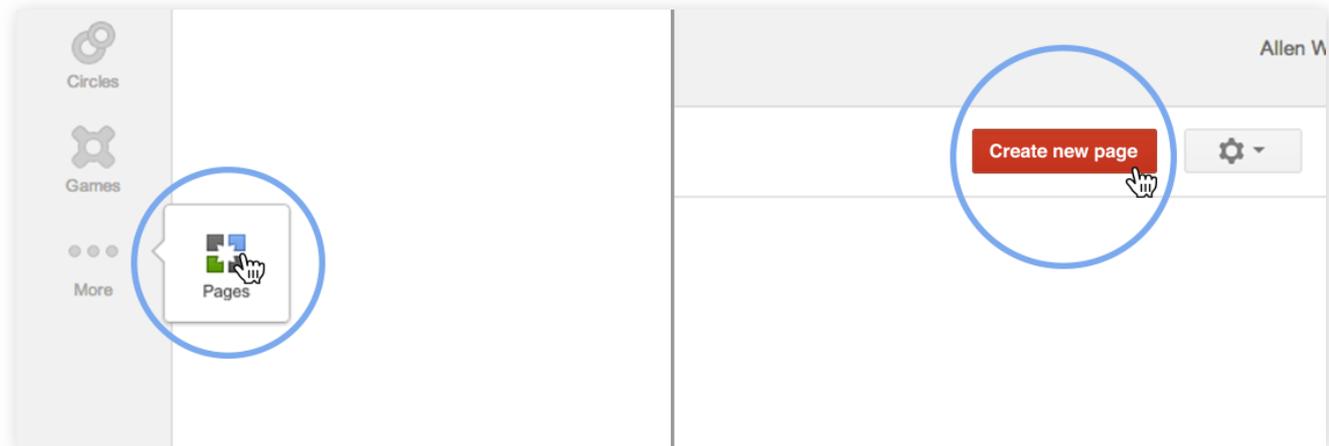
Stay signed in

[Can't access your account?](#)

Die Präsenz Ihres Unternehmens auf Google+ beginnt mit einer Google+ Seite.

Um als Eigentümer einer Unternehmensseite aufzutreten, benötigen Sie ein persönliches Profil. [Klicken Sie hier](#), um sich entweder mit Ihrem Google-Konto anzumelden oder ein neues Konto zu erstellen.

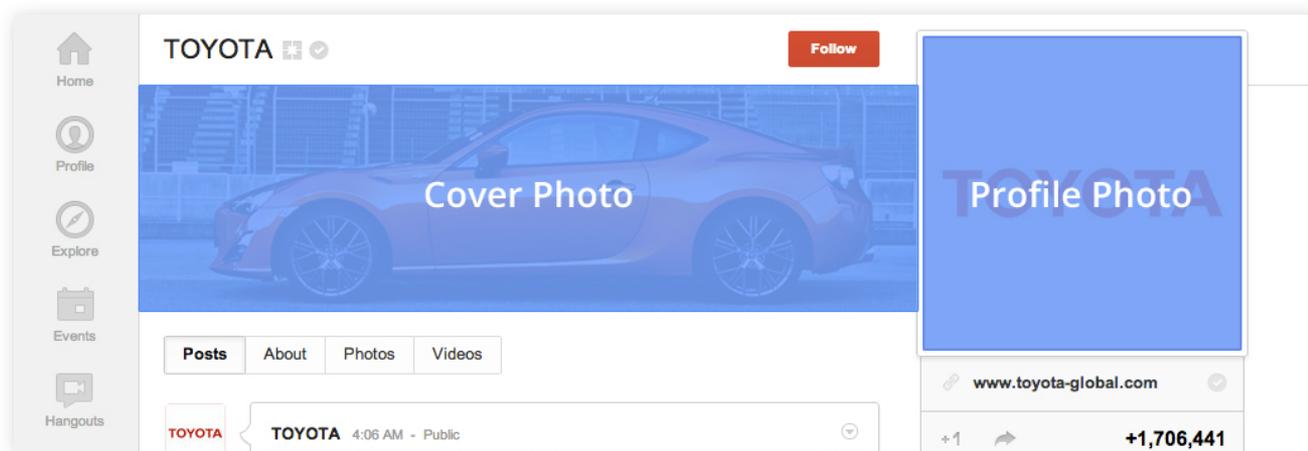
Neue Seite erstellen



Nachdem Sie sich angemeldet haben, können Sie eine +Seite **erstellen**, indem Sie links in Ihrem persönlichen Profil auf das Symbol „Seiten“ klicken. Klicken Sie dann auf [Create new page](#)



