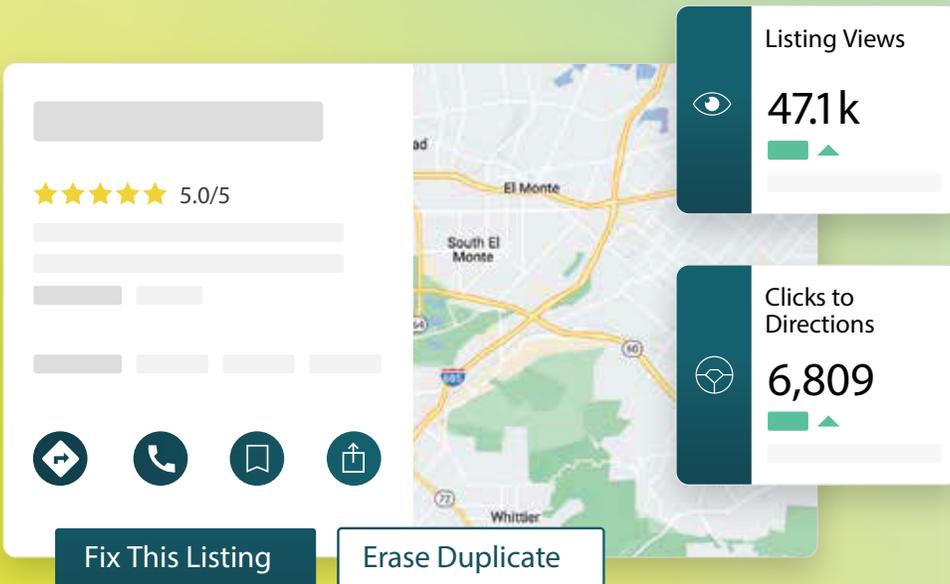


Verzeichnisse

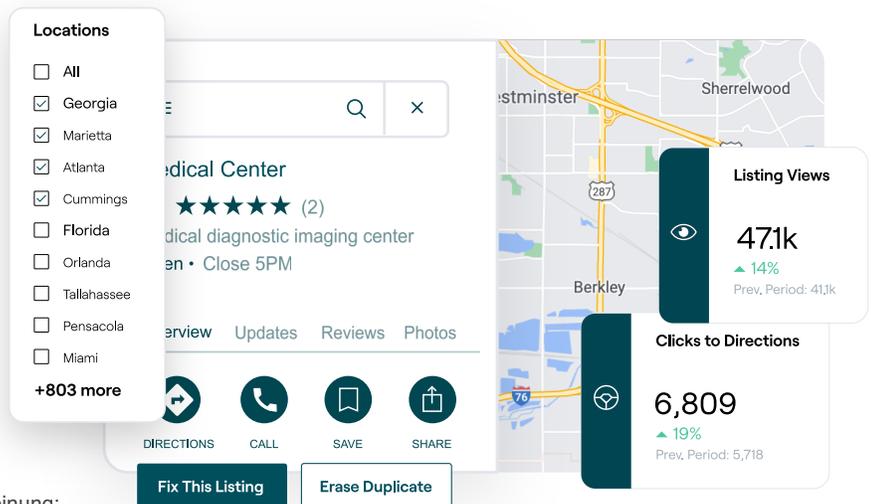


The image shows a screenshot of a listing interface with several analytics overlays. The listing card on the left includes a 5.0/5 star rating, a home icon, a phone icon, a bookmark icon, and a share icon. Below the listing card are two buttons: "Fix This Listing" and "Erase Duplicate". The map in the background shows the El Monte area. Two analytics overlays are positioned on the right: "Listing Views" showing 47.1k and "Clicks to Directions" showing 6,809. Both overlays feature a green bar and an upward-pointing triangle, indicating a positive trend.

Metric	Value
Listing Views	47.1k
Clicks to Directions	6,809

Inhaltsverzeichnis

- I. Firmenverzeichnisse Übersicht2
 - a. Komponenten von Unternehmensverzeichnissen
- II. Verzeichnisperformance verwalten5
- III. Verwaltung doppelter Verzeichnisse11
- IV. Verzeichnisdetails prüfen14
- V. Genauigkeit der Einträge verbessern20
 - a. Zusammenfassung der Überprüfung für veröffentlichte Verzeichnisse
 - b. Genauigkeit nach Quelle
 - c. Kategorie für Ausführung nach Datenquelle
- VI. Herausgeber-Vorschläge verwenden23
- VII. Verzeichnisprofile bearbeiten24
 - a. Einmalige Bearbeitung von Profildaten
 - b. Massенbearbeitung von Profildaten
 - c. Profile hinzufügen
 - d. Geschäftszeiten hinzufügen
 - e. Für die Ortskennung
- VIII. Verwaltung von Abteilungseinträgen32
- IX. Google-F&A verwalten34
- X. Umfangreicher Inhalt37
 - a. FAQs hinzufügen
 - b. Menüs hinzufügen
 - c. Produkte hinzufügen
- XI. FAQs für Firmenverzeichnisse50
- XII. Kostenpflichtige Premium-Dienste55
- XIII. Zusätzliche Ressourcen56



Firmenverzeichnisse Übersicht

Verweisen Sie Ihre Konkurrenz auf die hinteren Ränge und generieren Sie mehr Aufträge über die lokale Suche — starten Sie Ihr Kundenerlebnis auf die richtige Weise.

Wenn ein Unternehmen doppelte Einträge oder ungenaue Informationen hat, kann dies bei den Kunden zu Verwirrung und zu Geschäftsverlusten führen. Korrekte Daten für Verzeichnisse im gesamten Internet sind unerlässlich, wenn Ihr Unternehmen vor Ihren Mitbewerbern gefunden werden soll. Auf die "Großen Fünf" der Verzeichnisquellen entfallen, wie unten dargestellt, 91 % des Suchverkehrs und sind ein guter Startpunkt.



Google



Google Maps



Google Business Profile
(früher bekannt als Google My Business)



Apple Maps



Microsoft Bing

Über die Registerkarte **Listings** (Verzeichnisse) können Sie die Online-Präsenz aller Ihrer Standorte im Internet überwachen und pflegen, damit sie mit Ihrer zuverlässigen

Hervorstechen bei der Suche

- Mehr Aufrufe mit aktuellen Einträgen erzielen
- Steigerung von Kundenkonversion, Besucherzahlen, egal ob im Geschäft oder online

Null-Klick-Antworten

- Dafür sorgen, dass Verbraucher das Gesuchte schnell finden
- Sicherstellen, dass Antworten auf FAQs auf Ihren Suchergebnisseite erscheinen

Skalierte Aktualisierung von Einträgen

- Änderungen an Ihren Geschäftsdaten an allen Standorten vornehmen
- Markenkonsistenz sicherstellen

Originalquelle übereinstimmen. Zu den Vorteilen der Nutzung von Verzeichnissen für Ihr Unternehmen gehören:

Komponenten von Unternehmensverzeichnissen

Die folgenden Komponenten bilden die Reputation-Lösung für Unternehmensverzeichnisse:

Performance

Bietet Einblick in die Anzahl der Personen, die Ihre Google-, Bing- und Facebook-Einträge ansehen und darauf reagieren. Verfolgung der folgenden Aspekte:

- Klicks auf Ihre Website, Anrufe und Wegbeschreibungen
- Verzeichnisansichten
- Arten von Suchanfragen, die dazu führen, dass Ihre Einträge angezeigt werden, Hochladen und Aufrufen Ihrer Google-Medien und Abrufe von Google-Beiträgen im Zeitverlauf

Verzeichnis genauigkeit

Hiermit können Sie die Aktionen überwachen, die zur Verwaltung der Genauigkeit Ihrer Verzeichnisse durchgeführt wurden. Untergliedern Sie nach veröffentlichten, ausstehenden oder nicht ausführbaren Einträgen, um zu sehen, wie viele Datenpunkte für die von Ihnen ausgewählten Standorte korrekt, inkorrekt und korrigiert sind. Lassen Sie sich die Genauigkeit und die Metriken für korrigierte Datenpunkte in hochfrequentierten Quellen wie Google und Bing anzeigen.

Verzeichnisdet

Gibt Ihnen einen schnellen Überblick darüber, wo für jeden Ihrer Standorte Unstimmigkeiten bestehen. Überwachen Sie, wann die Plattform Ihre Verzeichnisse zuletzt geprüft hat.

Klicken Sie auf einen beliebigen Standort, um Ihre source of truth (zuverlässige Originalquelle) mit den Live-Daten auf den wichtigsten Quellen-Websites zu vergleichen. Sie können sich die Profildaten für jeden Standort anzeigen lassen und bestehende Datenpunkte hinzufügen, ändern oder löschen.

Vorschläge des Herausgebers

Hilft Ihnen, die Daten Ihrer Verzeichnisse mithilfe von Feedback, das von Nutzern und Herausgeber-Websites eingegangen ist, auf dem neuesten Stand zu halten und Sie können eine vorgeschlagene Änderung entweder ablehnen oder annehmen. Wenn Sie zustimmen, wird das System automatisch Ihre Daten aktualisieren und dies auf allen Herausgeber-Seiten veröffentlichen.

Fortsetzung 'Komponenten von Unternehmensverzeichnissen':

Duplikate



Ermöglicht es Ihnen, die potenziellen doppelten Einträge zu überwachen und Maßnahmen zur Unterdrückung der Duplikate zu ergreifen.

Potenzielle Duplikate werden auf der Grundlage von Namen, Ort, Beschreibung und anderen internen Faktoren identifiziert, so dass Sie angeben können, ob dies ein Duplikat *are* (ist) oder nicht. Je nach Antwort wird entschieden, ob das Duplikat unterdrückt oder unverändert belassen wird.

F&A (Google)



Ermöglicht Ihnen die Überwachung einer Liste von Fragen, die von Nutzern in Ihren Verzeichnissen gestellt wurden, zusammen mit Kennzahlen zu 'beantworteten' und 'unbeantworteten' Fragen.

Sie haben auch die Möglichkeit, Ihre eigenen Antworten auf diese Fragen zu veröffentlichen.

Profile



Gibt Ihnen einen schnellen Überblick darüber, wo für jeden Ihrer Standorte Unstimmigkeiten bestehen. Überwachen Sie, wann die Plattform Ihre Verzeichnisse zuletzt geprüft hat.

Klicken Sie auf einen beliebigen Standort, um Ihre source of truth (zuverlässige Originalquelle) mit den Live-Daten auf den wichtigsten Quellen-Websites zu vergleichen. Sie können sich die Profildaten für jeden Standort anzeigen lassen und bestehende Datenpunkte hinzufügen, ändern oder löschen.

Note: (Hinweis) Sie benötigen Unterstützung bei der Verwaltung Ihrer Präsenz auf Google? Informieren Sie sich über unser Angebot an kostenpflichtigen Premium-Diensten, um Unterstützung zu erhalten.

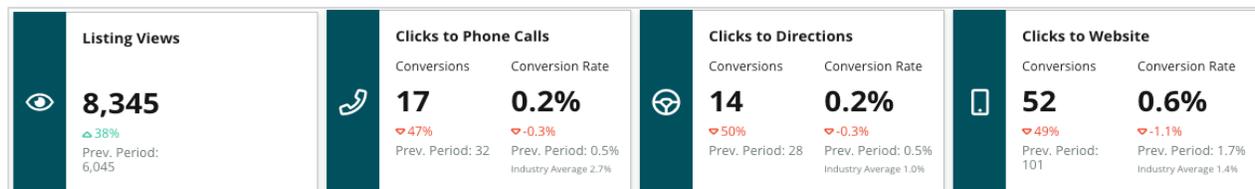
Verzeichnisperformance verwalten

Verstehen Sie, wie Besucher mit Ihren Verzeichnissen interagieren.

Die Registerkarte "Performance" unter **Listings** (Verzeichnisse) gibt einen klaren Überblick über Ihr Online-Publikum und darüber, wie dieses Ihr Unternehmen auf Google, Facebook und Bing findet. Erfahren Sie, wie sie auf Ihre Einträge reagieren, wenn sie darauf gestoßen sind, und lernen Sie, wie Sie Ihr Angebot verbessern und effektiver werben können. Lassen Sie sich Erkenntnisse nach dem ausgewählten Datumsbereich oder im Zeitverlauf anzeigen.

Übersichtsdiagramm

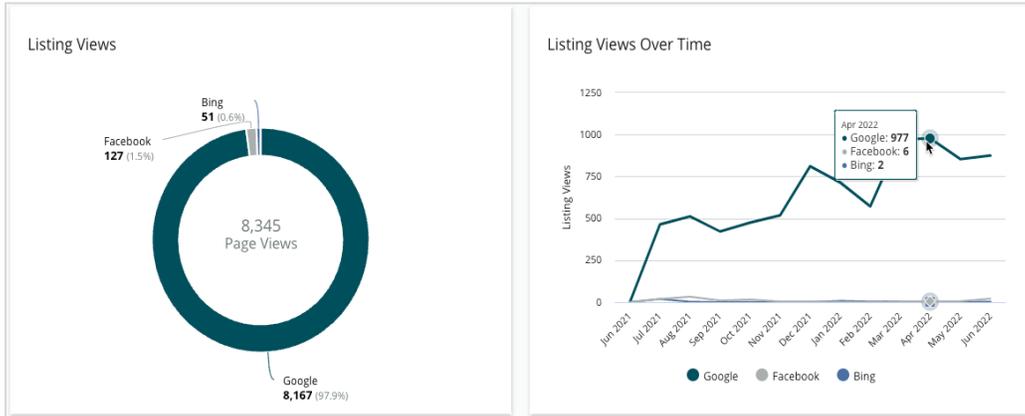
Oben auf der Seite sehen Sie eine Zusammenfassung der Verzeichnis-Abrufe für Facebook, Google und Bing sowie die Gesamtzahl der Aktionen, die von Besuchern für diese Verzeichnisse im angegebenen Datumsbereich ausgeführt wurden. Website-Besuche umfassen alle Klicks von mobilen und nicht-mobilen Geräten.



Note: (Hinweis) Konversionen beziehen sich darauf, wie oft ein Kunde vom Eintrag des Unternehmens aus über einen Klick anruft, eine Wegbeschreibung abrufen oder die Webseite aufruft. Die Konversionsrate ist die Anzahl der Klicks auf die Aktion

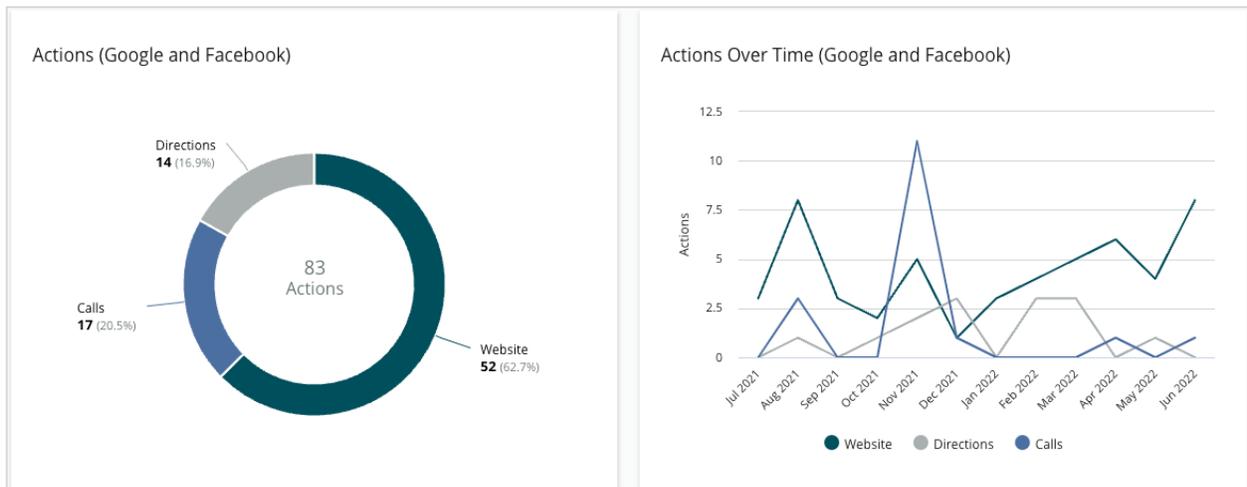
Verzeichnisansichten

Eine Aufschlüsselung der Gesamtzahl der Seitenabrufe für Verzeichnisse bei Facebook, Bing und Google (einschließlich Suche und Map). Eine Quelle wird nicht angezeigt, wenn keine Daten verfügbar sind.



