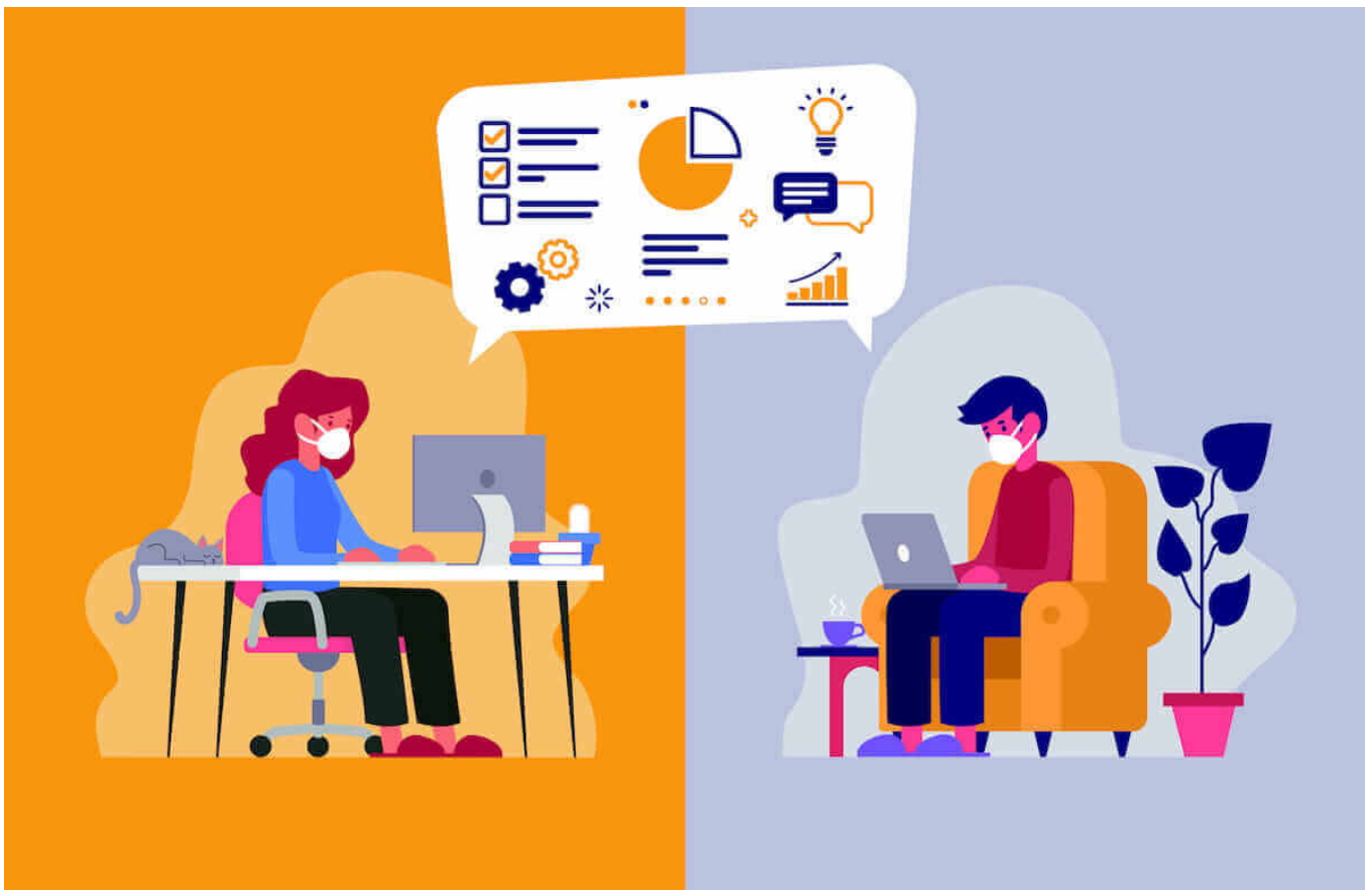


## SEO, Marketing und Corona

In Zeiten der Corona-Krise ist das Internet wichtiger denn je



Auch von zu Hause können Sie unsere Marketing Tipps umsetzen.

