

Wie Google+ funktioniert

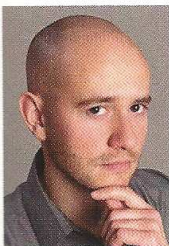
Ohne das Internet läuft heute kaum noch etwas, auch nicht in der Hotellerie und Gastronomie. Hier findet man eine geeignete Location, tätigt Reservierungen, bucht sein Zimmer, gibt Bewertungen ab. Und so ist es fast ein Muss, in sozialen Netzwerken präsent zu sein.

Text: Thomas Hendele



Google+ – soziales Netzwerk von Google – sorgt noch immer für zahlreiche Fragezeichen. Daher stellt der Autor in Teil fünf unserer Serie Google+ Ihnen einmal kurz vor.

Die Funktionen. Im Juli 2011 gestartet, hat sich Google+ stets weiter entwickelt und dabei Funktionen erweitert beziehungsweise neue Features hinzugefügt. Ähnlich den Freundeslisten auf Facebook lassen sich Kontakte in so genannten »Circles« organisieren. Selbstverständlich kann man auch bei Google+ Fotos und Videos dem eigenen Profil hinzufügen und mittlerweile besteht zudem die Möglichkeit, Events anzulegen. Spiele haben auf Google+ ebenfalls ihren



Autor
Thomas Hendele.

Platz gefunden, sämtliche Beiträge rund um sie werden jedoch aus dem normalen Stream herausgefiltert.

Follower-Prinzip. Um sich mit einem Google+-User zu vernetzen, muss man keine Freundschaftsanfrage senden (wie das früher auf Facebook der Fall war). Sie wird einfach in einen »Circle« sortiert und schon erhält man deren Beiträge. Das Prinzip ähnelt also mehr dem Follower-Prinzip von Twitter.

Unternehmensseiten. Wenige Monate nach dem Start von Google+ bekamen Unternehmen die Möglichkeit, dort eine Unternehmensseite anzulegen. Diese sind gleichzusetzen mit einer »Fanpage« auf Facebook. Vorteil: Ab einer bestimmten Follower-Zahl kann sie von Google offiziell bestätigt werden und taucht dann in der Google-Suche auf.

Aus Google-Places wird Google+-Local. Eine Veränderung der letzten Wochen zeigte wieder einmal deutlich, welche Macht Google hat: die Integration der Google-Places in Google+. Dort heißt die Funktion nun »Local« und ist mittlerweile mit einer bereits bestehenden Unternehmensseite auf Google+ verknüpfbar.

Bewertungen und Buchbarkeit (Stichwort: Google-Hotel-Finder) inklusive.

Google+ unterstützt SEO. Durch die Anfang 2012 gestartete »Search, plus your world« (<http://www.google.com/insidesearch/features/plus/relatedpeople.html>) – also die Integration von Google+-Beiträgen in die Suchergebnisse von Google – wurde klar, wie wichtig in Zukunft soziale Signale für die Sichtbarkeit in Suchmaschinen sein werden.

Fazit: Selbst wenn Google+ noch nicht die kritische Masse erreicht hat, so unterstützt ein Engagement dort auf lange Sicht gesehen das Suchmaschinenmarketing eines Hotels. Diese Tatsache sollten vor allem lokale Unternehmen wie Hotels und Gastronomiebetriebe nicht außer Acht lassen und sich mit Google+ beschäftigen. Insbesondere die Vernetzung der für die Reiseplanung und -buchung interessanten Google-Tools mit Google+ sorgt dafür, dass das Onlinemarketing nicht mehr an Google und seinem sozialen Netzwerk vorbei kommt.

wird fortgesetzt ●