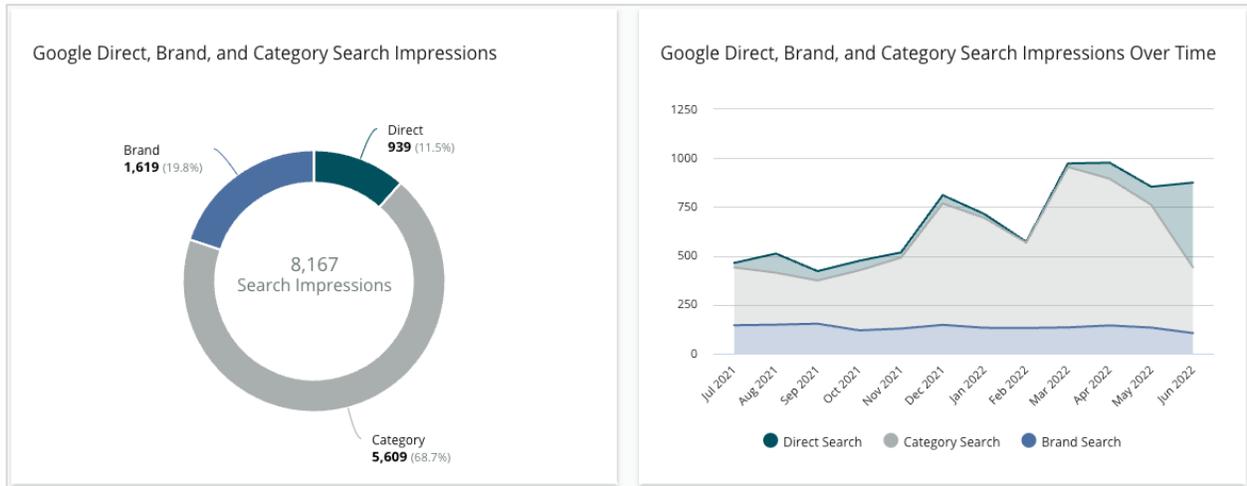
Aktionen (Google & Facebook)

Eine Aufschlüsselung der Anzahl von Aktionen, die Personen bei Verzeichnissen durchführen: Telefonanruf, Anfahrtsbeschreibungen, Website-Besuche. Dies kann Ihnen in Verbindung mit der Anzahl der Aufrufe helfen, die Konvertierungsraten von Betrachtern in engagierte Nutzer zu berechnen.



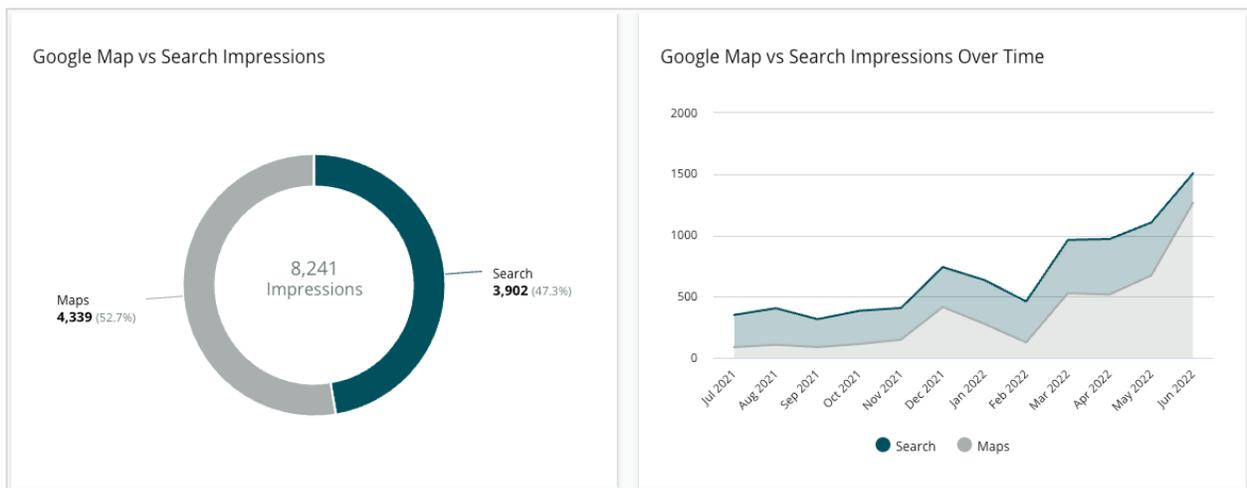
Google Direkt-, Marken- und Kategorie-Suchanzeigen

Eine Aufschlüsselung der Suchanzeigen nach Standortnamen im Vergleich zu Marke und Kategorie.



Google Maps vs. Suchanzeigen

Eine Aufschlüsselung der Suchanzeigen aus der Google Maps-Suche im Vergleich zur direkten Suche.

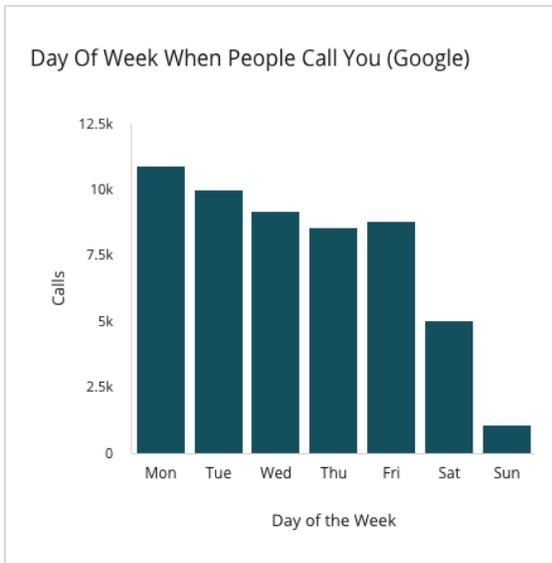


Wochentag, an dem Besucher Sie anrufen

anrufen

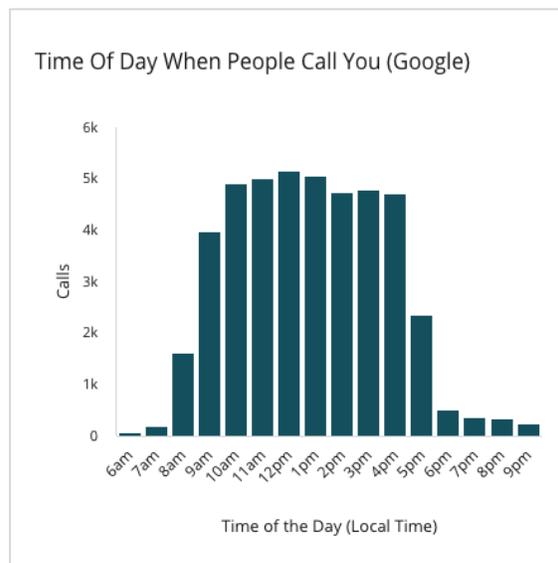
Eine Aufschlüsselung der Tage, an denen Besucher auf die Schaltfläche "Anrufen" in Ihrem

Verzeichnis klicken. Das Diagramm zeigt die Gesamtzahl, die von Ihren Einträgen im ausgewählten Datumsbereich getätigt wurden, gruppiert nach Wochentag.



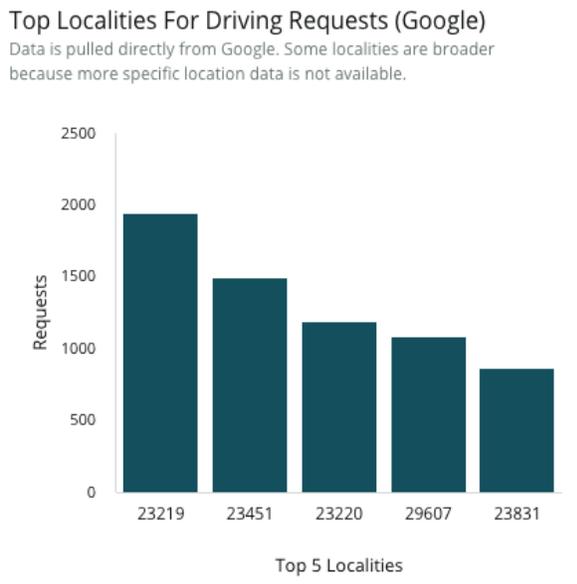
Tageszeit, zu der Sie angerufen werden

Eine Aufschlüsselung der Zeiten, zu denen Ihr Standort angerufen wird, gruppiert nach Stunden. Das Diagramm berücksichtigt Anrufe von 5 Uhr morgens bis 21 Uhr abends. Alle Anrufe außerhalb dieser Zeiten sind im Diagramm nicht enthalten.



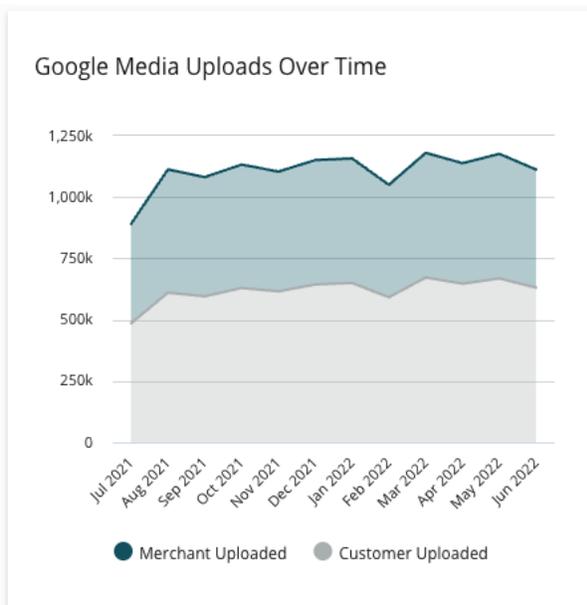
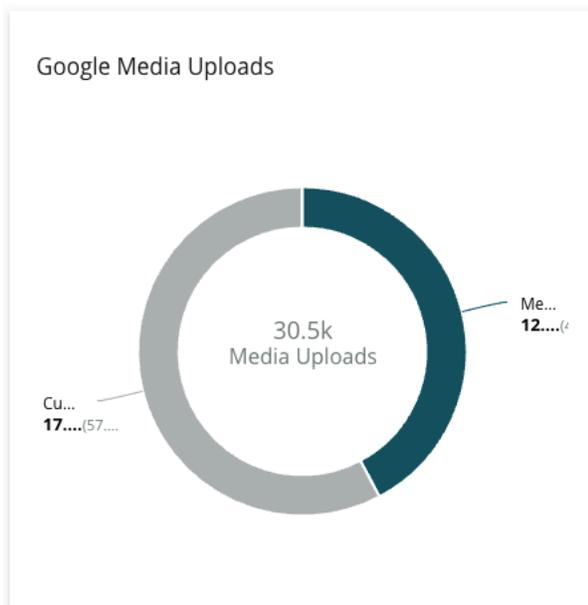
Top-Örtlichkeiten für Anfragen nach Wegbeschreibungen

Eine Übersicht über die Orte, an denen die Besucher Ihrer Google-Verzeichnisse eine Anfahrtsbeschreibung anfordern. Die Spalten bieten eine abgestufte Ansicht auf der Ebene von Land, Bundesland, Landkreis und Stadt. Die Spaltenbezeichnungen (Namen oder Nummern) werden direkt von Google Business Profile (früher bekannt als Google My Business) bereitgestellt.



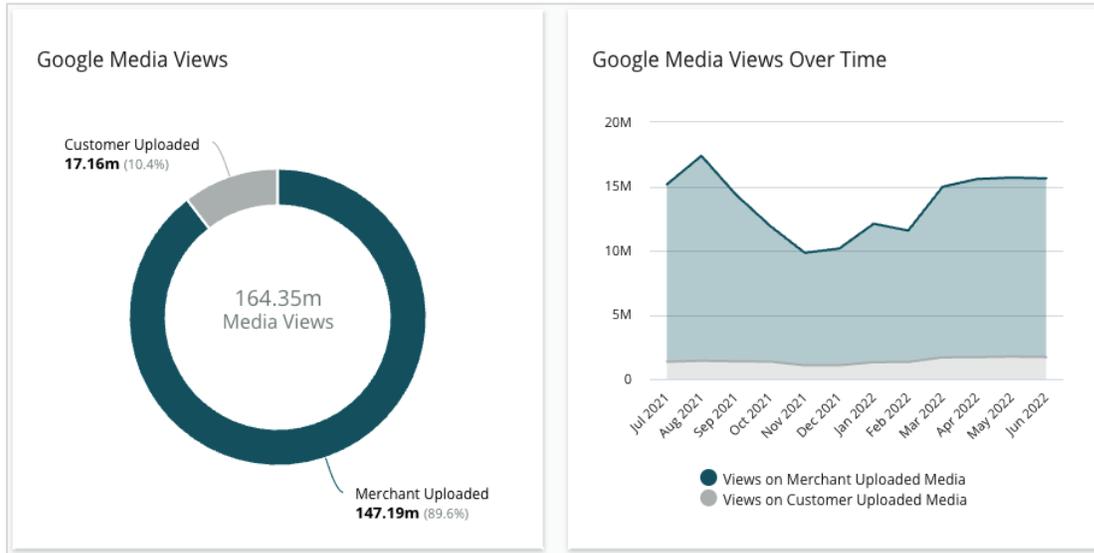
Google Media Uploads

Gesamte hochgeladene Medien (Videos und Bilder) für Ihre GBP-Verzeichnisse (vormals bekannt als GMB), aufgeschlüsselt nach Kunden-Uploads und Händler-Uploads.



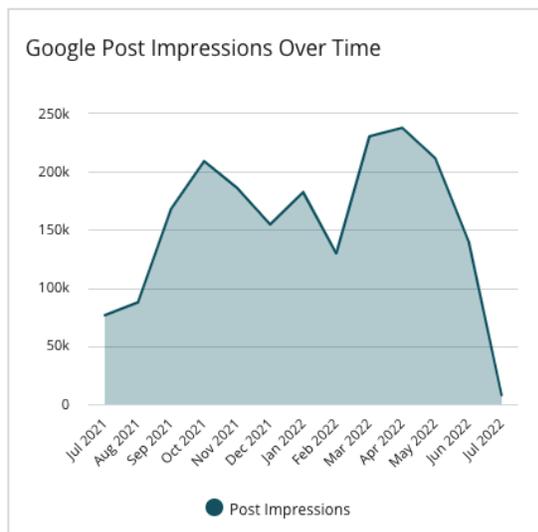
Google Media-Aufrufe

Gesamte Medienaufrufe (Videos und Bilder) auf Ihren GBP-Verzeichnissen, aufgeschlüsselt nach Medien, die von Kunden hochgeladen wurden, und Medien, die von Händlern hochgeladen wurden.



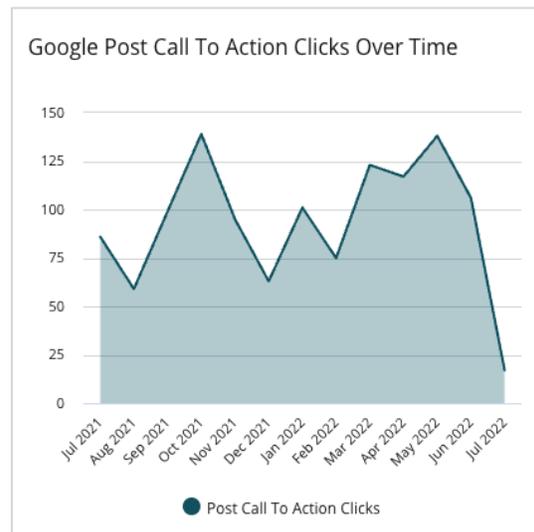
Abrufe von Google-Beiträgen im Zeitverlauf

Eine Aufschlüsselung der Aufrufe, die von Beiträgen der Google Business Profile getätigt wurden.



Klicks mit Handlungsaufforderung im Zeitverlauf für Google-Beitrag

Eine Aufschlüsselung der Klicks mit Handlungsaufforderung für Google Business Profile-Beiträge.