Ihre Google+ Seite anpassen

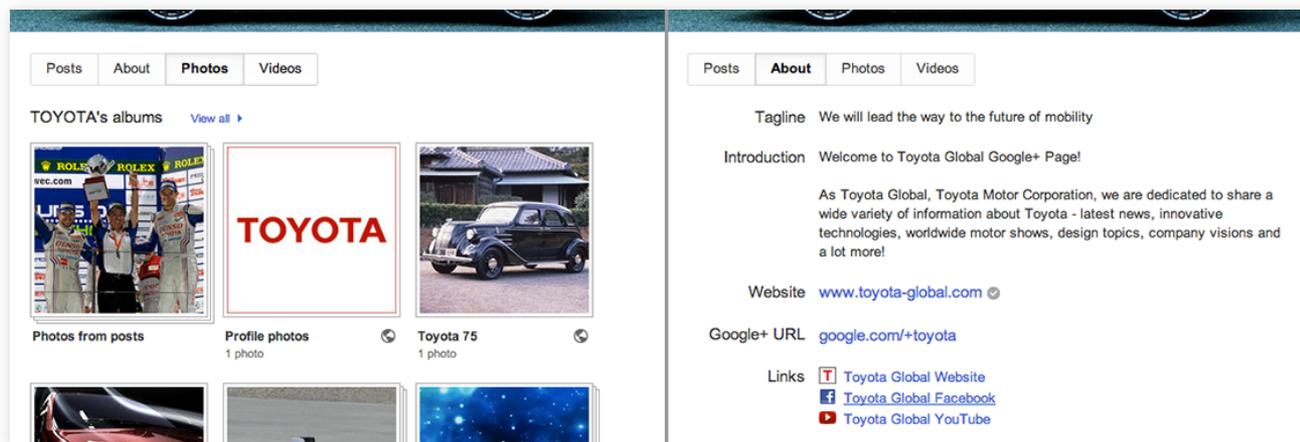


Animieren Sie Kunden dazu, mit Ihrem Unternehmen in Kontakt zu treten, indem Sie das Profil Ihrer Seite in wenigen Schritten anpassen:

- **Profilfoto:** Für eine optimale Anzeige empfehlen wir ein Foto mit einer Größe von 250 x 250.
- **Coverfoto:** Machen Sie Furore und stärken Sie Ihr Markenimage. Die empfohlene Bildgröße ist 940 x 180.