Der Coronavirus hat Deutschland erreicht und trifft viele Unternehmen schwer. Um die Ausbreitung des Virus einzudämmen, hat die Regierung Ausgangssperren verhängt, die vor allem kleinere Betriebe, Selbstständige und Start-ups in Existenznot bringen. So mussten viele Händler, Gastronomen und Hotels den Geschäftsbetrieb einstellen. Die Folge: Kunden bleiben aus und Umsätze fehlen.



Während das öffentliche Leben praktisch zum Stillstand gekommen ist, müssen viele Unternehmen umdenken. So nutzen immer mehr Firmen die Möglichkeiten des Internets, um dort die eigene Kundschaft zu erreichen oder Waren über den Online-Weg zu verkaufen. Für die SEO-Küche ein Grund, Tipps zu geben, wie man das Business trotz Corona-Krise vorantreiben kann. Diverse Empfehlungen findet Ihr in folgendem Blog-Beitrag.

## **Online-Marketing-Strategien, um erfolgreich durch die Corona-Zeit zu kommen**

Der Kunde ist König – auch in Corona-Zeiten. Deshalb sollte alles daran getan werden, dass selbiger auch in dieser schwierigen Zeit zufriedengestellt wird. Bemüht Euch daher jetzt umso mehr um noch bessere Leistung und stets hervorragenden Service. So geht der Kunden gemeinsam mit Eurem Unternehmen durch die Krisenzeit. Folgend findet Ihr diverse SEO-Hinweise, die Euch dabei helfen können, weiterhin in der Suchmaschine präsent zu sein.

### **Informiert Eure Kunden**

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG  
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor  
Telefon 08031 / 2575-100  
Telefax 08031 / 2575-101  
E-Mail: [info@seo-kueche.de](mailto:info@seo-kueche.de)

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,  
HRA 11167 AG Traunstein  
pers. Haftende Gesellschafterin:  
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB  
22414 AG Traunstein  
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,  
Oliver Lindner  
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.  
156/174/08500

HypoVereinsbank  
IBAN DE45 700202700015260147  
BIC HYVEDE33XXX



Informiert eure Kunden und sagt, wie es weitergeht.

Viele Kunden sind verwirrt, denn viele Unternehmen mussten den Geschäftsbetrieb einstellen. Während Ladengeschäfte, Lokale und Hotels geschlossen wurden, arbeiten trotzdem viele Unternehmensbereiche im Homeoffice oder es wurden alternative Wege gefunden, um Kunden erreichen zu können. Um nicht zu verunsichern, sollte daher darauf hingewiesen werden, dass auch weiterhin Service angeboten wird.

**So sollte eine kurze Info per**

- Newsletter,
- auf der Startseite oder

– als Pop-up-Fenster

hinterlegt werden, die Kunden darauf hinweist, dass man weiterhin erreichbar ist und der Betrieb weitergeht. Hinterlegt deutlich eure E-Mail-Adresse und Telefonnummer. So kann euer Unternehmen bei Fragen schnell erreicht werden.

## Soziale Medien nutzen

Auch wenn ein Unternehmen schließen musste, damit staatliche Auflagen eingehalten werden können, kann trotzdem der Kontakt zum Kunden aufrechterhalten werden. Bleibt über Social-Media-Kanäle – wie Facebook, Xing oder Instagram – mit eurer Zielgruppe in Kontakt. Beantwortet Fragen, veranstaltet Gewinnspiele, informiert über neue Produkte oder führt Umfragen durch. So stärkt ihr eure Brand, findet womöglich neue Follower oder verkauft vielleicht über diesen Weg Dienstleistungen und Produkte.

## Google My Business aktualisieren

Google My Business ist jetzt wichtiger denn je. Bestehende Einträge sollten nun zwingend aktualisiert werden.