Die Verwaltung doppelter Verzeichnisse

Sorgen Sie für eine einheitliche Online-Präsenz Ihrer Standorte durch die Verwaltung von doppelten Verzeichnissen.

Der Duplikat-Manager hilft Ihnen bei der Identifizierung, Beurteilung und Beseitigung potenzieller doppelter Standortverzeichnisse. Sie entscheiden, ob ein Eintrag ein Duplikat ist oder nicht. Once you confirm a potential duplicate, the change is permanent.! (Sobald Sie ein potenzielles Duplikat bestätigen, ist die Änderung dauerhaft!)

Es ist wichtig, doppelte Verzeichnisse umgehend zu beheben, da sie häufig:

- Negative Auswirkungen auf das Suchranking haben und die Bewertungen auf mehrere Seiten aufteilen.
- Verwirrung bei den Kunden hervorrufen.
- Veraltete oder falsche Informationen über Ihr Unternehmen anzeigen.

Note: (Hinweis) Die Verwaltung von Duplikaten ist nur für Google- und Facebook-Verzeichnisse verfügbar. Die Plattform zeigt potenzielle Foursquare-Duplikate an, um auf sie aufmerksam zu machen.

Nach Duplikaten suchen

Der automatische Duplicate Scanning-Service sucht alle 90 Tage nach potenziellen Duplikaten im Internet. Potenzielle Duplikate werden gekennzeichnet, wenn das Verzeichnis nicht über Ihr Konto verwaltet wird und im Vergleich zu einem aktiv verwalteten Verzeichnis mindestens eines der folgenden Merkmale aufweist:

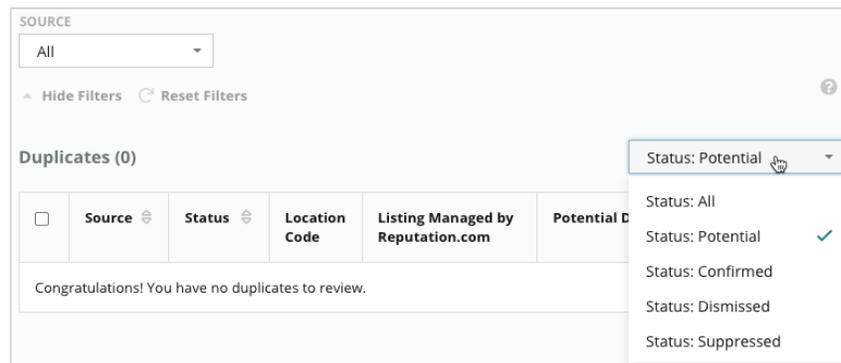
- Gleicher oder ähnlicher Name
- Gleiche oder sehr nahe gelegene Adresse / Geografie (weniger als 0,5 Meilen (1,6 km))
- Gleiche Branche, Kategorie oder Dienstleistungen
- Gleiche Telefonnummer
- Gleiche Webseite

Maßnahmen ergreifen

Eine potenzielle Übereinstimmung bleibt so lange im Duplikat-Manager, bis Sie Maßnahmen ergreifen. Während einige Duplikate offensichtlich sind, erfordert die Bestätigung von Duplikaten eine manuelle Überprüfung. Beispielsweise könnten Sie absichtlich zwei Verzeichnisse mit demselben Namen, derselben Adresse und Telefonnummer haben, die unterschiedlichen Zwecken dienen (z. B. Verkaufs- und Kundendienstabteilung).

So ergreifen Sie Maßnahmen bei Verdachtsfällen von Duplikaten:

1. Klicken Sie in der Registerkarte **Listings** (Verzeichnisse) auf **Duplicate** (Duplikat)
2. Verwenden Sie die Filter in der oberen Zeile, um Ihren Fokus einzuzugrenzen. Der Status ist standardmäßig auf "Potential" eingestellt.
 - a. **Potential** (Potentiell): Ein potenzielles Duplikat
 - b. **Confirmed** (Bestätigt): Der Mandant hat auf "Akzeptieren" geklickt und bestätigt, dass es sich um ein Duplikat handelt, jedoch noch nichts unternommen
 - c. **Dismissed** (Verworfen): Der Mandant hat auf "Ablehnen" geklickt
 - d. **Suppressed** (Unterdrückt): Das Duplikat wird offiziell zusammengeführt oder unterdrückt



3. Vergleichen Sie die Daten für das verwaltete Angebot und das potenzielle Duplikat; klicken Sie auf den Namen des jeweiligen Angebots, um die in Frage kommenden aktiven Verzeichnisse zu öffnen.
4. Wählen Sie eine der folgenden Optionen:
 - **Not a Duplicate** (Kein Duplikat) – Nehmen Sie keine Maßnahmen an den Verzeichnissen vor. Im Duplikat-Manager werden die Datensätze in den Status "Dismissed" (Verworfen) versetzt.
 - **Duplicate** (Duplikat) – Führen Sie das als Duplikat erkannte Verzeichnis mit dem verwalteten Verzeichnis zusammen. Sobald dies bestätigt ist, werden die Bewertungen des doppelten Verzeichnisses auf das verwaltete Verzeichnis übertragen und jeglicher Datenverkehr, der zuvor auf das Doppelverzeichnis gerichtet war, wird auf das verwaltete Verzeichnis umgeleitet. Im Duplikat-Manager wechseln die Datensätze in den Status "Confirmed" (Bestätigt).

Mit den Kontrollkästchen und den Buttons für Sammelaktionen oben auf der Seite können Sie mehrere Duplikate gleichzeitig bearbeiten.

Achtung! Nachdem Sie auf "Duplicate" (Duplikat) geklickt haben, erscheint ein Bestätigungsbildschirm. Sobald Sie Ihre Auswahl bestätigt haben, beginnt innerhalb von 48 Stunden der Prozess zur Unterdrückung des Duplikats, um die Überführung auf die Quellseite vorzunehmen. Derzeit ist Reputation nicht in der Lage, Sie zu benachrichtigen oder bestätigen, dass Ihr Eintrag unterdrückt wurde.

Note: (Hinweis) Die Quellseite kann bis zu einigen Wochen brauchen, um das Duplikat aus ihrem Netzwerk zu entfernen. Reputation garantiert nicht, dass alle Eingaben zur Unterdrückung von Duplikaten erkannt oder akzeptiert werden. Wenn Sie Probleme mit der Unterdrückung eines Duplikats haben, wenden Sie sich bitte an das Reputation Support Team.

Verzeichnisdetails prüfen

Identifizieren und aktualisieren Sie fehlerhafte Daten für jeden Standort auf den wichtigsten Webseiten.

Die Registerkarte **listing Details** (Verzeichnisdetails) unter **Listings** (Verzeichnisse) zeigt für jeden Standort an, welche Verzeichnisse mit Ihrer zuverlässigen Originalquelle übereinstimmen oder nicht. Die Reputation-Plattform prüft Ihre Unternehmensverzeichnisse automatisch alle 24 Stunden.

Während wir die Daten der angeschlossenen Quellen täglich erfassen, sammeln einige Quellen die Daten einmal pro Woche oder alle drei Tage, d. h. unsere Daten sind nur so aktuell wie die Daten der Quelle.

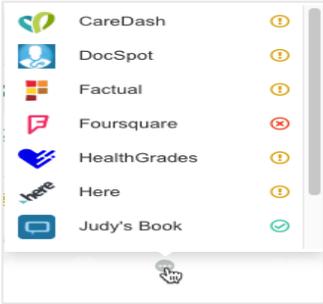
Standorte

Anhand der Standorttabelle können Sie schnell feststellen, wo es Abweichungen gibt, und sehen, wie lange die letzte Prüfung zurückliegt. Filtern Sie nach "Alle", "AutoSynced" oder "Nur geprüfte" Standorte.

Location	Address						Last Audited	AutoSynced
							1 day	<input checked="" type="checkbox"/>
							3 days	<input checked="" type="checkbox"/>
							1 day	<input checked="" type="checkbox"/>

Achtung! Sie müssen über Administratorrechte für Ihr Konto verfügen, um Quellen für Verzeichnisse hinzufügen oder ändern zu können. Wenn Sie Hilfe benötigen, wenden Sie sich an Ihre/n Kundenbetreuer/in oder das Support Team.

Das Standortraster für **Listings** (Verzeichnisse) enthält die folgenden Spalten:

Name	Beschreibung														
Standort	Der Name des Standorts, auf den Sie Zugriff haben. Klicken Sie auf den Namen, um Details zur Prüfung anzuzeigen.														
Adresse	Die Adresse des Standorts, so wie sie in der zuverlässigen Originalquelle der Plattform angegeben ist.														
Korrigierbare Websites	Google, Facebook und Bing sind Beispiele für korrigierbare Websites. Wenn Ihr Konto diese Websites als Quelle für Verzeichnisse enthält und wenn diese Websites über geeignete Verbindungen verfügen, werden die Statusinformationen als Übereinstimmung (✔) oder Abweichung (✘) angezeigt.														
Unterstützte Websites	<p>Wenn die Verzeichnisquelle Ihres Kontos diese Websites umfasst, werden Statusinformationen angezeigt, wenn Sie den Mauszeiger über die Ellipsen bewegen.</p> <p>Websites, bei denen eine URL fehlt, werden mit diesem  Symbol gekennzeichnet:</p> <div data-bbox="786 1182 1109 1486" style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin: 10px auto; width: fit-content;">  <table border="1"> <tr><td>CareDash</td><td>🕒</td></tr> <tr><td>DocSpot</td><td>🕒</td></tr> <tr><td>Factual</td><td>🕒</td></tr> <tr><td>Foursquare</td><td>✘</td></tr> <tr><td>HealthGrades</td><td>🕒</td></tr> <tr><td>Here</td><td>🕒</td></tr> <tr><td>Judy's Book</td><td>✔</td></tr> </table> </div> <p>Websites, bei denen eine URL fehlt, werden mit diesem  Symbol gekennzeichnet:</p>	CareDash	🕒	DocSpot	🕒	Factual	🕒	Foursquare	✘	HealthGrades	🕒	Here	🕒	Judy's Book	✔
CareDash	🕒														
DocSpot	🕒														
Factual	🕒														
Foursquare	✘														
HealthGrades	🕒														
Here	🕒														
Judy's Book	✔														
Letzte Prüfung	Die Anzahl der Tage seit dem letzten Vergleich der Websites dieses Standorts mit der zuverlässigen Originalquelle.														
AutoSynced	Die Daten der zuverlässigen Originalquelle sind so eingestellt, dass Fehlinformationen automatisch korrigiert werden.														

Einzelne Standorte

Wenn Sie in der Standorttabelle auf einen Standort klicken, können Sie die Ergebnisse der Prüfung schnell für die wichtigsten Websites durchsehen. Die für jede verknüpfte Verzeichnis-Seite angezeigten Daten sind in zwei Formaten verfügbar:

Kartenansicht

The screenshot shows four business listing cards for 'BDP - Uptown'. Each card includes the following information:

- Google:** Address: 21917 North 97th Dr, #200, Peoria, Arizona 85383 US; Phone: (480) 269-5649; Website: https://bdp-uptown.business.site; Status: PUBLISHED TO SOURCE; Last Audited: 07/03/22; Last Submitted: 06/23/22.
- Facebook:** Address: 21917 North 97th Dr, #200, Peoria, AZ 85383 United States; Phone: +14802695649; Website: https://bdp-uptown.business.site/; Status: PUBLISHED TO SOURCE; Last Audited: 07/03/22; Last Submitted: 06/23/22.
- Bing:** Address: 21917 North 97th Dr, #200, Peoria, AZ 85383 US; Phone: (480) 269-5649; Website: https://bdp-uptown.business.site/; Status: PENDING UPDATE; Last Audited: 07/03/22; Last Submitted: 05/21/22.
- DocSpot:** Name: Josh Perkins, OD; Address: 4800 N 22nd Street, Phoenix, AZ 85016 US; Phone: (602) 955-1000; Website: https://www.docspot.com/user/177s=YHv3F8WfNrnjUwCkqrAYZFZ32b; Status: AUDIT ONLY; Last Audited: 06/30/22.

Listenansicht

Source	Status	Formatted Name	Address	Phone	Website	Business Hours	Specialties	Description	AutoSynced	Last Audited
Google	PUBLISHED TO SOURCE	BDP - Uptown	21917 North 97th Dr, #200, Peoria, Arizona 85383 US	(480) 269-5649	https://bdp-uptown.business.site	Open 9:00 AM - 4:00 PM			On	Jul 3, 2022
Facebook	PUBLISHED TO SOURCE	BDP Uptown	21917 North 97th Dr, #200, Peoria, AZ 85383 United States	+14802695649	https://bdp-uptown.business.site/	Open 9:00 AM - 4:00 PM			On	Jul 3, 2022
Bing	PENDING UPDATE	BDP - Uptown	21917 North 97th Dr, #200, Peoria, AZ 85383 US	(480) 269-5649	https://bdp-uptown.business.site/	Open 9:00 AM - 4:00 PM			On	Jul 3, 2022
DocSpot	AUDIT ONLY	Josh Perkins, OD	4800 N 22nd Street, Phoenix, AZ 85016 US	(602) 955-1000	https://www.docspot.com/user/177s=YHv3F8WfNrnjUwCkqrAYZFZ32b	No Hours	No specialties	No description	Off	Jun 30, 2022

Status Eingereicht

Der Status "Eingereicht" kann aus folgenden Gründen für ein Verzeichnis vergeben werden.

- **Published to Source** (An die Quelle veröffentlicht) – Die Daten wurden an die Quelle gesendet und als korrekt bestätigt.
- **Submitted to Source** (Eingereicht an die Quelle) – Die Daten wurden an die Quelle gesendet.

Note: (Hinweis) Sobald die Daten über die Reputation-Plattform übermittelt wurden, liegt es im Ermessen der jeweiligen Quelle, wann die Informationen veröffentlicht werden.

Status Ausstehend

Ein Verzeichnis kann aus folgenden Gründen als "Ausstehend" gekennzeichnet sein.

- **Pending Update** (Ausstehende Aktualisierung) – Eine Aktualisierung wurde eingereicht und wartet nun auf die Aktualisierung in der Quelle.
- **Missing/Invalid Data** (Fehlende/ungültige Daten) – Im Profil fehlen die für die Quelle erforderlichen Daten oder die vorhandenen Daten entsprechen nicht den Anforderungen einer aktiv verwalteten Quelle.
- **Pending Verification** (Ausstehende Verifizierung) – Wird für Quellen verwendet, die keine PIN-Verifizierung verlangen, sondern auf eine Verifizierung durch andere Methoden warten.
- **Pending PIN Verification** (Ausstehende PIN-Verifizierung) – Die Postkarte mit dem PIN-Code muss noch versendet werden.
- **PIN Verification Requeste** (PIN-Verifizierung angefordert) – Die Postkarte mit der PIN wurde versendet, wir warten nun auf die Rückübermittlung der PIN durch den Kunden.
- **Missing/Invalid Credentials** (Fehlende/ungültige Anmeldeinformationen) – Die zur Erfüllung eines Verzeichnisses in einer Quelle erforderliche credentialing information (Anmeldeinformation) fehlt oder ist ungültig.
- **Source Error** (Quellenfehler) – Wird ausgegeben, wenn eine API-Fehlerantwort von einer Quelle empfangen wird.
- **Duplicate** (Duplikat) – Ein Verzeichnis, das von einer Quelle als Duplikat gekennzeichnet wurde.
- **Gesperrt** – Ein Verzeichnis, das von einer Quelle gesperrt oder deaktiviert wurde.
- **Rejected** (Abgelehnt) – Die Daten werden von der Quelle abgelehnt bzw. die Quelle hat mitgeteilt, dass wir keine Aktualisierungen des Verzeichnisses vornehmen können.

Status nicht Erfüllbar

Ein Verzeichnis kann aus folgenden Gründen als "Nicht Erfüllbar" gekennzeichnet sein.

- **Audit Only** – (Nur Prüfung) – Ein Standort, der in einer Quelle geprüft, aber nicht aktiv verwaltet wird.
- **Cancelled** (Storniert) – Ein Standort, der früher aktiv für Geschäftsverzeichnisse verwaltet wurde, jetzt aber nicht mehr.
- **Closed** (Geschlossen) – Ein Standort, der geschlossen wurde.
- **Not Publishable** (Kann nicht veröffentlicht werden) – Das Profil enthält ein fehlendes Feld, das für die ausgewählte Quelle erforderlich ist (z. B. benötigt Facebook eine Beschreibung). Ein Verzeichnis kann auch aufgrund von Länder- oder Branchenbeschränkungen diesen Status haben, wenn er in einer Quelle veröffentlicht werden soll.
- **Opted Out** (Abgemeldet) – Ein Standort, der sich entschieden hat, nicht am Geschäftsverzeichnis-Programm teilzunehmen.
- **Other** (Sonstige) – Standorte, die aus anderen Gründen nicht erfüllt werden können, fallen unter diesen Status.

