

Die Checkliste: So optimieren Sie Ihre Standortseiten

1. Struktur und technische Grundlagen

Eindeutige URL-Struktur: Nutzen Sie eine sprechende URL, z. B. www.ihredomain.de/standortstadt.

- **Mobile Optimierung:** Standortseiten müssen auf Smartphones perfekt funktionieren, da lokale Suchen oft mobil durchgeführt werden.
- **Ladezeit optimieren:** Eine schnelle Seite erhöht nicht nur die Nutzerzufriedenheit, sondern wird auch von Google bevorzugt.
- **SSL-Verschlüsselung:** Sicherheit ist ein Ranking-Faktor und schafft Vertrauen.

2. Lokale Keywords integrieren

Recherchieren Sie spezifische Keywords, die Nutzer für Ihre Region und Branche verwenden.

Integrieren Sie Keywords in:

- Seitentitel
- Meta-Beschreibungen
- Überschriften (H1, H2, H3)
- Fließtext und Bild-Alt-Tags

3. Standortspezifische Inhalte

Individuelle Beschreibung des Standorts: Was macht Ihren Standort besonders? Gehen Sie auf lokale Besonderheiten und Kundenvorteile ein.

Kontaktinformationen (NAP): Name, Adresse und Telefonnummer (lokale Vorwahl) sollten konsistent mit Ihrem Google My Business-Profil sein.

Interaktive Elemente:

- Eingebettete Karte (z. B. Google Maps)
- „Jetzt anrufen“-Buttons für mobile Nutzer
- Kontaktformular für einfache Anfragen

4. Bewertungen und Social Proof

- Integrieren Sie Bewertungen direkt auf der Zielseite.
- Nutzen Sie ggf. Logos oder Zitate von Kooperationspartnern oder lokalen Medien, um Vertrauen zu schaffen.

5. Bilder und Medien

- Lokale Bilder oder Videos:** Nutzen Sie Fotos oder Videos von Ihrem Standort, Mitarbeitern oder lokalen Events, die den Bezug zur Region verdeutlichen.

Metainformationen für Medien: Verwenden Sie Alt-Tags, Dateinamen und Beschreibungen mit lokalen Keywords und optimieren Sie die Dateigröße.