### – ***Geschäft “vorübergehend geschlossen melden”***

Solltet ihr keine Möglichkeit finden, den laufenden Geschäftsbetrieb aufrechterhalten zu können, empfiehlt es sich euer Unternehmen während der Krise in der lokalen Suche und in Maps als „vorübergehend geschlossen“ anzuzeigen zu lassen.

### – ***Telefonnummern aktualisieren***

Sollten sich Telefonnummern geändert haben, weil ihr vielleicht von Zuhause aus arbeitet, aktualisiert diese dringend. So könnt ihr eure Kunden auch weiterhin erreichen.

### – ***Unternehmensbeschreibung aktualisieren***

Sollten bestimmte Dienstleistungen wegen der Corona-Krise nicht mehr angeboten werden können, sollte das unbedingt in der Unternehmensbeschreibung kommuniziert werden. Aktualisiert daher zwingend euer Unternehmensprofil, bis ihr Produkte oder Dienstleistungen wieder anbieten könnt.

### **– Öffnungszeiten aktualisieren**

Haben sich Öffnungszeiten geändert, weil Mitarbeiter im Homeoffice arbeiten? Oder ist Eure Firma wegen COVID-19 nur wenige Stunden am Tag geöffnet? Informiert im Unternehmensprofil über neue Öffnungszeiten und aktualisiert den Eintrag.

### **– Kurzhinweise hinterlegen**

Google hat ein Update zu den Firmenbeschreibungen herausgebracht. Nun können Unternehmen Kurzhinweise in Ihrem My-Business-Account eintragen. Das ist zum Beispiel für Gastronomen wichtig. Diese können zum Beispiel so Kunden informieren, dass das Lokal zwar geschlossen ist, aber ein Lieferservice angeboten wird.

### **– Beiträge erstellen**

Nutzt die Möglichkeiten, kostenlose Werbung in Form von Beiträgen zu erstellen. So könnt Ihr in Eurem Firmenprofil unter dem Punkt "Beiträge" über Veranstaltungen, Angebote, Produkte, Dienstleistungen oder Neuigkeiten informieren.

"Google-My-Business" hieß in der Vergangenheit "Google Places" und "Google Local". Solltet Ihr für Euer Unternehmen noch keinen Google-My-Business-Account eingerichtet haben, ist das jetzt der richtige Zeitpunkt, eine Online-Visitenkarte Eurer Firma anzulegen.

## **Webseite aktualisieren**

Auch wenn Ihr weder Produkte noch Dienstleistungen verkaufen könnt, weil wegen der Ausgangsbeschränkungen und Kontaktverbote kein Bedarf besteht, solltet Ihr die Zeit nicht ungenutzt lassen und die eigene Webseite pflegen. Bringt Eure Internetpräsenz auf einen aktuellen Stand, aktualisiert Inhalte und beseitigt eventuelle Fehler. So ist die Webseite bestens aufgestellt für die Zeit danach und hat gute Chance für eine bessere Performance in der Suchmaschine.



Wer jetzt im Homeoffice Zeit hat, kann für die Zeit nach der Krise vorarbeiten.

**Maßnahmen können sein:**

- Meta-Angaben (Seitentitel und Seiten Beschreibung) überarbeiten
- Produktbeschreibungen aktualisieren
- nicht mehr verfügbare Angebote entfernen
- veraltete News- und Blogbeiträge überarbeiten, erweitern und aktualisieren
- Überschriftenstrukturen auf Content-Seiten prüfen und aktualisieren
- 404-Fehler beheben
- interne Text-Verlinkung ausbauen
- Neue Content-Strategien entwickeln
- Grafiken optimieren

## Wissenswerte Inhalte aufbauen

Texte sind das Futter für die Suchmaschine. Durch Inhalte in Form von Texten werden wichtige Schlüsselwörter aufgebaut, nach denen Nutzer der Suchmaschine suchen. Daher sollte jetzt bereits verstärkt daran gearbeitet werden, wissenswerte Inhalte aufzubauen, um nach der Corona-Krise mit vielen frischen Keyword-Phrasen durchstarten zu können. Doch nicht nur die Sichtbarkeit der eigenen Domain sollte durch neue wissenswerte Inhalte verbessert werden. Zeigt Euren Lesern und Kunden durch Expertise und Fachwissen, dass Ihr Experte auf Eurem Gebiet seid.