Fehlende oder ungültige Anmeldeinformationen

Die Registerkarte "Anmeldeinformationen" in der Plattformverwaltung enthält für externe Websites standortbezogene Berechtigungen, die für die Verwaltung von Verzeichnissen, die Beantwortung von Bewertungen und/oder die Veröffentlichung von Beiträgen in Social Media-Konten erforderlich sind. Die Plattform bietet zwei Arten der Authentifizierung für die meisten Quellen: eine Verbindung und einen Berechtigungsnachweis durch Anmeldeinformationen:

- **Connection** (Connection) – Eine Verbindung verwendet eine sichere Zugriffsmethode über OAuth, so dass die Anmeldeinformationen selbst nicht bei jeder Anfrage benötigt werden. Nachdem eine Verbindung hergestellt wurde, können Aufgaben von der Plattform aus mit einer schnelleren Reaktionszeit bereitgestellt werden. Nicht alle Quellenseiten verfügen über die Möglichkeit einer Verbindung.
- **Credentials** (Anmeldeinformationen) – Anmeldeinformationen sind der Benutzername und das Kennwort, die zur Authentifizierung bei einer externen Website verwendet werden. Wenn keine API-Verbindung verfügbar ist, verlässt sich die Plattform auf Anmeldeinformationen, um verschiedene Aufgaben in der Veröffentlichung durchzuführen.

Verbindungen

Es hat sich bewährt, an jedem Standort Verbindungen für alle verfügbaren Quellen einzurichten sowie Anmeldeinformationen einzugeben. Verbindungen sollte immer der Vorzug gegeben werden, wenn dies möglich ist. So fügen Sie eine Quelle hinzu:

1. Klicken Sie in der oberen rechten Ecke der Plattform auf "Settings" (Einstellungen).
2. Klicken Sie in der linken Navigation auf "Credentials" (Berechtigungsnachweise).
3. Es öffnet sich ein neues Browserfenster mit den für die Quellseite erforderlichen Authentifizierungsschritten. Wählen Sie das zu verwendende Profil aus (möglicherweise ist die Eingabe von Anmeldeinformationen erforderlich) und stimmen Sie den Bedingungen und Diensten für die Nutzung der API zu. Die Verbindung wird der Liste der Quellen auf der Registerkarte "Anmeldeinformationen" im Verwaltungsbereich hinzugefügt.

Berechtigungsnachweise

So fügen Sie einen Berechtigungsnachweis hinzu:

1. Klicken Sie in der oberen rechten Ecke der Plattform auf "Settings" (Einstellungen).
2. Klicken Sie in der linken Navigation auf "Credentials" (Berechtigungsnachweise).
3. Klicken Sie auf "Add Data" (Daten hinzufügen) und fahren Sie dann mit dem Mauszeiger über "Connections" (Verbindungen). Klicken Sie dann auf die Quelle, mit der Sie eine Verbindung herstellen möchten.
4. Ändern Sie die folgenden Einstellungen.
5. Klicken Sie auf "Save" (Speichern). Der Berechtigungsnachweis wird unter der ausgewählten Quellseite hinzugefügt. Um die Berechtigungsnachweise zu bearbeiten, klicken Sie auf die Quellseite und dann auf das Pluszeichen (+) auf der rechten Seite, um Daten hinzuzufügen.

AutoSynced

Um eine Quelle von der automatischen Aktualisierung auszuschließen, schalten Sie die Schaltfläche "AutoSynced" aus. Um alle Quellen für einen bestimmten Standort von den automatischen Updates auszuschließen, schalten Sie die Schaltfläche "AutoSynced" in der Standorttabelle um.

Location	Address						Last Audited	AutoSynced
BDP - Lake Havasu							1 day	

Genauigkeit der Einträge verbessern

Quantifizieren Sie den Wert Ihrer verwalteten Listings (Einträge) und identifizieren Sie Bereiche mit Verbesserungsbedarf.

Die Registerkarte "Listing Accuracy" (Genauigkeit der Einträge) unter Listings bietet eine Momentaufnahme der von der Plattform verwalteten Datenpunkte und zeigt die prozentuale Genauigkeit bei hochfrequentierten Quellen wie Google und Bing.

Zusammenfassung der Überprüfung für veröffentlichte Verzeichnisse (Published Audit Summary)

Lassen Sie sich ein Dashboard für Ihre Verzeichnis-Aktivitäten anzeigen:



Sortieren Sie die Verzeichnisstandorte und die Prüfungsübersicht nach "Published" (Veröffentlicht), "Pending" (Ausstehend) und "Not Fulfillable" (Nicht erfüllbar) in der oberen rechten Ecke des Dashboards "Listing Accuracy". Klicken Sie auf die Ellipse, um Daten zu terminieren, weiterzuleiten oder ein PDF herunterzuladen.

Fulfillment Category: **Published** Pending Not Fulfillable

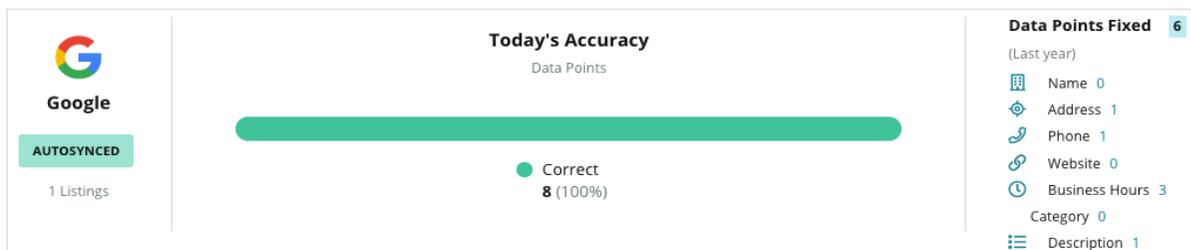
- Download PDF
- Schedule
- Forward

Die folgenden Daten sind unter "Published Audit Summary" enthalten:

In der Prüfungszusammenfassung enthaltene Daten	Beschreibung
Standorte	Die Anzahl der Standorte in mindestens einer der unten aufgeführten Quellen.
Gesamtzahl der Einträge	Die Anzahl der Vorgänge, die in den unten als "AutoSynced" bezeichneten Quellen überprüft werden.
AutoSynced	Die Anzahl der Datenpunkte, die in den unten als "AutoSynced" bezeichneten Quellen überwacht werden.
Fehlend	Die Anzahl der überprüfbaren Datenpunkte (z. B. Geschäftszeiten, Telefonnummer usw.), die in Ihren Plattformprofilen fehlen.
Korrekt	Die Anzahl und der Prozentsatz der Live-Datenpunkte, die mit der zuverlässigen Originalquelle übereinstimmen. Geringfügige Unterschiede, wie Großschreibung und "Straße" vs. "Str.", werden vom System als korrekt angesehen.
Inkorrekt	Die Anzahl und der Prozentsatz der Live-Datenpunkte, die nicht mit der zuverlässigen Originalquelle übereinstimmen.
Korrigiert	Die Anzahl der Datenpunkte, die von der Plattform seit Beginn der Datenerfassung für Ihre Profile automatisch korrigiert wurden. Datenpunkte werden aus einer Vielzahl von Gründen ungenau, weshalb die Prüfer sie ständig überwachen und automatisch korrigieren.

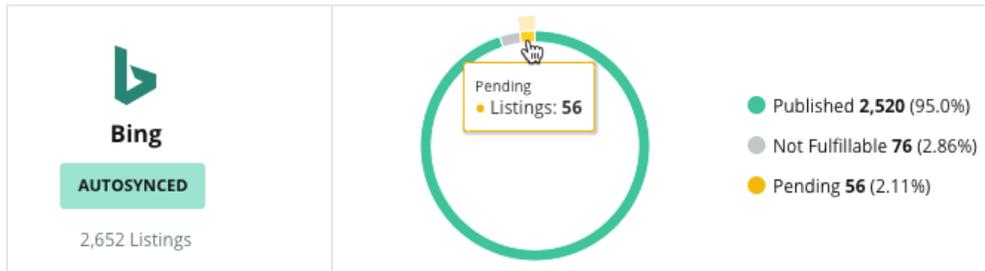
Genauigkeit nach Quelle

Unterhalb der Summary-Statistiken (Zusammenfassung) können Sie den Status jeder Verzeichnis-Quelle, aufgeschlüsselt nach Datenpunkten, einsehen. Bei Google sollten Sie eine Genauigkeit von nahezu 100 % anstreben. Andere Nicht-API-Websites können eine geringere durchschnittliche Genauigkeit aufweisen.



Fulfillment Category (Kategorie für Ausführung) nach Datenquelle

Sie sehen auf einen Blick, wie viele Einträge pro Quelle "published" (veröffentlicht), "pending" (ausstehend) oder "not fulfillable" (nicht ausführbar) sind.



Klicken Sie in die Diagramme, um zu analysieren, welche Einträge in die einzelnen Bereiche (Published, Pending, and Not Fulfillable) fallen und welche Maßnahmen erforderlich sind, um etwaige Probleme zu lösen. Nachstehend finden Sie die Orte, bei denen nach dem Anklicken des obigen Diagramms eine Aktualisierung der Daten ansteht.

Locations Pending on Bing (56) ✕

[Download Audit Data](#)

Location	Status	📅	📍	📞	📧	🕒	👁️	✎
[Redacted]	PENDING UPDATE	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗
[Redacted]	PENDING UPDATE	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✗
[Redacted]	PENDING UPDATE	✓	✗	✓	✓	✗	✗	✗
[Redacted]	PENDING UPDATE	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗

Publisher-Vorschläge verwenden

Verbessern Sie die Genauigkeit der Daten in Ihren Verzeichnissen mit vorgeschlagenen Änderungen.

Die Registerkarte **Publisher Suggestions** (Herausgeber-Vorschläge) unter Verzeichnisse hilft Ihnen, die Richtigkeit Ihrer Verzeichnis-Daten anhand des Feedbacks von Nutzern und Herausgeber-Seiten zu gewährleisten. Sie können die Änderung entweder ablehnen oder akzeptieren. Wenn Sie zustimmen, wird das System automatisch Ihre Profildaten (die Quelle der Wahrheit) aktualisieren und dies auf allen Herausgeber-Seiten veröffentlichen.

Note: (Hinweis) Die Vorschläge stammen derzeit ausschließlich von Google. Andere Herausgeber-Quellen sind noch nicht verfügbar.

<input type="checkbox"/>	Location Details	Source	Data Field	Existing Data	Suggested Data	Actions
<input type="checkbox"/>	BDP - Uptown (B021) 4520 North 2nd Ave, #200, Phoenix, AZ 85013	 Google	Hours	Mon: 09:00 - 17:00 Tues: 09:00 - 17:00 Wed: 09:00 - 17:00 Thu: 09:00 - 17:00 Fri: 09:00 - 17:00 Sat: Closed Sun: Closed	Mon: 09:00 - 17:00 Tues: 09:00 - 17:00 Wed: 09:00 - 17:00 Thu: 09:00 - 17:00 Fri: 09:00 - 17:00 Sat: 09:00 - 12:00 Sun: Closed	 

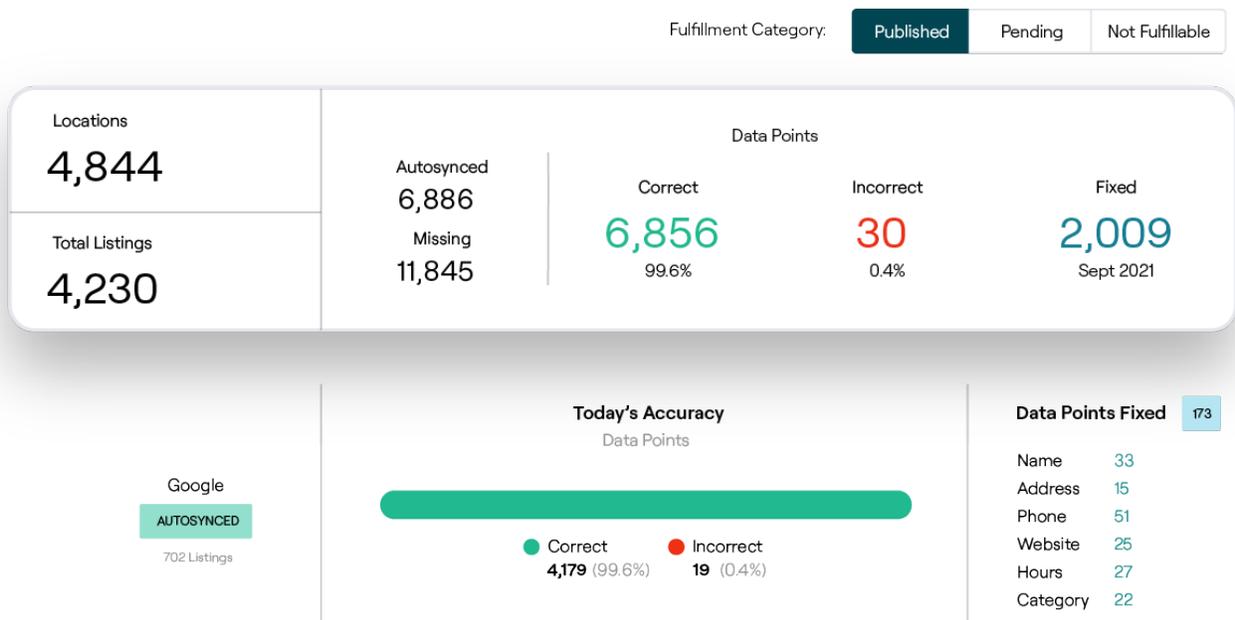
Pro Feld wird ein Vorschlag angeboten. Wenn ein Feld mehrere Vorschläge enthält (z. B. Kategorien), handelt es sich um eine "Alles oder nichts"-Option. Wenn der Vorschlag z. B. 10 Kategorie-Vorschläge enthält, Sie aber nur 2 davon behalten möchten, müssen Sie den Vorschlag ablehnen und dann die zwei Änderungen der Kategorien im Standortprofil über manuell hinzufügen/bearbeiten.

Verzeichnisprofile bearbeiten

Einfache Aktualisierung Ihrer Standortdaten - einzeln oder gebündelt.

Auf der Registerkarte **Profiles** (Profile) unter **Listings** (Verzeichnisse) können Sie Ihre Profile zentral von einem Ort aus durch schnelle Bearbeitungen oder umfangreiche Änderungen verwalten. Für jeden in einer Liste oder einem Verzeichnis enthaltenen Standort (Einrichtung oder Person) ist ein Profil erforderlich. Jeder Profildatensatz entspricht einem "Standort"-Datensatz in den Einstellungen der Plattformverwaltung (Registerkarte Standort).

Alle Aktualisierungen, die Sie an den Profildaten vornehmen — wie neue Öffnungszeiten oder Telefonnummern — werden an verwaltete Verzeichnisseiten und Datenaggregatoren weitergeleitet, um Einheitlichkeit im gesamten Internet zu gewährleisten.



Achtung! Änderungen an einem Profil innerhalb der Reputation-Plattform werden auf das zugehörige Verzeichnisprofil übertragen, aber Änderungen am Verzeichnisprofil werden NICHT zurück auf ein Profil im Adressbuch übertragen.

Einmalige Bearbeitung von Profildaten

Mithilfe der Plattform können Sie einfache Bearbeitungen direkt an den Profildaten vornehmen.

So bearbeiten Sie ein Profil direkt:

1. Verwenden Sie auf der Profilseite den Filter **Location** (Standort) oder geben Sie den Namen des Profils, das Sie bearbeiten möchten, in das Suchfeld ein.
2. Klicken Sie in der Ergebnisliste auf das Symbol **Edit** (Bearbeiten).