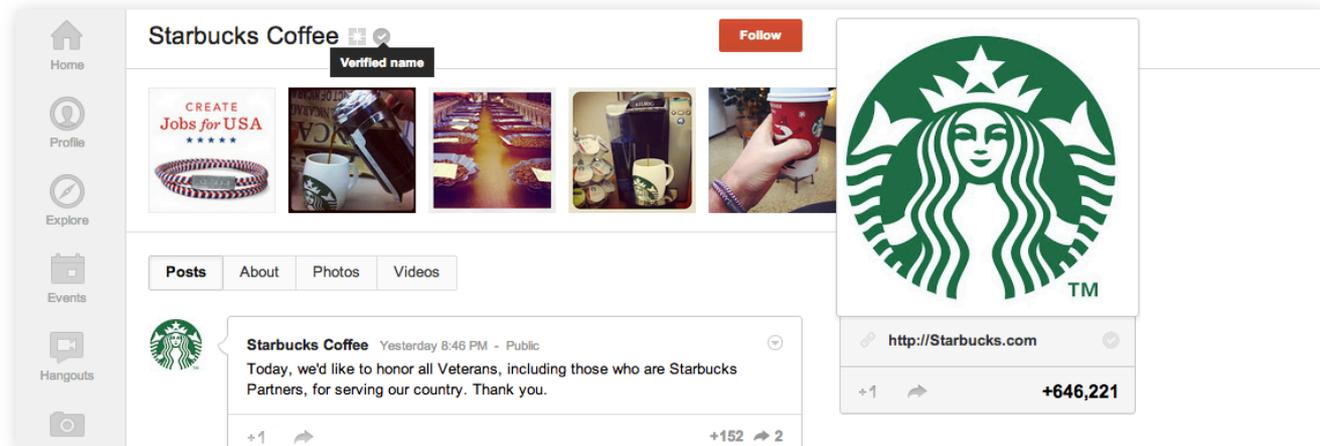
Ihre Google+ Seite anpassen



- **Abschnitt „Info“:** Fügen Sie nützliche Informationen hinzu, darunter die URL Ihres Unternehmens, Kontaktdaten und Öffnungszeiten.
- **Fotos und Videos:** Fügen Sie mindestens fünf Fotos oder Videos hinzu, die die Geschichte Ihres Unternehmens zum Ausdruck bringen.



Ihre +Seite bestätigen



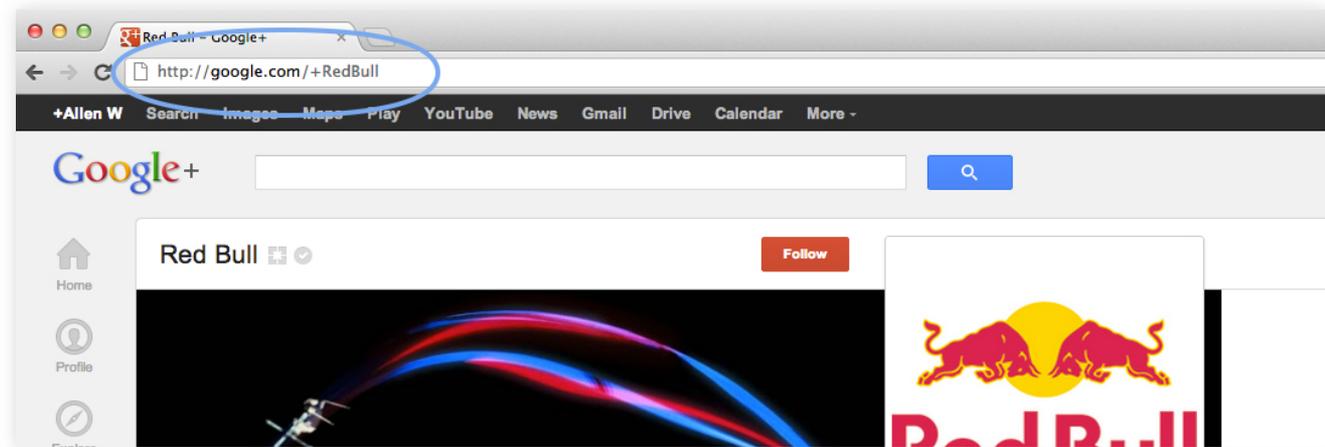
Die Bestätigung ist wichtig, da hierdurch Ihre offizielle Identität auf Google gesichert wird.

Außerdem werden bestimmte Funktionen freigeschaltet, darunter die Sichtbarkeit in der Google-Suche, Profilerweiterungen und personalisierte URLs.

[Klicken Sie hier](#), um die Bestätigung abzuschließen, indem Sie Ihre Website mit Ihrer Google +Seite verbinden.



Personalisierte URLs



Wählen Sie eine personalisierte URL wie +Toyota oder +RedBull aus, damit Ihre Google +Seite ganz leicht aufgerufen werden kann. Integrieren Sie +IhreMarke in alle Ihre Marketingmaterialien, um Ihre Marke sowohl online als auch offline aufzubauen.



Kreise



Nutzen Sie Kreise, um Ihr Publikum zu strukturieren. Auf diese Weise können Sie jeder Gruppe stets die passenden Inhalte bereitstellen.

+1

Angenommen, Sie vertreiben Sportartikel. Dann könnten Sie Radfahrer, Schwimmer und Läufer in verschiedene Kreise einordnen und so jeder Gruppe maßgeschneiderte Beiträge liefern.