### Nutzt daher jetzt die Zeit, um zum Beispiel:

- einen FAQ-Bereich auf der Webseite aufzubauen, wo häufige Fragen Eurer Kunden beantwortet werden
- ein Lexikon auf Eurer Internetseite zu hinterlegen, in dem Ihr wichtige Branchenbegriffe erläutert
- einen Ratgeber-Bereich auf der Webseiten zu erstellen, der Lesern zu relevanten Themen Tipps gibt.

Neben Kundenbindung und dem Aufbau von Keywords haben hochwertige Inhalte einen weiteren Mehrwert. Sind diese besonders hochwertig, werden diese gern von anderen Webseiten geteilt. Die Folge: hochwertige Backlinks ohne Mehraufwand.

## Google Trends beobachten

Die COVID-19-Problematik stellt SEO-Experten vor Probleme. So wirkt sich die Corona-Krise auch auf verschiedene Suchanfragen aus. Das Suchverhalten von Nutzern hat sich geändert. Viele Schlüsselwörter, die vor einigen Wochen noch häufig in der Suchmaschine gesucht wurden, sind seit Corona weniger gefragt oder werden gar nicht mehr in der Google-Suche berücksichtigt.

So wurde vor einigen Wochen noch häufig nach der Phrase "Toilettenpapier" gesucht. Mittlerweile ist der Bedarf nach Toilettenpapier gedeckt und das Suchinteresse für dieses Keyword ist stark zurückgegangen. Ein Bewerben dieses Keywords würde daher weniger Sinn machen.

Daher sollte man bei der weiteren Content-Optimierung das Google Tool "Google Trends" nutzen. Dort

kann man das Suchaufkommen diverse Keyword-Phrasen ausführlicher unter die Lupe nehmen. Das Tool zeigt an, wie gefragt Keywords zurzeit sind.

Werden darin Phrasen gelistet, die aktuell enormen Zuwachs erhalten, wäre es eine Überlegung wert, dieses Schlüsselwort durch SEO intensiver auf der eigenen Webseite zu bewerben.

## **Linkprofil prüfen und ausbauen**

Unternehmen sollten jetzt die Möglichkeit nutzen, das eigene Linkprofil zu säubern und zu erweitern. Backlinks stellen immer noch ein wichtiges Rankingkriterium dar. Sie beeinflussen das Keyword-Ranking und die Sichtbarkeit maßgeblich. Deshalb sollte alles daran getan werden, dass nur hochwertige Backlinks auf die Webseite verweisen. Einen Einblick über aktuelle Verlinkungen zur eigenen Webseite erhältet Ihr in der Google Search Console. Sollten dort unnatürliche und fragwürdige Backlinks gelistet sein, sollten diese über das Disavow Tool von Google entwertet werden.

Weiterhin stellt die Corona-Krise eine Möglichkeit dar, neue frische Backlinks aufzubauen. So könnte man eine Zusammenarbeit mit anderen Firmen anstreben, um durch Kooperationen an wertvolle Backlinks von Unternehmen der gleichen Branchen zu kommen. Andererseits könnte man wertvolle Zeit dafür nutzen, um das eigene Unternehmen in relevanten Branchenportale einzutragen.

Wer genug Kapazitäten hat, sollte als fachkundiger Berater in themenrelevanten Foren in Erscheinung treten. Das Beantworten von Fragen der Foren-Community kann dafür sorgen, dass die eigene Marke bekannter wird. Zeitgleich kann Vertrauen und Anerkennung aufgebaut werden, das dem eigenen Unternehmen zugutekommt.