<input type="checkbox"/>	Formatted Name	Code	Status	Profile Type	Address	Actions
<input type="checkbox"/>	BDP - Lake Havasu		Cleansed	Rooftop	40 Capri Blvd, Lake Havasu City, AZ 86403	
<input type="checkbox"/>			Cleansed	Rooftop		

3. Nehmen Sie innerhalb des Profils die erforderlichen Profiländerungen am Profil vor.
 - Felder mit einem roten Sternchen sind Pflichtfelder.
 - Verwenden Sie die Registerkarten auf der linken Seite, um zu verschiedenen Profilkategorien zu wechseln.
 - Klicken Sie, um die verfügbaren, zur Veröffentlichung geeigneten Seiten anzuzeigen.
 - Greifen Sie auf ein Protokoll der Änderungschronik zu.
4. Wenn Sie fertig sind, klicken Sie auf **Submit** (Einreichen).

Publishable to 7 source(s) Show history

Profile Information

Status: Cleansed

Type: Rooftop

Location Code*

AutoSync: YES NO

Profile Definition Name*: Rooftop

Parent Location

GMB UTM Tracking: YES NO

Linked Profiles No linked profiles

Cancel Save As Draft Submit

Die Änderungen werden automatisch auf die unterstützten Verzeichnis-Websites/Adressbücher übertragen.

Massenbearbeitung von Profildaten

Sie können nicht nur einmalige Profiländerungen vornehmen, sondern auch eine Vielzahl von Profilen gleichzeitig auf der Plattform bearbeiten.

So bearbeiten Sie ein Profil auf der Reputation-Plattform:

1. Klicken Sie auf der Registerkarte **Listings** (Verzeichnisse) auf **Profiles** (Profile).
2. Aktivieren Sie die Kästchen für die entsprechenden Profile, damit die Optionen für **Edit** (Bearbeiten) oder **Delete** (Löschen) angezeigt werden.

The screenshot shows a table of profiles with a dropdown menu open for the 'Edit' button. The table has columns for 'Formatted Name', 'Status', 'Profile Type', 'Address', and 'Actions'. Three profiles are listed, all with a 'Cleansed' status. The dropdown menu includes options for 'Attributes', 'Business Hours', 'Photos', 'Descriptions', and 'Site Enable'.

<input type="checkbox"/>	Formatted Name	Status	Profile Type	Address	Actions
<input checked="" type="checkbox"/>	BDP - Lake Havasu	Cleansed	Person	40 Capri Blvd, Lake Havasu City, AZ 86403	
<input checked="" type="checkbox"/>	BDP - Lake Havasu B022	Cleansed	Person	4520 North 2nd Ave, #301, Phoenix, AZ 85013	
<input type="checkbox"/>	BDP - Lake Havasu B023	Cleansed	Person	21917 N 97th Dr. #200, Peoria, AZ 85383	

3. Klicken Sie auf **Edit** (Bearbeiten) zur Anpassung von Attributen, Öffnungszeiten, Fotos, Beschreibungen oder aktivierten Websites (Datenquellen).

The screenshot shows the 'Attributes' section of the profile editing interface. It includes a 'Profiles Count' label and several categories of attributes with toggle buttons:

- Reservations:** 'Accepts Reservations' (checked), 'Walk Ins', 'Appointments Only', 'Reservations Only'.
- Ambiance:** 'Traditional', 'Casual', 'Romantic', 'Upscale', 'Trendy'.
- Good For:** 'Groups', 'Singles', 'Families', 'Couples'.

4. Klicken Sie auf **Update** (Aktualisieren).

Verwenden Sie die Optionen zum Importieren / Herunterladen auf der Profilseite, um Änderungen an mehreren Verzeichnissen über ein Tabellenformat vorzunehmen.

So bearbeiten Sie ein Profil durch Importieren einer Tabelle:

1. Klicken Sie auf der Registerkarte **Listings** (Verzeichnisse) auf **Profiles** (Profile).
2. **Klicken Sie auf Download (Herunterladen).**
3. Wählen Sie Profile zum Herunterladen und die gewünschten Spalten aus. Das Tabellenformat ist standardmäßig auf CSV eingestellt.

Download Profiles

Select Profiles to Download:

All Profiles (129) Filtered Profiles

Select Columns to Include:

Live Fields All Fields Selected Columns

Spreadsheet format:

.csv (Comma-separated values)

All

Filter

All

None

Public Location Name

Parent Location

Job Title

Download **Cancel**

4. **Klicken Sie auf Download (Herunterladen).**
5. Öffnen Sie die CSV-Datei und nehmen Sie die gewünschten Änderungen an den Profilen in einem Tabellenprogramm vor.
6. Speichern Sie die Datei, wenn Sie mit den Änderungen fertig sind.
7. Klicken Sie in der Plattform auf **Import** (Importieren).
8. Hängen Sie die gespeicherte CSV-Datei an und wählen Sie Ihr Import-Mapping.

Import Profiles

Drop file to attach, or **browse**

Accepted formats: csv,xlsx

Import Mapping

Default Mapping

Cancel **Import File**

9. Konfigurieren Sie das Mapping der Spaltenüberschriften und aktivieren Sie die Kontrollkästchen zum Überspringen der Seitennormalisierung und zum Ignorieren nicht zugeordneter Spalten, falls gewünscht. Klicken Sie auf **Import** (Importieren).
10. Speichern Sie das neue Mapping, speichern Sie die Änderungen am bestehenden Mapping oder speichern Sie nicht, um fortzufahren.
11. Überprüfen Sie die Importdetails nach Registerkarte.
 - Die Plattform ignoriert ungültige Datenpunkte und veröffentlicht die verbleibenden, gültigen Daten.
 - Stellen Sie fest, wo Fehler gefunden wurden und ergreifen Sie Korrekturmaßnahmen oder laden Sie eine Fehlerdatei herunter, um Änderungen ohne Fehler zu speichern und um den Überblick über die Änderungen zu behalten, die aufgrund von Fehlern nicht gespeichert wurden.
12. Klicken Sie auf **Close** (Schließen).

Die Plattform wird die Änderungen automatisch an die unterstützten Verzeichnis-Websites oder Adressbücher weiterleiten.

Profile hinzufügen

Sie müssen für jedes Profil angeben, ob es sich um eine Einrichtung (Gebäude) oder einen Arzt (Einzelperson) handelt. Für Ärzte, die in mehr als einer Einrichtung tätig sind, können Sie auch mehrere Dienststellen innerhalb desselben Profils erstellen. Darüber hinaus können Sie die Orts-ID verwenden, um die Standortinformationen für eine Einrichtung mit mehreren Arzt-/Berufsprofilen zu verknüpfen.

So fügen Sie ein neues Profil für einen neuen Standort hinzu:

1. Klicken Sie auf der Profilsseite auf **Add Profile** (Profil hinzufügen).

The screenshot shows a web interface for managing profiles. At the top, it says 'Profiles (129)'. Below this, there is a dropdown menu for 'Profile Statuses: 1 s...'. To the right, there are three buttons: 'Import', 'Download', and 'Add Profile'. The 'Add Profile' button is highlighted with a red border and a mouse cursor. Below the buttons is a search bar labeled 'Search Profiles'.

2. Geben Sie im Fenster "Profil hinzufügen" den Standortcode in das Kästchen **Code** ein.

The screenshot shows a dialog box titled 'Add Profile' with a close button (X) in the top right corner. At the top, there are two tabs: 'New Location' (selected) and 'Existing Location'. Below the tabs, there is a 'Code' field which is currently empty. Underneath the 'Code' field is a 'Definition' dropdown menu with 'Select' as the current selection. At the bottom of the dialog, there are two buttons: 'Cancel' and 'Create' (with a checkmark icon).

3. Wählen Sie in der Dropdown-Liste **Definition** die Option Einrichtung (Gebäude) oder Arzt (Mediziner).
4. Klicken Sie auf **Create** (Erstellen).
5. Geben Sie im Profil die restlichen Informationen ein.

Geschäftszeiten hinzufügen:

Häufig ändern sich die Öffnungszeiten eines Unternehmens für eine ganze Saison oder für bestimmte Feiertage, so dass Änderungen an Ihrem Firmeneintrag vorgenommen werden müssen. Wie lassen sich die Geschäftszeiten innerhalb der Plattform aktualisieren?

So fügen Sie ein neues Profil für einen neuen Standort hinzu:

1. Klicken Sie auf der Seite **Profiles** (Profile) auf den Standort, für den Sie besondere Geschäftszeiten anpassen oder hinzufügen möchten.

<input type="checkbox"/>	Formatted Name	Code	Status	Profile Type
<input type="checkbox"/>	BDP - Uptown (B021)	B021	Cleansed	Rooftop

2. Klicken Sie **Offices** (Büros), um Details und Öffnungszeiten des Büros einzusehen. Klicken Sie dann auf **Edit** (Bearbeiten).
3. Schalten Sie die grüne Schaltfläche um, die anzeigt, ob der Standort geöffnet oder geschlossen ist, und bearbeiten Sie die Geschäftszeiten nach Bedarf.
4. Click (**Klicken Sie**) **Submit For Approval (Zur Genehmigung einreichen)**.

Special Business Hours

10/31/2021	<input checked="" type="checkbox"/> Open	1:00 PI	-	4:00 PI	×
12/25/2021	<input checked="" type="checkbox"/> Open	9:00 AI	-	4:00 AI	×
07/04/2022	<input type="checkbox"/> Close	×			
09/05/2022	<input type="checkbox"/> Close	×			

[+ Add Special Business Hours](#)

[Cancel](#)
[Save As Draft](#)
[Submit For Approval](#)

Note: (Hinweis) Die Plattform übermittelt Änderungen an die Quelle in der Regel innerhalb von 24 Stunden. Während dieser Zeit wird auf der Plattform der Status "Submitted to Source" (An Quelle übermittelt) angezeigt. Sobald die Änderung umgesetzt ist, wird ein "Published to Source" (Auf Quelle veröffentlicht) angezeigt. Wir empfehlen, Urlaubszeiten für alle Verzeichnisse zu Beginn des Jahres einzutragen, um genügend Zeit für die Veröffentlichung zu haben, da es jeder Quelle überlassen bleibt, wann sie Änderungen veröffentlicht.

Für die Ortskennung:

Mit der Ortskennung (Place-ID) können Sie Arztprofile mit einem bestimmten Dachprofil einer Einrichtung verbinden. Wenn sich also Informationen über den Gebäude-Standort ändern — wie z. B. die Adresse oder die Betriebszeiten — werden die Änderungen an jedes Arztprofil weitergegeben, das mit dieser Ortskennung verbunden ist.

1. Geben Sie in das Feld **Place ID** (Ortskennung) den Namen der Einrichtung ein, wo der Arzt/die Fachfrau arbeitet. Alle geeigneten Einrichtungen, die als Einrichtung unter dem Mandanten eingerichtet sind, werden als Option zur Auswahl in einer Dropdown-Liste angezeigt.
2. Wenn Sie noch keine Office-Felder für die Dienststelle ausgefüllt haben, werden die Daten aus der ausgewählten Ortskennung (übergeordnete Einrichtung) in dieses Profil kopiert. Ein Schlosssymbol neben jedem Feld in der Rubrik Office (Dienststelle) zeigt an, dass der Feldwert mit der übergeordneten Einrichtung übereinstimmt.
3. Wenn Sie unter der Rubrik Dienststelle bereits Informationen eingegeben haben, werden die Daten aus der ausgewählten Ortskennung die vorhandenen Daten NICHT überschreiben. Das neben jedem Feld dargestellte Entsperrsymbol zeigt an, dass der Feldwert NICHT mit der übergeordneten Einrichtung übereinstimmt.
4. Wenn Sie die Werte im aktuellen Profil überschreiben möchten, damit sie mit der übergeordneten Einrichtung übereinstimmen, klicken Sie auf den Link **Reset** (Zurücksetzen).
5. Profiladressen werden nicht verknüpft, wenn sich ein Feld vom übergeordneten Profil unterscheidet (z. B. die Suite-Nummer).
6. Wenn Sie fertig sind, klicken Sie auf **Submit** (Einreichen).

- Profile Information
- Basic
- Offices**
- Categories
- Attributes
- Medical
- Descriptions
- Education & Affiliations
- Social Media
- Photos & Logos
- Tags
- Payment Types
- Location Fields

Offices

Place ID

Office Name Primary

Office Status

Address*

Street Address*

Address Line 2

City*

State*

ZIP*

Country*

Latitude

Longitude

Map

Service Area

Business Hours Primary Business Hours

Verwaltung von Abteilungseinträgen

Einfache Verwaltung der Online-Präsenz Ihrer Dienststellen.

Was sind Abteilungseinträge?

Google empfiehlt lokalen Unternehmen mit mehreren Dienststellen, mehrere Einträge einzurichten — einen für den Hauptstandort und jeweils einen für jede Dienststelle. Mit Hilfe von Reputation können Sie jeden Eintrag, egal ob es sich um einen Haupteintrag oder einen Abteilungseintrag (Nebeneintrag) handelt, einem Standort auf der Plattform zuordnen.

Hauptmerkmale

1

Art des Abteilungsstandorts

Sie können für jeden Abteilungseintrag auf Google Abteilungsstandorte einrichten. Wählen Sie die Art des Betriebs je nach Branche aus, d. h. für die Automobilbranche sind u. a. folgende Arten von Betriebsstätten verfügbar: Service, Ersatzteile, Reparaturen, Ölwechsel usw.

2

Verknüpfung mit Gruppencode

Hauptgeschäftsstellen können mit Abteilungsgeschäftsstellen auf der Plattform über einen Gruppencode verknüpft werden, der für Haupt- und Abteilungsgeschäftsstellen identisch ist. Dadurch wird eine Rangordnung zwischen Hauptstandorten und Abteilungsstandorten für die Ermittlung des Reputationswerts und die Zusammenführung von Daten ermöglicht.

3

Reputationswert bewahren

Übertragen Sie Bewertungen von einem oder mehreren Abteilungsstandorten auf den Hauptstandort, um so den Reputationswert des Hauptstandorts trotz reduzierter Bewertungen am Hauptstandort aufrecht zu erhalten.

Der Reputationswert für Abteilungsstandorte ist nicht verfügbar.

4

Dropdown-Filter Standort

Filtern Sie Abteilungsstandorte im Dropdown-Filter für Standorte. Wenn der Standortfilter verwendet wird, werden standardmäßig auch alle Daten angezeigt, die mit den Abteilungsstandorten verbunden sind.

Wählen Sie einen **Location Type** (Standorttyp) aus, um weitere Informationen auf jeder Seite nach der Art des Standorts zu filtern.

Einrichten von Abteilungsstandorten

Wenden Sie sich an Ihre/n Kundenberater/in und das Expertenteam von Reputation, um Abteilungseinträge zu erstellen. In der Zwischenzeit können Sie Ihr Konto anlegen, indem Sie **Abteilungsstandorte** wählen.

Note: (Hinweis) Das Expertenteam von Reputation kann auch bei der Einrichtung von Abteilungsstandorten helfen.

So richten Sie Abteilungsstandorte ein:

1. Klicken Sie in der oberen rechten Ecke der Plattform auf **Settings** (Einstellungen).
2. Klicken Sie in der linken Navigation auf **Locations** (Standorte).
3. Klicken Sie auf den gewünschten Standort.
4. Klicken Sie zum Bearbeiten auf das Stiftsymbol.
5. Scrollen Sie nach unten und fügen Sie einen **Group Code** (Gruppencode) und eine Type (Typ) hinzu.
 - **Group Code** (Gruppencode) – Der Hauptstandort und die Abteilungsstandorte sind über den Gruppencode miteinander verbunden. Der Gruppencode sollte in der Hauptdienststelle und den zugehörigen Abteilungen immer derselbe sein. Der Gruppencode ist standardmäßig derselbe wie der Standortcode. Bei Abteilungsstandorten muss der Gruppencode entsprechend dem Gruppencode für den Hauptstandort aktualisiert werden.
 - **Type** (Typ) – Das Feld "Typ" gibt an, um welche Art von Abteilungsstandort es sich handelt. Handelt es sich um einen Hauptstandort, sollte der Typ auf "Hauptsitz" eingestellt werden. Nur ein Standort pro Gruppencode kann als "Hauptsitz" angegeben werden. Bei Abteilungsstandorten sollte der jeweilige Typ ausgewählt werden.
6. Klicken Sie auf "Save" (Speichern).