Mit der Zielgruppe in Kontakt treten



Posten



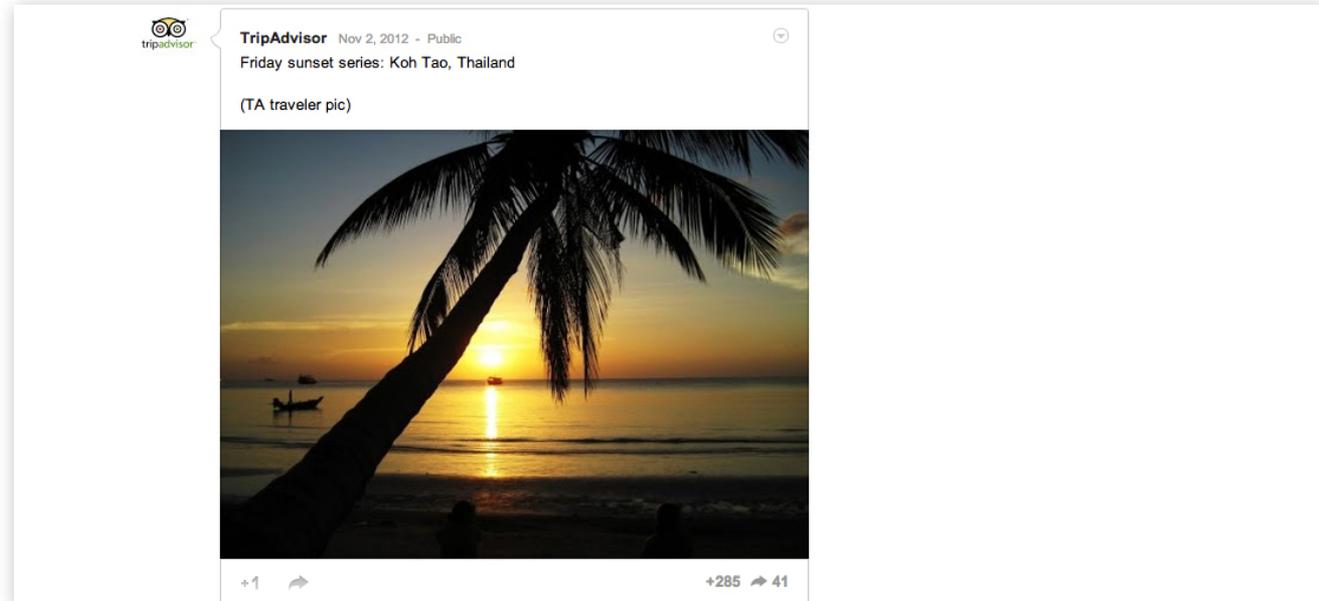
Erstellen Sie einen Zeitplan, nach dem Sie mindestens einmal täglich einen Beitrag posten.

Stellen Sie Fragen und erwähnen Sie Ihre Community über „+“, sodass Ihr Publikum mit einbezogen wird und Ihre Inhalte mit weiteren Personen teilt.

Die beste Zeit zum Posten liegt zwischen 10:00 Uhr morgens und 1:00 Uhr nachts.



Fotos teilen



Teilen Sie nicht einfach nur irgendwelche Fotos, sondern wirklich exklusive Aufnahmen.

Sie können Ihre Fotos direkt in Google+ bearbeiten und animierte GIF-Bilder posten. Dies ist eine hervorragende Möglichkeit, um auf Ihre Seite aufmerksam zu machen.



Hangouts



Halten Sie regelmäßig Hangouts ab, um sich von Angesicht zu Angesicht mit Ihren Followern zu unterhalten. Sie könnten Ihren Followern auch einen Blick hinter die Kulissen gewähren, persönlich neue Produkte vorstellen oder ihnen einfach Dankeschön sagen.

Events

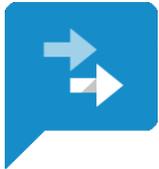


The image shows a screenshot of a Facebook event page. The event is titled "HANGOUT WITH COCA-COLA RACING FAMILY CHAMPIONSHIP CONTENDERS" and features a banner with three NASCAR drivers (Kyle Petty and Elliott Sadler) drinking Coca-Cola. The event is scheduled for Saturday, November 3, from 10:00 AM to 11:00 AM PDT. The page includes a "Are you going?" section with "Yes", "Maybe", and "No" buttons, and a "Check my calendar" link. It also shows "Created by Coca-Cola" and a "GOING (97)" count.

