



**Endlich:
So werden Sie bei
Google gefunden.**

BOTTIMMO

Wir bringen Makler mit Eigentümern ins Gespräch.



BOTTIMMO

Wir bringen Makler mit Eigentümern ins Gespräch.

www.bottimmo.com





Elias Indrich
SEO-Experte und Geschäftsführer
LocalOnTop

Elias Indrich kann,
wovon andere nur träumen.
Er versteht Google.

Und er weiß, wie wichtig lokales SEO ist.
Als BOTTIMMO Partner
sorgt er für mehr lokale Sichtbarkeit
bei Immobilienmaklern.

www.localontop.de



Dr. Axel Jockwer
Co-Founder
BOTTIMMO

BOTTIMMO Co-Founder Dr. Axel Jockwer
lebt Marketing – seit mehr als 23 Jahren
baut er starke Marken.

In seiner Webinarreihe „Marketing Monday“
taucht er wöchentlich tief in aktuelle
Marketingthemen ein und übersetzt die Hypes
praxistauglich und für jeden Makler sofort
einsetzbar.

www.makler.training



SEO steht kurz für „Search Engine Optimization“ – also Suchmaschinen-Optimierung. SEO ist die Disziplin, welche dabei hilft, für relevante Suchbegriffe bei Suchmaschinen „organisch“ besser gefunden zu werden. „Organisch“? So nennt man es, wenn die Suchmaschine unabhängig von bezahlten Anzeigen Ergebnisse liefert.

SEO gilt zu Recht als einer der anspruchsvollsten Bereiche im Online-Marketing. Ein professioneller SEO-Experte muss gleich diverse Fähigkeiten mitbringen und miteinander kombinieren: technisches Verständnis, strategisches Denken plus Kompetenzen als Texter sind die Grundlage.

Ein tiefgreifendes Wissen über die Algorithmen von Google und Co. sind darüber hinaus unabdingbar. Dazu kommt ein starker Wille zur täglichen Weiterbildung, denn Google spielt mit Suchmaschinen-Optimierung gerne Katz und Maus, indem Algorithmen sich verändern oder Rankingkriterien neu gewichtet werden.

Dieser Job ist nichts für Sie? Verständlich, gleichwohl: Zumindest die SEO-Grundregeln sollten jede Maklerin und jeder Makler beherrschen. Denn so verstehen Sie die Prinzipien, können einfache Dinge selbst umsetzen und Ihre Dienstleister besser kontrollieren.

Wir von BOTTIMMO haben Einiges an Grundlagenwissen zusammengefasst, sodass Sie in Zukunft die Leiter in den Ergebnisseiten (Search Engine Result Pages oder SERPs) immer weiter hochklettern.

Aber was hat BOTTIMMO denn mit SEO zu tun? Bei BOTTIMMO geht es doch mehr um Inhalte, Rechner und kleine Tools für den Einbau auf Makler-Websites... Richtig, aber damit diese Angebote gefunden und genutzt werden, spielt die Leistungsfähigkeit der Website eine große Rolle. Und damit natürlich auch das Thema SEO! Zudem hat sich BOTTIMMO ja auch zur Aufgabe gemacht, den Makler in allen Aspekten des Marketings zu unterstützen – mit fundiertem Wissen und praktischen Tipps.



Wohin mit den Keywords?

Hartnäckig hält sich die alte Regel „Viel hilft viel.“: Man versteckt einfach 100 Mal das Wort „Immobilienmakler“ auf der Website und schon wird man bei Google gefunden. Aber so einfach geht das nicht. Wo im Code der Website ein Keyword auftaucht, macht für Google einen großen Unterschied.

Google kommt ja nicht zu Ihnen ins Büro, wo Sie mal in Ruhe erzählen können, was Sie denn so alles für Dienstleistungen anbieten, warum Ihre Kunden Sie lieben und wie gut Sie sich in Ihrer Farm auskennen. Google möchte aber all das wissen – und genau nach diesen Informationen sucht Google im Code Ihrer Website. Apropos „Code“: HTML ist eine sehr einfache Beschreibungssprache. Letztendlich werden darzustellende Texte und Bilder einfach nur mit einer Reihe von Zusatzinformationen versehen. So weiß der Browser, was er wie und wo darstellen soll. Und Google weiß, wie wichtig was ist.





Die drei stärksten Positionen, um Google zu sagen „dieser Begriff ist mir super wichtig“, sind:

1. Die URL, also Ihre Webadresse (www.max-makler.de)
und der Verzeichnispfad
(www.max-makler.de/verkauf-einer-immobilie-in-musterstadt).
2. Der Seitentitel, also sozusagen das große Schild über Ihrem
Schaufenster. Jede Unterseite hat einen eigenen Titel. Gehen Sie
doch einfach mal mit der Maus über den „Tab“ in Ihrem Browser,
dann wird der Titel angezeigt.
3. Die stärkste Überschrift (H1), also die wichtigste, dominanteste
aller Headlines, so ähnlich wie die riesige Schlagzeile auf dem Titel
der BILD.

Also gilt es, jetzt die drei Positionen mit den relevanten Keywords bis
zum Rand zu füllen? Das wäre zu einfach.

BEACHTEN SIE DIE ⅓-REGEL.

Verwenden Sie ein zentrales Keyword nicht öfter als an zwei der drei
Stellen. Arbeiten Sie stattdessen mit Synonymen und „sprechenden
Überschriften“.