Google-F&A verwalten

Verwalten Sie Fragen und Antworten (F&A), die in den Google Business Profile (GBP) Wissensforen Ihrer Standorte gestellt werden, zentral an einem Ort.

Google Question & Answers (Fragen & Antworten) F&A bietet Verbrauchern zusätzliche Informationen über ein Unternehmen, so dass sie bei Google sofort entscheiden können, welches Unternehmen sie anrufen möchten. Fragen und Antworten können sogar direkt in den Google-Suchergebnissen angezeigt werden.

Note: (Hinweis) Die Fragen und Antworten mit den meisten positiven Bewertungen bestimmen die Reihenfolge, in der sie in der Liste erscheinen.

Auf der F&A-Registerkarte können Sie die verbrauchernahen, von der Allgemeinheit gestellten FAQs aus den Google-Knowledge Panels (Wissensforum) Ihrer Standorte überwachen und beantworten.

Filter

Filter in der obersten Zeile bestimmen die auf der Registerkarte angezeigten Daten. Sekundäre Filter werden ausgeführt, wenn Sie auf interaktive Diagrammdaten klicken.

MARKET-DMA All	DISCONTINUED-OPS All	TYPE All	REGION HD Chicago
DISTRICT All	MARKET All	STATE All	LOCATION All
DATE RANGE Current Year			

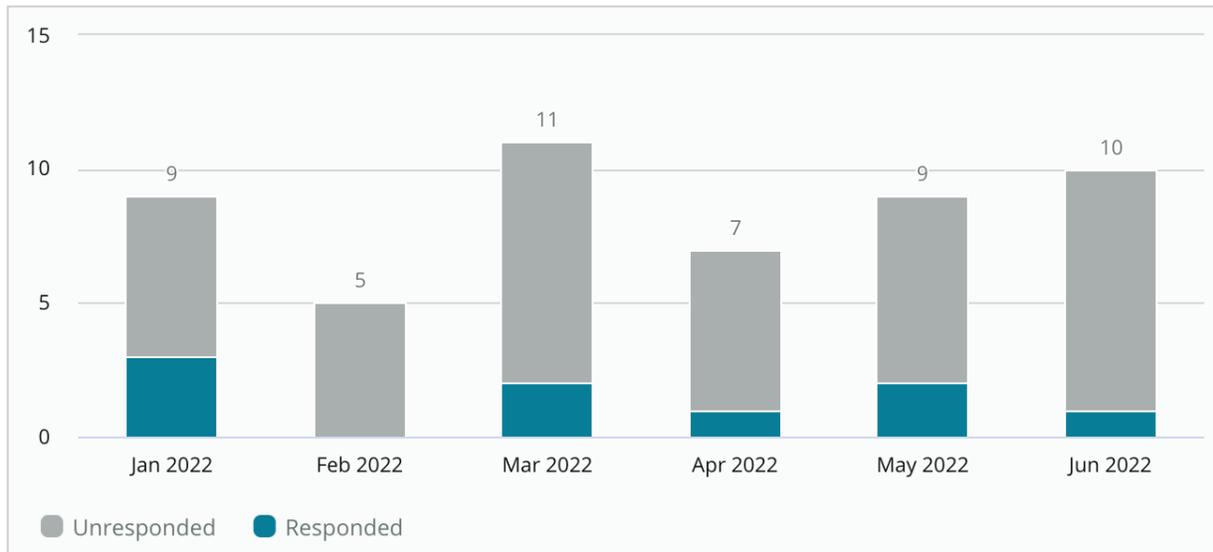
Zusammenfassung

Der Abschnitt "Fragen" enthält den Stand der eingegangenen und beantworteten Fragen. Durch Anklicken der Links im Abschnitt Fragen werden das Diagramm und die Liste der Fragen jeweils gefiltert.

Questions 120 across 102 Locations
Responded 22 View
Unresponded 98 View

Diagramm

Sehen Sie sich den F&A-Trend für die Anzahl der eingereichten Fragen im ausgewählten Zeitraum und für die ausgewählten Standorte an. Das Diagramm zeigt die unbeantworteten Fragen in grau und die Fragen mit einer Antwort in orange. Jede Antwort eines anderen Google-Nutzers zählt als Antwort, auch wenn sie nicht vom Geschäftsinhaber stammt.



Fragen

Im Abschnitt Fragen werden alle Fragen für die ausgewählten Filter oder Diagrammparameter angezeigt. Fragen werden nahezu in Echtzeit angezeigt. Standardmäßig werden alle Fragen angezeigt und nach Neueste zuerst sortiert.

Antworten

Klicken Sie in das Antwortfenster, um die Frage zu beantworten (Anmeldeinformationen / Verbindung sind erforderlich). Die Antworten werden nahezu in Echtzeit veröffentlicht.

Jun 8, 2022
Do any of your doctor specialize in lasik?

Kasey Kershner replied on Jun 9, 2022 2:07 PM: Live
Hi Kasey! Yes! Dr. Repiso and Dr. Evans both specialize in Lasik Surgery and offer free consultations!

Responded

Respond to this question...

Behalten Sie bei Google F&A im Hinterkopf:

Es ist vollkommen akzeptabel und sinnvoll für ein Unternehmen, seine eigenen Fragen und Antworten zu "säen". Fügen Sie Fragen direkt über das GBP-Knowledge Panel (Wissensforum) hinzu und senden Sie Ihre Antworten über die Plattform.

Note: (Hinweis) Antworten auf Google Business Profile werden bei 440 Zeichen abgeschnitten. Bleiben Sie mit Ihren Antworten unter dieser Grenze, damit Ihre Antwort vollständig angezeigt wird.

Richten Sie spezielle F&A-Benachrichtigungen für bestimmte Nutzer ein, die für die Bereitstellung von Antworten verantwortlich sind.

Sie können mehrere Antworten (von anderen Nutzern in Ihrem Konto) hinzufügen, aber Google zeigt pro Frage nur eine Antwort des Geschäftsinhabers an. Die zuletzt veröffentlichte Antwort wird unter dem Label Business Owner (Geschäftsinhaber) angezeigt.

Sie können keine Antworten löschen, die von anderen Google-Nutzern veröffentlicht wurden. Es sieht zwar so aus, als ob sie in der Plattform gelöscht werden, aber sie werden nach dem täglichen Prüfprozess wieder angezeigt.

Die effektive Verwaltung Ihrer Google F&A und die Beantwortung von Fragen wird sich positiv auf Ihr Suchranking auswirken. Google berücksichtigt, ob Ihre Kunden Ihre Inhalte für relevant, korrekt und aktuell halten, ob sie leicht verständlich sind und ob sie von einer echten Person und nicht von einem Bot erstellt wurden.

Rich Content

Veröffentlichen Sie Inhalte für Ihre Verzeichnisse im großen Maßstab.

Auf der Registerkarte **Rich Content** können Sie Ihre Inhalte einmal definieren und sie mit allen erforderlichen Standorten verknüpfen, um sie dann in großem Maßstab zu veröffentlichen. Vergewissern Sie sich, dass Rollen über Rich-Content- Berechtigungen zum Anzeigen, Bearbeiten, Hinzufügen und/oder Löschen von Inhalten verfügen.

Note: (Hinweis) Rich Content unterstützt gegenwärtig keine Bilder.

Rich Content enthält drei Registerkarten:

- Häufige Fragen
- Speisekarten
- Produkte

Häufige Fragen

Kontrollieren Sie Ihre Marke, indem Sie proaktiv eine Liste mit häufig gestellten Fragen und Antworten für bestimmte Standortgruppen zusammenstellen, um sie dann in großem Umfang online zu veröffentlichen.

Name	Action
BDP Southern AZ	 
BDP Northern AZ	 
BDP Central AZ	 

Ansicht von der Plattform Reputation



BDP - Uptown

4.7 ★★★★★ 31 Google reviews

Optometrist in Peoria, Arizona

Address: 21917 N 97th Dr #200, Peoria, AZ 85383

Hours: Open · Closes 5PM · [More hours](#)

Updated by this business 1 week ago

Health & safety: Mask required · Temperature check required · Staff wear masks · Staff get temperature checks · Staff required to disinfect surfaces between visits · [More details](#)

Phone: (480) 269-5649

[Suggest an edit](#) · [Own this business?](#)

Questions & answers [Ask a question](#)

Q: Do you speak another language in your office?

A: Our staff at this location is fluent in English and Spanish. We are happy to accommodate other...

[See all questions \(124\)](#)

Ansicht von Google

Schritt 1: FAQ-Liste hinzufügen

Erstellen Sie eine FAQ-Liste für jede Standortgruppe, z. B. Norddeutschland und Süddeutschland, um festzulegen, welche Fragen in den Listen der einzelnen Standortgruppen veröffentlicht werden sollen.

So fügen Sie eine FAQ-Liste hinzu:

1. Klicken Sie in der Plattform auf **Listings** (Verzeichnisse).
2. Click (**Klicken Sie auf**) **Rich Content**.
3. Klicken Sie auf die Registerkarte **FAQs**.
4. Click (**Klicken Sie auf**) **Add FAQ (Häufige Frage hinzufügen)**.

Note: (Hinweis) FAQs können derzeit nicht in großen Mengen importiert werden.

5. FAQ-Einstellungen anpassen:

- **Title:** (Titel) Der Name Ihrer FAQ.
- **Start-End Date:** (Start-End-Datum) Sie können optional ein Start- und Enddatum eingeben. Fragen und Antworten, die mit dieser FAQ verknüpft sind, werden am Startdatum veröffentlicht und am Enddatum automatisch gelöscht.

Note: (Hinweis) Wenn das Feld leer bleibt, werden die Fragen, die mit dieser FAQ verknüpft sind, nicht entfernt, es sei denn, sie werden einzeln gelöscht.

- **Associate With:** (Verknüpfen mit:) Wählen Sie einen Filter für die Verknüpfung aus. Zu den Optionen gehören: Bundesland, Stadt, Ort und benutzerdefinierte Filter. Nachdem Sie einen Filter ausgewählt haben, setzen Sie ein Häkchen in das Kästchen neben jedem Standort oder jeder Standortgruppe, die mit der FAQ-Liste verknüpft werden soll.
- **Sources:** (Quellen) Wählen Sie aus, wo die Fragen und Antworten veröffentlicht werden sollen

Note: (Hinweis) Diese Funktion umfasst derzeit nur Google.

6. Klicken Sie auf **Save** (Speichern).

The screenshot shows the 'Edit' form for an FAQ. The 'Title' field contains 'BDP Southern AZ'. The 'Start-End Date' field has two date pickers, both set to 'Jul 06, 2022'. The 'Associate With' section has a 'Location' dropdown menu and a 'Selected Locations (All):' list. Under 'Filter', there are radio buttons for 'All' and 'None', and a checked checkbox for 'BDP - Uptown'. The 'Sources' field has a dropdown menu with 'Google' selected. At the bottom right, there are 'Cancel' and 'Save' buttons.

Schritt 2: Gruppen hinzufügen

Verwenden Sie zur einfacheren Verwaltung Gruppen, um Ihre Fragen in Kategorien zu gliedern, z. B. Kundendienst oder Versicherung akzeptiert.

Note: (Hinweis) Gruppen werden nur innerhalb der Plattform angezeigt; Gruppen werden nicht in Verzeichnissen veröffentlicht.

So fügen Sie Gruppen hinzu:

1. Klicken Sie auf der Registerkarte **FAQs** (häufige Fragen und Antworten) auf die gewünschte FAQ-Liste.
2. Click **(Klicken Sie auf) Add Group (Gruppe hinzufügen)**.
3. Geben Sie einen Titel ein und klicken Sie auf **Submit** (Einreichen).

The image illustrates the process of adding a group to a FAQ. It shows two screenshots connected by a downward arrow. The top screenshot is a form for a FAQ titled "BDP Western AZ". The form includes fields for "Title" (BDP Western AZ), "Start - End Date" (7/11/2022 - 8/31/2022), "Sources" (Google), and "Associate With" (a list of codes: B012, B004, B005, B007, B021). At the bottom of the form, there are two buttons: "Add Group" (highlighted with a red box) and "Add Question". The bottom screenshot is a "Create Group" modal window. It shows the "FAQ Title" as "BDP Western AZ" and a "Title" field (marked with a red asterisk) containing the text "Insurance". At the bottom of the modal, there are two buttons: "Cancel" and "Submit" (highlighted with a red box).

Schritt 3: Fragen hinzufügen

Stellen Sie häufige Fragen und die entsprechenden Antworten für jede Gruppe oder Kategorie in der FAQ-Liste zusammen. Die Fragen und Antworten werden für alle in der FAQ-Liste enthaltenen Standortverzeichnisse veröffentlicht.

So fügen Sie Fragen hinzu:

1. Klicken Sie auf der Registerkarte **FAQs** (häufige Fragen und Antworten) auf die gewünschte FAQ-Liste.
2. Click **(Klicken Sie auf) Add Question (Frage hinzufügen)**.
3. Geben Sie einen Titel, die Frage und die Antwort ein und wählen Sie eine Gruppe aus oder fügen Sie eine Gruppe hinzu.
4. Klicken Sie auf **Submit** (Einreichen).

BDP Western AZ [🔗](#)

Title BDP Western AZ

Start - End Date 7/11/2022 - 8/31/2022

Sources

Associate With

- B012
- B004
- B005
- B007
- B021

Sections Eye Exams
How often should I schedule an eye exam?

Add Group Add Question

Add Question ✕

FAQ Title BDP Western AZ

Question * How much does an eye exam cost?

Answer * Eye exam pricing varies based on individual and insurance plans. If you would like us to provide a quote for an eye exam, please call us directly at (623) 565-8297 and we will be happy to assist!

Group * Eye Exams ▼ Add Group

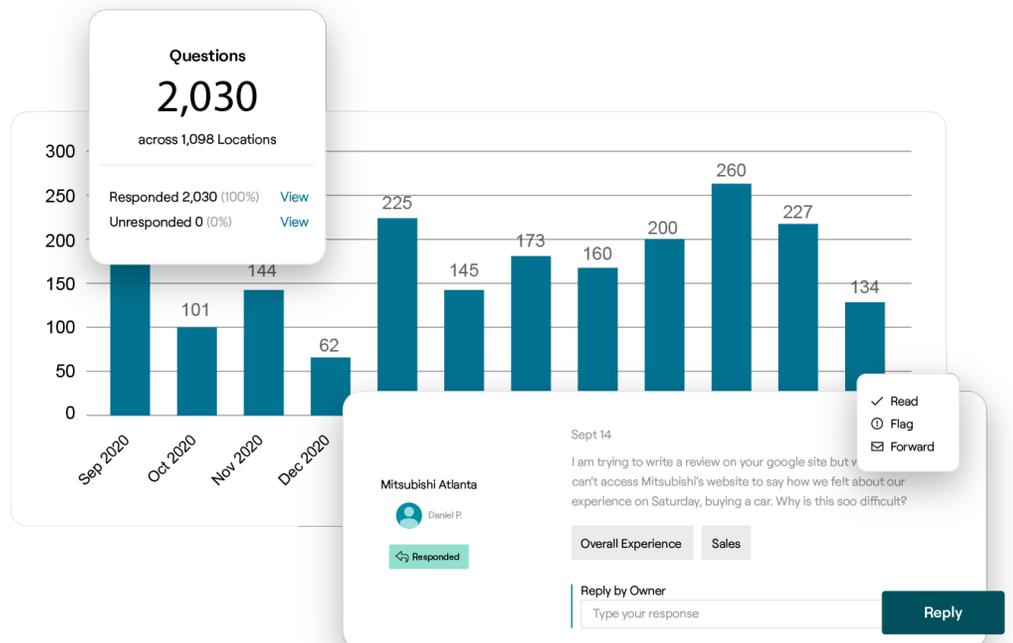
Cancel Submit

Beachten Sie beim Hinzufügen von FAQs:

Eingereichte Fragen und Antworten werden täglich veröffentlicht.

Google Business Profile-Seiten müssen mit der Plattform verbunden sein, um FAQs in den Standortverzeichnissen zu veröffentlichen.

FAQ-Listen können bearbeitet und gelöscht werden, während Gruppen sowie Fragen/Antworten nur bearbeitet werden können.



Speisekarten

Definieren und veröffentlichen Sie Speisekarten für Verzeichnisse in GBP bequem von der Plattform aus und in großem Umfang.