Erstellen Sie eine Veranstaltung, um ein neues Produkt vorzustellen oder Laufkundschaft zu einem Ausverkauf ins Geschäft zu holen, und lenken Sie so gleichzeitig Aufmerksamkeit auf Ihre Hangouts. Wenn Follower die Einladung zu einer Veranstaltung annehmen, erhalten sie Erinnerungen, wenn der Termin näher rückt.

Soziale Inhalte über den Stream
hinaus bekannt machen

Lassen Sie Kunden Werbung für Sie machen

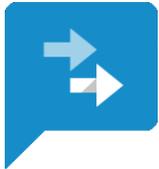


The screenshot shows a Google search for 'virgin america'. The search results include a section for 'Web' with an advertisement for Virgin America. The ad text reads: 'Ad related to virgin america', 'Virgin America Flights | VirginAmerica.com', 'www.virginamerica.com/Official-Site', 'Fly Virgin America from SFO for WiFi, Movies & Food on Demand.', and '950,642 people +1'd or follow Virgin America'. Below the ad are links for 'Book a Flight', 'Current Deals', 'Where We Fly', 'Earn Elevate Points for Flights', 'Experience Virgin America', and 'Fleetwide WiFi'.

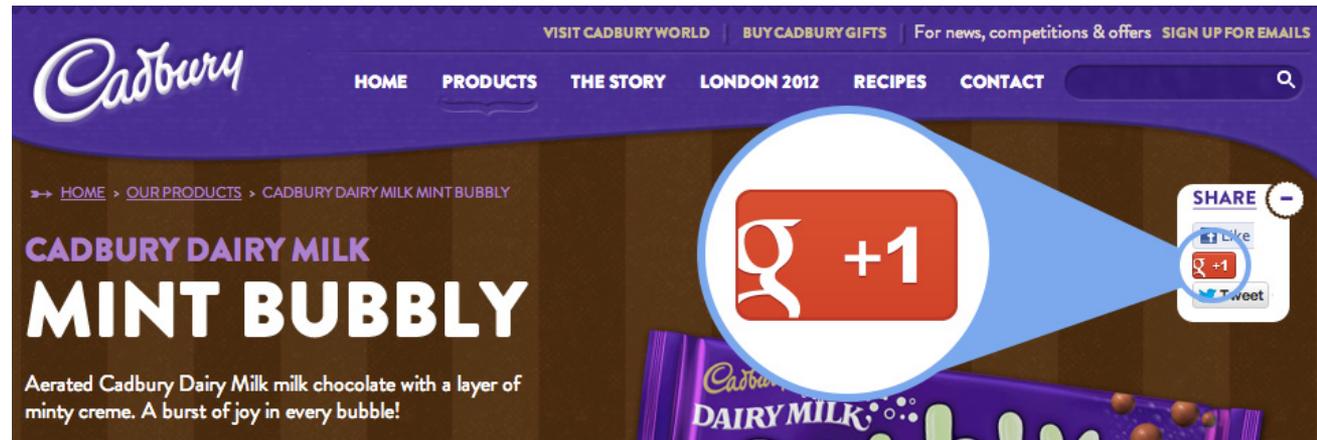
Aktivieren Sie Profilerweiterungen, um Ihre Inhalte in AdWords bekannt zu machen, und zeigen Sie Empfehlungen für Ihre Marke genau dann, wenn es darauf ankommt.

+1

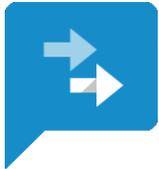
Nutzen Sie das Potenzial sozialer Faktoren in Ihren Anzeigen, und lassen Sie die gesamten +1-Empfehlungen für Ihre Anzeigen, Ihre Google+ Seite und Ihre Website einblenden. Hierdurch kann sich die Klickrate um durchschnittlich 5 bis 10 % erhöhen.