## **Strukturierte Daten nutzen**

Google hat wegen der aktuellen Corona-Pandemie die Funktion der strukturierten Daten erweitert. So können relevante Unternehmens-Informationen noch präserter in den Suchergebnissen ausgezeichnet werden.





Strukturierte Daten helfen auch während der Coronakrise

**Folgende Markups hat Google neu aufgenommen:**

- Änderungen in den Öffnungszeiten
- Aktualisierte Produktverfügbarkeit
- Veranstaltungen, die abgesagt werden müssen
- Offline-Veranstaltungen, die ab sofort online stattfinden

Offizielle Webseiten zum Thema Gesundheit und auch Regierungsw Webseiten haben zudem weitere Markup-Möglichkeiten. Diese können zusätzlich Themen, wie

- Informationen zu Reise- und Ausgangsbeschränkungen
- Quarantäne-Richtlinien
- Schließungen von Einrichtungen

mittels strukturierter Daten ausweisen. Die gekennzeichneten Informationen werden anschließend als Zusammenfassung in den SERPS dargestellt.

## Andere Wege der Beratung finden

Weil Kunden wegen der Ansteckungsgefahr durch Corona keine Ladenlokale und Geschäfte besuchen dürfen, müssen andere Wege der Beratung gefunden werden. Hierbei eignen sich zum Beispiel WhatsApp oder Facetime hervorragend dazu, um mit den Kunden auch persönlich in Kontakt zu treten oder Waren anzupreisen. Aber auch ein Chat über Facebook oder Instagram kann die Kommunikation erleichtern und ggf. zu einem Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen führen.

## Im Gespräch bleiben

Probiert etwas Neues aus und nutzt die Krise für Experimente. Macht Euch zum Beispiel mit der Funktion von YouTube vertraut und dreht eigene Videos, die Ihr dann auf die Videoplattform stellt. Ihr führt ein Fitnessstudio, das aber wegen Corona schließen muss? Dreht ein Video und zeigt Eure Kunden einige Trainingseinheiten und Sportübungen auf YouTube. Ihr seid Gastronom und könnt Euer Restaurant nicht öffnen? Kocht etwas Leckeres vor der Kamera und ladet das Video auf die Plattform. Das mag sich vielleicht in erster Linie nicht unbedingt sofort verkaufsfördernd auswirken, zahlt sich aber langfristig aus. Der positive Nebeneffekt: Ihr bleibt im Gespräch und findet vielleicht so auch neue Kunden, die Euer Geschäft nach der Krise aufsuchen werden.

**Ihr vermisst einige Hinweise oder habt selbst Tipps, wie man Online Marketing erfolgreich in Krisenzeiten durchführen kann? Sendet uns doch Eure Ratschläge und Beispiel. Wir erweitern unsere Liste gern, um so Unternehmen und Dienstleister durch die schwierige Zeit zu helfen.**

[Linkmarketing Tipps vor und nach Corona](#)

[Vorsicht während Corona: Abmahnungen für Lieferdienste](#)

[Unsere Tipps für die Anzeigen-Strategie während der Coronakrise](#)

[Tipps für E-Mail-Marketing in der Corona-Krise](#)

Titelbild © AdriaVidal / stock.adobe.com

Beitragsbild © AdriaVidal / stock.adobe.com



Beitragsbild © Tong\_art / stock.adobe.com

Beitragsbild © Comofoto / stock.adobe.com

Beitragsbild © PHOTO JUNCTION / stock.adobe.com

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG  
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor  
Telefon 08031 / 2575-100  
Telefax 08031 / 2575-101  
E-Mail: [info@seo-kueche.de](mailto:info@seo-kueche.de)

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,  
HRA 11167 AG Traunstein  
pers. Haftende Gesellschafterin:  
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB  
22414 AG Traunstein  
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,  
Oliver Lindner  
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.  
156/174/08500

HypoVereinsbank  
IBAN DE45 700202700015260147  
BIC HYVEDEMMXXX