Schritt 1: Speisekarte hinzufügen

Erstellen Sie eine Speisekarte für jede Jahreszeit oder jeden Anlass, z. B. eine Herbstkarte eine Winterkarte, um festzulegen, welche Elemente in den einzelnen Standortgruppen veröffentlicht werden sollen.

So fügen Sie Speisekarten hinzu:

1. Klicken Sie in der Plattform auf **Listings** (Verzeichnisse).
2. Click **(Klicken Sie auf) Rich Content**.
3. Klicken Sie auf die Registerkarte **Menus** (Speisekarten).
4. Klicken Sie auf **Add Menu** (Speisekarte hinzufügen).
5. Einstellungen der Speisekarte anpassen:
 - **Title:** (Titel) Geben Sie Ihrer Speisekarte einen Namen.
 - **Start-End Date:** (Start-End-Datum) Sie können optional ein Start- und Enddatum für die Veröffentlichung der Speisekarte eingeben.
 - **Associate With:** (Verknüpfen mit) Wählen Sie einen Filter für die Verknüpfung aus. Nachdem Sie einen Filter ausgewählt haben, setzen Sie zur Verknüpfung mit der FAQ-Liste ein Häkchen in das Kästchen neben jedem Standort.
 - **Sources:** (Quellen) Wählen Sie aus, wo die Speisekarte veröffentlicht werden soll. (Diese Funktion beinhaltet derzeit nur Google.)
 - **Content URL:** (Inhalt URL) Fügen Sie zur Veröffentlichung den Link zur Speisekarte auf Ihrer Website ein.
6. Klicken Sie auf **Save** (Speichern).

Note: (Hinweis) Wenn eine Speisekarte endet, ohne durch eine andere ersetzt zu werden, verbleibt die abgelaufene Speisekarte auf GBP. Wenn zwei Speisekarten das gleiche Startdatum haben, werden beide Speisekarten veröffentlicht.

The screenshot displays the 'Menus' management interface. At the top, there are tabs for 'FAQs', 'Menus', and 'Products'. Below the tabs, the breadcrumb path is 'Menus / Winter Menu / Edit'. The form contains the following fields:

- Title:** A text input field containing 'Winter Menu'.
- Start-End Date:** Two date pickers showing 'Dec 01, 2021' and 'Feb 28, 2022'.
- Associate With:** A dropdown menu set to 'Select', with a 'Filter' dropdown below it. To the right is a 'Selected Locations (All):' section with a 'Show Locations' link.
- Sources:** A dropdown menu set to 'Google'.
- Content URL:** An empty text input field.

At the bottom right of the form, there are 'Cancel' and 'Save' buttons.

Schritt 2: Rubriken hinzufügen

Verwenden Sie Rubriken, um Ihre Speisekarte zu gliedern und Elemente zu gruppieren, z. B. Vorspeisen, Pasta und Desserts.

So fügen Sie Rubriken hinzu:

1. Klicken Sie auf der Registerkarte **Menus** auf die gewünschte Speisekarte.
2. Click **Klicken Sie auf** (Rubrik hinzufügen).
3. Geben Sie einen Titel ein und klicken Sie auf **Submit** (Einreichen).

Menus / Winter Menu

Title Winter Menu

Start - End Date 12/1/2020 - 2/28/2021

Sources

Content URL

Associate With

- B003
- B014
- B006
- B008
- B015
- B013

Sections

Appetizers
Cheesy Garlic Bread

Pasta
Spaghetti & Meatballs

Desserts
Chocolate Chip Cheesecake

Add Section Add Item

Add Section

Menu Title Winter Menu

Title *

Cancel **Submit**

Schritt 3: Artikel hinzufügen

Stellen Sie spezielle Informationen zu den Menüpunkten zusammen, die in jeder Rubrik der Speisekarte enthalten sind.

So fügen Sie Artikel hinzu:

1. Klicken Sie auf der Registerkarte **Menus** auf die gewünschte Speisekarte.
2. Click **(Klicken Sie auf) Add Item** (Artikel hinzufügen).
3. Geben Sie Einzelheiten zum Artikel ein. Zu den Optionen gehören: Name, Beschreibung, Preis, Schärfe, Allergene, Diätbeschränkungen, Küchen, Rubrik.
4. Klicken Sie auf **Submit** (Einreichen).

Menus / Winter Menu 

Title Winter Menu

Start - End Date 12/1/2020 - 2/28/2021

Sources 

Content URL

Associate With

- B003
- B014
- B006
- B008
- B015
- B013

Sections

Appetizers
Cheesy Garlic Bread

Pasta
Spaghetti & Meatballs

Desserts
Chocolate Chip Cheesecake

[Add Section](#) [Add Item](#)

Add Menu Item ✕

Menu Title Winter Menu

Title *

Description

Price ▼

Spiciness ▼

Allergens ✕ ▼

Cuisines ▼

Dietary Restrictions ▼

Section * ▼ [Add Section](#)

[Cancel](#) [Submit](#)

Beachten Sie beim Hinzufügen von Speisekarten:

Inhalte für Speisekarten werden täglich veröffentlicht.

Google Business Profile-Seiten müssen mit der Plattform verbunden sein, um Speisekarten in den Standortverzeichnissen zu veröffentlichen.

Google zeigt Speisekarten bei Suchen auf einem mobilen Gerät immer an, während bei Desktop-Suchen nur wenige oder gar keine Speisekarten angezeigt werden.

Speisekarten sind in Reputation für alle Branchen verfügbar, allerdings kann es sein, dass Google Speisekarten nicht veröffentlicht, die nicht aus dem Hotel- und Gaststättengewerbe stammen.

Speisekarten, Rubriken und Elemente können je nach Bedarf bearbeitet und gelöscht werden.

Produkte

Bestimmte Unternehmen können nun ihre Dienstleistungen auf GBP schnell und auf skalierbare Weise anzeigen, was zu einer robusteren mobilen Sucherfahrung für potenzielle Kunden führt.

Schritt 1: Produkte hinzufügen

Erstellen Sie ein Produkt für jeden angebotenen Produkt- oder Servicetyp, z. B. ein Produkt für Prüfungen und ein anderes für Einzelhandelsartikel, um festzulegen, welche Produkte in den Verzeichnissen jeder Standortgruppe veröffentlicht werden sollen.

So fügen Sie Produkte hinzu:

1. Klicken Sie in der Plattform auf **Listings** (Verzeichnisse).
2. Click (**Klicken Sie auf Rich Content**).
3. Klicken Sie auf die Registerkarte **Products** (Produkte).
4. Click (**Klicken Sie auf Add Product (Produkt hinzufügen)**).
5. Produkteinstellungen anpassen:
 - **Title:** (Titel) Geben Sie Ihrem Produkt einen Namen.
 - **Start-End Date:** (Start-End-Datum) Sie können optional ein Start- und Enddatum eingeben. Artikel, die mit diesem Produkt verknüpft sind, werden am Startdatum veröffentlicht und am Enddatum automatisch gelöscht

Note: (Hinweis) Wenn das Feld leer bleibt, werden die mit diesem Produkt verknüpften Artikel nicht entfernt, es sei denn, sie werden einzeln gelöscht.

- **Associate With:** (Verknüpfen mit) Wählen Sie einen Filter für die Verknüpfung aus. Nachdem Sie einen Filter ausgewählt haben, setzen Sie ein Häkchen in das Kästchen neben jedem Standort oder jeder Standortgruppe, die mit dem Produkt verknüpft werden soll.
- **Sources:** (Quellen) Wählen Sie aus, wo das Produkt veröffentlicht werden soll. Diese Funktion beinhaltet derzeit nur Google.
- **Content-URL:** (Inhalt URL) Fügen Sie der Veröffentlichung einen Link zu Ihren Produkten auf Ihrer Website hinzu.

6. Klicken Sie auf **Save** (Speichern).

The screenshot shows a form for adding a product. The fields are as follows:

- Title:** Retail
- Start-End Date:** Start Date and End Date (empty)
- Associate With:** Location (dropdown), Filter (dropdown with options: All, None, BDP - Uptown), Selected Locations (None)
- Sources:** Google
- Content URL:** https://sites.google.com/view/bdpuptown/home

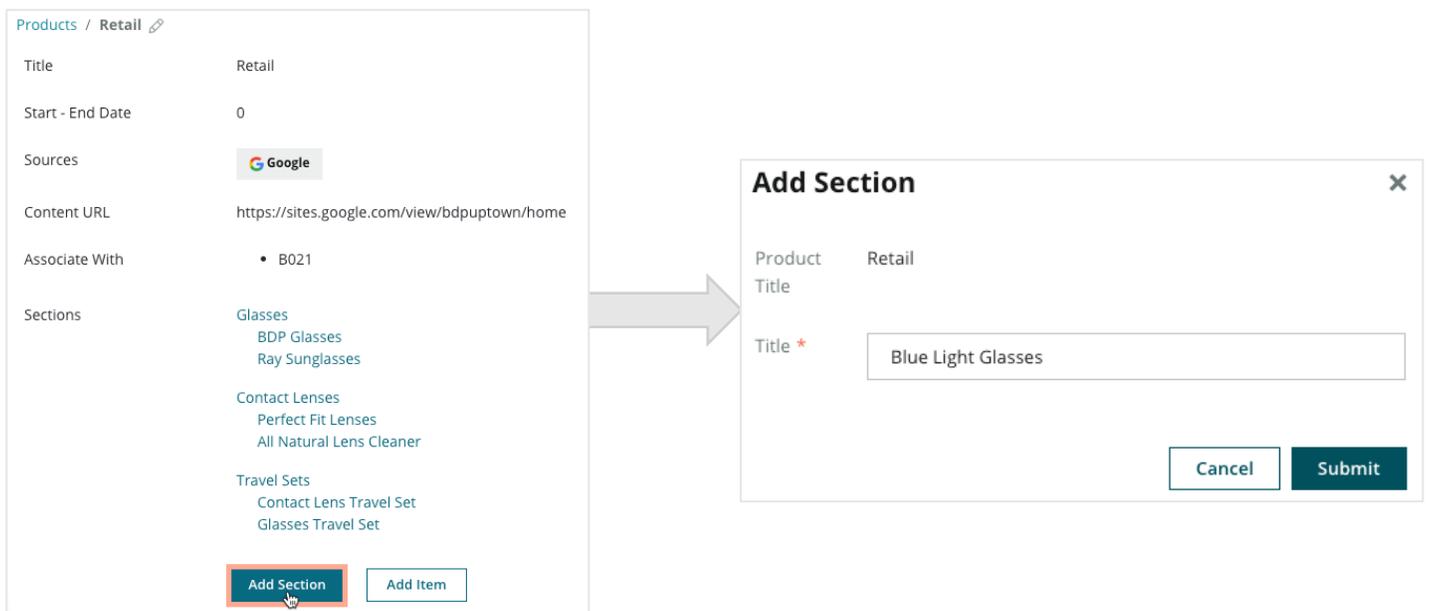
Buttons: Cancel, Save

Schritt 2: Rubriken hinzufügen

Verwenden Sie Rubriken, um Ihre Produkte zu organisieren und Artikel zu gruppieren, z. B. Brillen, Kontaktlinsen und Reisesets.

So fügen Sie Rubriken hinzu:

1. Klicken Sie auf der Registerkarte **Products** (Produkte) auf das gewünschte Produkt.
2. Click **Klicken Sie auf** (Rubrik hinzufügen).
3. Geben Sie einen Titel ein und klicken Sie auf **Submit** (Einreichen).



The screenshot illustrates the process of adding a section to a product. On the left, the 'Products / Retail' page is shown with a list of sections: Glasses (BDP Glasses, Ray Sunglasses), Contact Lenses (Perfect Fit Lenses, All Natural Lens Cleaner), and Travel Sets (Contact Lens Travel Set, Glasses Travel Set). The 'Add Section' button is highlighted with a red box. An arrow points to the 'Add Section' dialog box on the right, which is titled 'Add Section' and shows the 'Product' as 'Retail' and the 'Title' field containing 'Blue Light Glasses'. The dialog also features 'Cancel' and 'Submit' buttons.

Schritt 3: Artikel hinzufügen

Stellen Sie spezielle Informationen über Artikel zusammen, die in jeder Rubrik innerhalb der Produktkategorie enthalten sind.

So fügen Sie Artikel hinzu:

1. Klicken Sie auf der Registerkarte **Products** (Produkte) auf das gewünschte Produkt.
2. Click **(Klicken Sie auf) Add Item** (Artikel hinzufügen).
3. Geben Sie Einzelheiten zum Artikel ein. Zu den Optionen gehören: Titel, Beschreibung, Preis, Rubrik.

Note: (Hinweis) Titel und Rubrik sind die einzigen Pflichtfelder. Die verfügbaren Detailfelder zu den Artikeln entsprechen denjenigen, die Google für die Veröffentlichung unterstützt.

4. Klicken Sie auf **Submit** (Einreichen).

Products / Retail 

Title	Retail
Start - End Date	0
Sources	
Content URL	https://sites.google.com/view/bdpuptown/home
Associate With	• B021
Sections	<p>Glasses</p> <ul style="list-style-type: none"> BDP Glasses Ray Sunglasses <p>Contact Lenses</p> <ul style="list-style-type: none"> Perfect Fit Lenses All Natural Lens Cleaner <p>Travel Sets</p> <ul style="list-style-type: none"> Contact Lens Travel Set Glasses Travel Set

Add Product Item 

Product Title	Retail
Title *	<input type="text" value="Round"/>
Description	<input type="text"/>
Price	<input type="text"/> <input type="text" value="Select"/>
Section *	<input type="text" value="Glasses"/> <input type="button" value="Add Section"/>

Beachten Sie beim Hinzufügen von Produkten:

Produktinhalte werden täglich veröffentlicht.

Google Business Profile-Seiten müssen mit der Plattform verbunden sein, um Produkte in den Standortverzeichnissen zu veröffentlichen.

Produkte werden von Google nur auf Mobilgeräten unterstützt.

Produkte, Rubriken und Elemente können je nach Bedarf bearbeitet und gelöscht werden.

FAQs für Firmenverzeichnisse

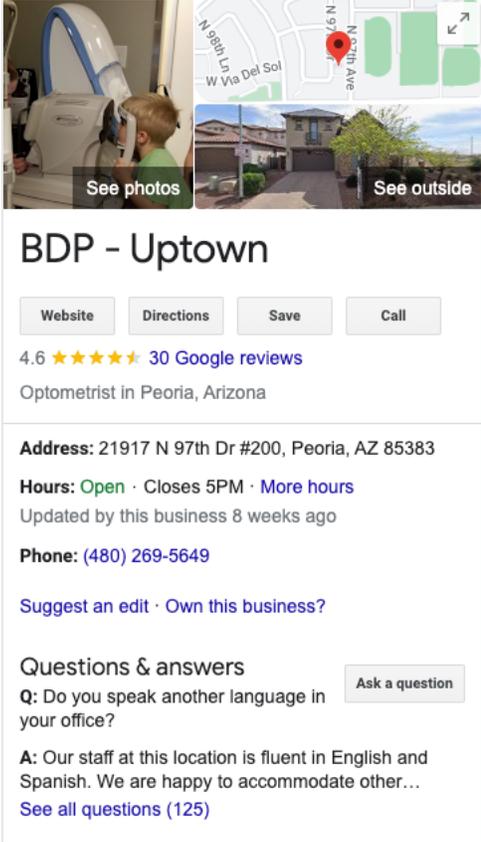
Hier finden Sie häufig gestellte Fragen zur Nutzung von verwalteten Unternehmensverzeichnissen.

Was passiert, wenn jemand anderes eine Änderung meiner Öffnungszeiten vorschlägt?

Google stützt sich sowohl auf Verbraucher als auch auf Unternehmen, um Ihre Informationen aktuell zu halten. Das Programm Google Guides bietet Verbrauchern einen Anreiz, Fragen zu den von ihnen besuchten Unternehmen zu beantworten, um die Verzeichnisse zu aktualisieren und zu bestätigen.

Für Elemente wie Fotos und Bewertungen ist nutzergenerierter Inhalt oft eine großartige Sache, um die Sichtbarkeit Ihres Verzeichnisses zu erhöhen! Angaben wie Geschäftszeiten oder der physische Standort sind dagegen oft weniger willkommen.