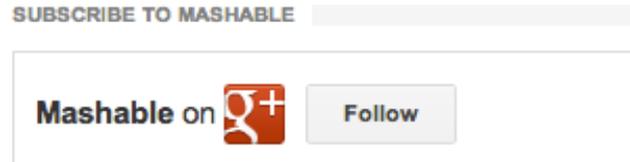
Reichweite erhöhen



Ermuntern Sie Kunden dazu, Ihre Marke und Ihre Produkte zu unterstützen, indem Sie die +1-Schaltfläche auf Ihrer Website integrieren. So können Besucher Ihre Inhalte mit nur einem Klick in der Google-Suche empfehlen und auf Google+ teilen. [Klicken Sie hier](#), um zu erfahren, wie Sie die +1-Schaltfläche zu Ihrer Website hinzufügen.



Das Potenzial der Google+ Box

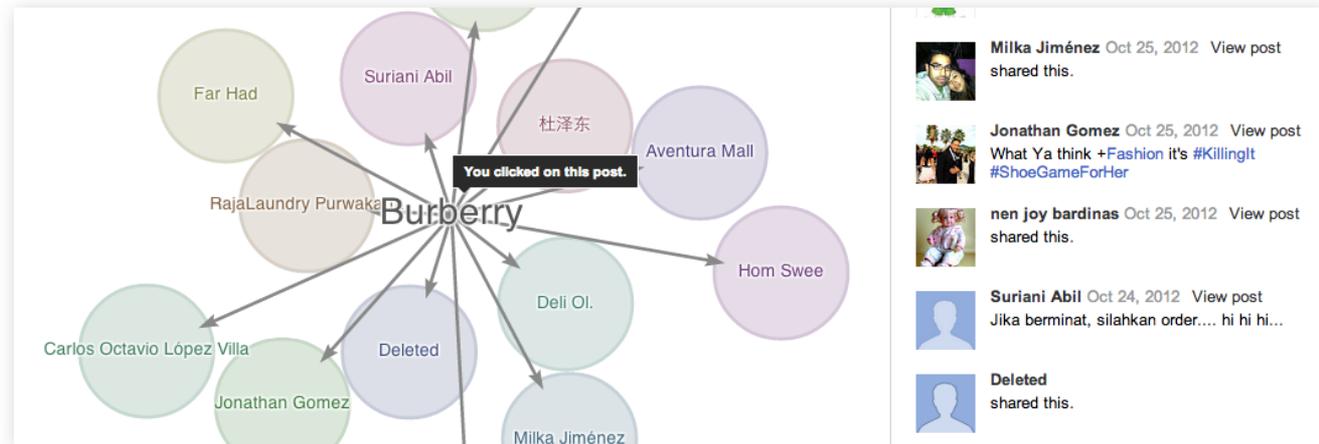


Fügen Sie die Google+ Box zu Ihrer Website, Ihrem Blog, E-Mail-Verteiler, in Lesebestätigungen, auf Visitenkarten und auf Ihrer Beschilderung im Ladengeschäft hinzu. Über die Google+ Box können Personen Ihrer Website +1 geben und Sie direkt auf Ihrer Website zu ihren Kreisen hinzufügen.

[Klicken Sie hier](#), um die Box zu installieren und mehr zu erfahren.



Ripples



Machen Sie es sich bequem und sehen Sie sich an, was passiert. Mithilfe von Ripples können Sie nachverfolgen, wie sich Ihre Beiträge auf Google+ verbreiten, und Fürsprecher der Marke ermitteln. [Hier können Sie Ripples ausprobieren.](#)



Berichte zu sozialen Netzwerken in Google Analytics



Der Bericht „Conversions“ in Google Analytics hilft Ihnen, den Wert des Social Marketings einzuschätzen. Er zeigt die Anzahl und den finanziellen Wert der Conversions, die aufgrund von Verweisen aus einem sozialen Netzwerk zustande gekommen sind. Sie wählen die wichtigsten Ziele für Ihr Unternehmen und können dann überprüfen, wie hilfreich soziale Netzwerke beim Erreichen dieser Ziele sind.

[Hier erhalten Sie weitere Informationen.](#)

Weitere Informationen



Auf der Website „Google+ für Unternehmen“ finden Sie weitere Informationen und Tipps: <http://google.com/+business>

Vielen Dank!