Wenn ein Benutzer eine Änderung der Öffnungszeiten oder des Standorts vorschlägt, können die Änderungen fast sofort live in Ihrem Verzeichnis vorgenommen werden. Wenn Ihr Unternehmen jedoch über managed listings (verwaltete Verzeichnisse) bei Reputation.com verfügt, werden diese Änderungen bei der nächsten automatischen Prüfung (in der Regel alle 24 Stunden) von Ihrer "Source of Truth" (zuverlässigen Quelle) überschrieben.



BDP - Uptown

Website Directions Save Call

4.6 ★★★★★ 30 Google reviews

Optometrist in Peoria, Arizona

Address: 21917 N 97th Dr #200, Peoria, AZ 85383

Hours: Open · Closes 5PM · [More hours](#)

Updated by this business 8 weeks ago

Phone: (480) 269-5649

[Suggest an edit](#) · [Own this business?](#)

Questions & answers [Ask a question](#)

Q: Do you speak another language in your office?

A: Our staff at this location is fluent in English and Spanish. We are happy to accommodate other...

[See all questions \(125\)](#)

Wie wirken sich die Attribute auf die Suche aus?

Anhand von Attributes (Attribute) können Kunden erkennen, was Ihr Unternehmen zu bieten hat, z. B. ob ein Restaurant Wi-Fi oder Sitzplätze im Freien anbietet oder ob Ihr Unternehmen von Frauen geführt wird. Wenn Sie relevante Attribute hinzufügen, die über Ihre Geschäftskategorie hinausgehen, heben Sie sich bei den Kunden, die Ihr Unternehmen bei Google finden, hervor.

Zum Beispiel "Hallo Google, wo finde ich den nächstgelegenen Augenarzt, der mit dem Rollstuhl erreichbar ist?"

Notes: (Hinweis) Die Kategorie Ihres Unternehmens bestimmt die für Ihr Verzeichnis verfügbaren Attribute. Zum Beispiel könnten Attribute für akzeptierte Zahlungsarten, Barrierefreiheit oder ob das Unternehmen LGBTQ-freundlich ist, angezeigt werden.

Kann ich meine eigenen Fragen/Antworten im F&A-Bereich einstellen?

Es ist völlig akzeptabel und klug für ein Unternehmen, seine eigenen Fragen und Antworten zu stellen. Überlegen Sie, welche Fragen Kunden in den Beiträgen häufig stellen oder sogar über Dienstleistungen, die Sie *don't* (nicht) anbieten. Stellen Sie die Frage in der Sprache Ihrer Kunden, aber antworten Sie in der Sprache Ihres Unternehmens. Achten Sie darauf, dass sie leicht verständlich sind — dies sollte nicht als Marketingchance betrachtet werden.

Die Fragen/Antworten mit den meisten Likes werden zuerst angezeigt. Achten Sie also darauf, dass Sie guten Antworten von anderen Nutzern ein "Like" geben. Wenn Sie und ein Nutzer die gleiche Frage beantworten und die gleiche Anzahl von Likes haben, wird die Antwort des Nutzers bevorzugt und erscheint zuerst.

Wie verwende ich GBP-Beiträge?

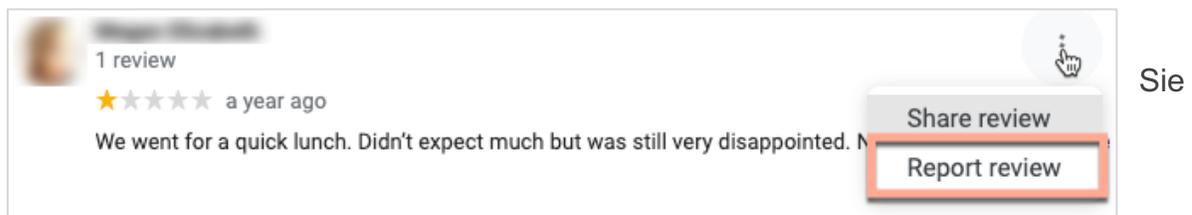
Google hat durch soziale GBP-Beiträge einen riesigen Bereich im Knowledge Panel für Ihr Unternehmen reserviert. Es ist eine beispiellose Möglichkeit, während der Suche die Aufmerksamkeit der Nutzer auf sich zu ziehen. GBP-Beiträge funktionieren etwas anders als bei herkömmlichen sozialen Giganten.

- **Use simple, colorful images with no text** (Verwenden Sie einfache, farbige Bilder ohne Text). Am besten ist eine hohe Qualität (mindestens 750px x 540px). Text zum Bild ist erlaubt, kann aber auf mobilen Geräten abgeschnitten werden. Verwenden Sie am besten keine Textüberlagerungen. Videos werden nicht unterstützt.
- **Concise, informative descriptions.** (Prägnante, informative Beschreibungen.) Es sind 1.500 Zeichen erlaubt, aber am besten beschränken Sie sich auf 100-120. Beschreibungen werden in der Suchergebnisliste (SERP) abgeschnitten.

- **Clear Call-to-Action (CTA).** (Klare Handlungsaufforderung (Call-to-Action, CTA)). Gestalten Sie Ihre Beiträge abwechslungsreich mit den folgenden Optionen: Buchen, Online bestellen, Kaufen, Mehr erfahren, Anmelden, Angebot erhalten. Verwenden Sie Klick-Tracking (UTM) in Ihren URLs, um den Erfolg zu verfolgen.
- **Use actionable headlines (events only).** (Verwenden Sie handlungsorientierte Schlagzeilen (nur bei Veranstaltungen)) Alle GBP-Posts verfallen nach maximal 7 Tagen, aber Beiträge zu Veranstaltungen haben ein Start- und Enddatum. Wenn Sie post through the platform (über die Plattform veröffentlichen), können Sie pro Beitrag an <10 Standorte posten. Sie benötigen für jeden Standort eindeutige Anmeldeinformationen auf der Plattform.

Wie kann ich eine Bewertung entfernen lassen?

Wenn Sie wissen, dass eine bestimmte Bewertung fälschlicherweise für Ihr Unternehmen abgegeben wurde (d. h. für ein anderes Unternehmen bestimmt war) oder Verleumdung / unangemessene Sprache enthält, können Sie einen Verstoß melden. Im Google Review-Fenster können Sie beispielsweise den Mauszeiger über eine Bewertung bewegen, um eine Markierung (Flag) zu sehen.



sollten nur dann einen Antrag auf Entfernung einer Bewertung stellen, wenn die Bewertung unter die Richtlinien der Website für Verstöße fällt. Mit anderen Worten: Beantragen Sie nicht die Entfernung einer Bewertung, nur weil sie Ihnen nicht gefällt. Einige Bewertungswebsites zeigen inzwischen an, wenn ein Geschäftsinhaber die Entfernung einer Bewertung beantragt hat, die nicht gegen die Richtlinien verstößt.

Wofür wird die Reservierungs-URL verwendet?

Reservierungs-URLs bieten einen Link innerhalb eines Unternehmenseintrags, der den Nutzer zu einer Webseite leitet, die speziell für die Planung eines Termins oder einer Reservierung vorgesehen ist (z. B. ein Arzttermin, eine Besichtigung eines Mietobjekts, eine Reservierung in einem Restaurant).

Worum geht es beim Erweiterten Kategorie-Management?

Reputation ermöglicht es Unternehmen, für ihre Standorte Kategorien in einer Vielzahl von externen Verzeichnissen (auch Herausgeber-Seiten genannt) wie Google, Facebook, Apple, Bing usw. zu veröffentlichen. Aktuell sehen Unternehmen nur Kategorien von Reputation, die den Verzeichniskategorien intern zugeordnet werden. Dies ist für die Nutzer problematisch, da sie nicht sehen können, welche Kategorien tatsächlich in den externen Verzeichnissen veröffentlicht werden.

Mit dem Erweiterten Kategorie-Management können Unternehmen jetzt mithilfe der Reputation-Plattform sehen, wie ihre Reputation-Kategorien den Verzeichniskategorien zugeordnet werden. Dies gilt sowohl für primäre als auch für zusätzliche Kategorien. Nutzer haben die Möglichkeit, die Kategorien des Verzeichnisses anzuzeigen, wenn sie Kategorien ihrer Standorte oder Profile anzeigen oder zu ihren Standorten hinzufügen.

So nutzen Sie diese Funktion:

1. Gehen Sie zu **Listings** (Verzeichnisse) und danach zu **Profiles** (Profile).
2. Klicken Sie **Profiles** (Profile) und dann **Edit** (Bearbeiten) (Option 1 im Bild); ODER Sie klicken auf das Bearbeitungssymbol rechts neben dem Profileintrag

<input type="checkbox"/>	Formatted Name	Code	Status	Profile Type	Address	Actions
<input type="checkbox"/>	BDP - Uptown (B021)	B021	Cleansed	Rooftop	21917 North 97th Dr, #200, Peoria, AZ 85383 US	

(Option 2 im Bild).

3. Click **(Klicken Sie auf) Categories** (Kategorien) auf dem linken Bedienfeld und dann **Advanced Category Management** (Erweitertes Kategorie-Management).
4. Hier können Sie Reputation- und Verzeichniskategorien anzeigen oder

Profiles > BDP - Uptown

[Add Office](#)

Profile Information

Basic

Offices

Categories

Attributes

Medical

Categories

Categories*

Optometry Primary

[Add Category](#)

[Advanced Category Management](#)

hinzufügen.

5. Click **(Klicken Sie auf) Save Changes** (Änderungen speichern).

Was bedeutet "GBP UTM Tracking"?

GBP UTM Tracking bezieht sich auf die Möglichkeit, Aktionen zu verfolgen, die Ihre Kunden oder potenziellen Kunden auf Ihrem Unternehmenseintrag durchführen, wie z. B. einen Anruf tätigen, eine Wegbeschreibung anfordern oder die Website besuchen. Schalten Sie beim Hinzufügen oder Bearbeiten der Profilinformationen Ihres Unternehmens innerhalb der Reputation-Plattform das GBP UTM Tracking auf "Ja", um diese Aktionen zu verfolgen.

Wie hoch ist die Zeichenbegrenzung für Google-Beschreibungen?

Die Zeichenbegrenzung von Google beträgt 700 Zeichen. Bei einigen Quellen können Sie sowohl eine Kurzbeschreibung als auch eine lange Beschreibung hinzufügen. Kurzbeschreibungen werden nur für Facebook verwendet oder wenn keine lange Beschreibung verfügbar ist.

Warum wird mein Bild nicht in mein Verzeichnis hochgeladen?

Wenn Sie Fotos und Videos in Ihren Unternehmenseintrag hochladen, sollten Sie die Medienbeschränkungen der Quelle beachten.

Empfohlene Abmessungen für die Reputation-Plattform:

- Titelseite, Google-Titelseite, Facebook-Titelseite: JPEG-Format, 1080x608 Pixel, Bildseitenverhältnis 16:9
- Profil, Facebook-Profil, Porträtfoto, zusätzliches Foto: JPEG-Format, 720x720 Pixel, Bildseitenverhältnis 1:1
- Logo, Google-Logo: JPEG-Format, 250x250 Pixel, Bildseitenverhältnis 1:1

Wenn Ihre Fotos nicht den empfohlenen Maßen entsprechen, wird Reputation versuchen, sie zu veröffentlichen, wenn sie den Anforderungen der Herausgeber-Seite entsprechen:

Anforderungen von Google Business Profile

- Titelbild: Bildseitenverhältnis 16:9 (obligatorisch), mindestens 480x270 Pixel, maximal 2120x1192 Pixel
- Logo-Foto: Bildseitenverhältnis 1:1 (empfohlen), mindestens 250x250 Pixel, maximal 5500x5400 Pixel
- Zusätzliche: Bildseitenverhältnis 16:9 (empfohlen), mindestens 250x250 Pixel, maximal 5200x5300 Pixel

Facebook-Empfehlungen

- Profilfoto: Bildseitenverhältnis 1:1 (empfohlen), mindestens 180x180 Pixel
- Titelbild: Seitenverhältnis 2,7:1 (empfohlen), mindestens 400x150 Pixel

Bing-Empfehlungen

- Foto: Bildseitenverhältnis 4:3 (obligatorisch), mindestens 480x360 Pixel

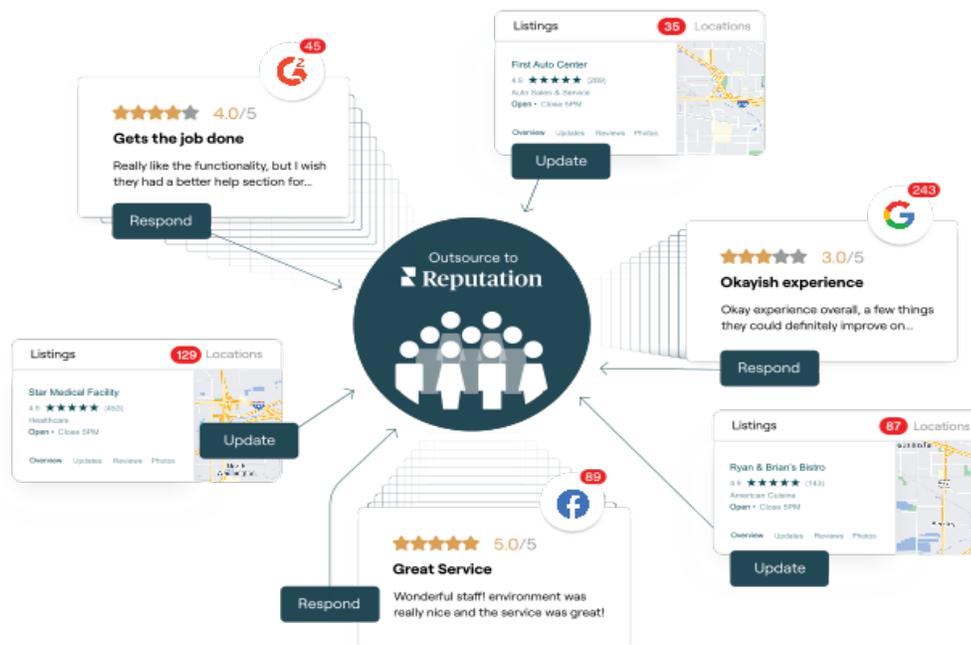
Note: (Hinweis) Die Reputation-Plattform kann Nutzer derzeit nicht benachrichtigen, wenn ihre Medien von der Quelle abgelehnt wurden.

Kostenpflichtige Premium-Dienste

Lassen Sie unsere Plattform-Experten für Premiumdienste gegen Bezahlung für Sie arbeiten.

Auch wenn wir bestrebt sind, unsere Plattform intuitiv und effizient zu gestalten, wissen wir, dass Ihre Zeit wertvoll ist und Ressourcen und Bandbreite begrenzt sein können. Reputation verfügt über ein engagiertes Expertenteam, das Sie bei der Verwaltung Ihrer Verzeichnisse, der Optimierung von SEO und dem Verfassen, Veröffentlichen und Kuratieren Ihrer Beiträge in sozialen Netzwerken gerne unterstützt — und gleichzeitig auch Ihre Antworten auf Bewertungen verwaltet. Mit dieser Reihe von Zusatzleistungen, die von unserer Plattform und unseren Produkten unterstützt werden, können wir unseren Kunden Spitzenleistungen garantieren. Diese Experten stehen Ihnen zur Seite:

- Mehr als nur **Accuracy** (Genauigkeit) (Verwaltete Unternehmensverzeichnisse)
- Maximale **Appeal** (Attraktivität) Ihrer Unternehmensprofile (Google Profile Optimization, früher bekannt als Verwaltete Dienste für Google)
- Die **Power** (Macht) der sozialen Medien nutzen (Social Media-Verwaltung)
- Die Marke mit der besten **Cares** (Kundenbetreuung) **Wins** (gewinnt) (Verwaltung der Antworten auf Bewertungen)



Kontaktieren Sie Ihre/n Kundenbetreuer/in für weitere Informationen zu unseren Kostenpflichtige Premium-Dienste.

Zusätzliche Ressourcen

In unserem vollständigen Satz von Benutzerhandbüchern erfahren Sie mehr über die Reputation-Plattform.

- Aktionen
- Admin
- Social Media-Markenbewusstsein
- Dashboards
- Nutzererlebnis
- Posteingang
- Mobile App
- Seiten & Widgets zur Verzeichnissuche
- Rep Connect
- Reputation-Score
- Berichte
- Anfragen
- Bewertungen
- Social Media-Analyse
- Social Suite
- Umfragen
- Widgets