Beispiel: Ihre Wunsch-Keyword-Kombination lautet „Immobilien-
makler Wuppertal“. Wäre das auch eine gute H1? Nicht ganz, richtig
gut wäre: „Ihr persönlicher Makler rund um Immobilien in Wuppertal.“

Weitere Positionen, um Google mehr darüber mitzuteilen, was Ihnen wichtig ist:

- ✔ alle weiteren Überschriften (H2-H5)
- ✔ natürlich der Fließtext, welche(r) optimal genutzt werden kann und sollte
- ✔ Bildernamen („max-makler-musterstadt.png“ statt „img13521.png“) sowie die Ersatzbeschreibungen („ALT Tags“) der Bilder
- ✔ interne Links

Keine Angst vor HTML

```
<html>
  <head>
    <meta charset="utf-8">
    <title>Hier taucht Ihr Titel im Code auf –
    ganz einfach, nicht wahr?</title>
    <description>An der Stelle liest Google die
    Kurzbeschreibung Ihrer Website aus.</description>
  </head>
  <body>
    <p>Hier beginnt der "Body" – also tatsächlich
    der Fließtext auf der Website. Hier tauchen dann
    auch die Überschriften auf. Zum Beispiel die
    allerwichtigste: <H1>Eine ganz wichtige Über-
    schrift.</H1> </p>
  </body>
</html>
```



Vermeiden Sie diese sechs häufigsten Fehler.

1

KEIN REGIONALBEZUG.

Ihr großer Vorteil gegenüber den digitalen Playern ist es, physisch „vor Ort“ zu sein. Sie kennen Ihre Region, wie kein Zweiter. Nutzen Sie diesen Vorteil. Denn Menschen suchen in Ihrer Region nach Maklern. Helfen Sie dabei, gefunden zu werden und nehmen Sie Keywords wie beispielsweise „Immobilienmakler STADT“ in Ihrem Website-Text prominent auf. Wer, wenn nicht Sie, kann wirklich gute Informationen in Text und Bild rund um Ihre Region zusammentragen und aufbereiten? Packen Sie es an.

2

KEIN MUT ZUR REGIONALEN NICHE.

Natürlich soll das eigene Einzugsgebiet am liebsten immer so groß wie möglich sein – schließlich möchten Sie keine Chance auslassen. Aber manchmal liegt der Erfolg in der Nische. Menschen suchen nach Immobilienmaklern für Stadtteile und auch kleinen Gemeinden. Sie möchten den Spezialisten für eine bestimmte Ortschaft finden. Zwar ist das Suchvolumen meist etwas geringer, jedoch ist auch die Konkurrenz niedriger und die Nachfrage so wertvoller.





3

DIE FALSCHEN KEYWORDS, UM VERKÄUFER ZU ERREICHEN.

Die Keyword-Kombination „Haus / Immobilie verkaufen Regensburg“ klingt ja eigentlich ganz gut. Doch Achtung, hier verbirgt sich ein klassischer „falscher Freund“. Sie erreichen damit in erster Linie potenzielle Käufer, die ein Haus in Regensburg suchen („Haus zu verkaufen Regensburg“). Organisch mag das noch ok sein, sobald Sie aber mit dieser Keyword-Kombination Google Ads schalten, wird es schnell richtig teuer.

4

ZU VIEL INHALT AUF EINER EINZELNEN SEITE.

„Für jede Seite ein Thema.“ Dieser Grundsatz bleibt, auch wenn es im Bereich SEO immer neue Trends gibt. Eine Startseite, die auf fünf Regionen im Zusammenhang mit Makler optimiert ist, ranked meist für alle fünf mittelmäßig. Machen Sie für jedes Thema eine eigene Unterseite auf. Das macht es für Google viel leichter zu entscheiden, genau Ihre Seite als Suchergebnis auszuliefern.



5

KEYWORDS MIT SCHEUKLAPPEN UND BRECHSTANGE NUTZEN.

Sie haben sich beispielsweise für das Keyword „Immobilienbewertung“ entschieden, um mehr Besucher auf Ihre Online-Bewertung von BOTTIMMO zu bringen. Dieses Keyword soll es sein und das muss jetzt überall untergebracht werden – in der Folge viel zu häufig und viel zu unnatürlich. Das liest sich nicht nur schlecht, sondern bringt Sie auch nicht nach oben. Denken Sie immer daran, was Google wirklich wichtig ist, nämlich die Suchabsicht eines Suchenden zu befriedigen. Darum geht es im Kern, weil nur so Google selbst als Produkt (also „die Suchmaschine, die immer die besten Ergebnisse liefert“) glänzen kann.

Es geht nicht um das handwerkliche Integrieren eines Keywords mit der Brechstange. Es geht um informative Inhalte zu spezifischen Themen. Schreiben Sie einen natürlich lesbaren, interessanten Text mit Mehrwert für den Leser. Damit machen Sie alle glücklich: den Suchenden, Google und sich selbst. Die BOTTIMMO-Ratgeber geben Ihnen einen umfangreichen Schatz an Themen, Aspekten und Formulierungen.

www.bottimmo.com



Verwenden Sie Synonyme und alle thematisch verwandten Keywords, die in diesem Zusammenhang mit Ihrem Thema vorkommen. Gerade wenn Sie selbst fachlich tief in einem Thema drinnen sind, verwenden Sie häufig Begriffe, die „draußen“ kein anderer so nutzt.

Dazu noch zwei Tipps:

Tipp 1: Melden Sie sich kostenlos bei Google Ads an – dort können Sie auf ein kostenfreies Keyword Tool zugreifen, das Ihnen bei der Auswahl relevanter Begriffe hilft.

Tipp 2: Zu bestimmten Suchanfragen blendet Google in den Suchergebnissen ganz oben „Fragen und Antworten“ ein. Orientieren Sie sich daran. Dies sind die relevanten Themen, welche Suchende wirklich interessieren.

Und jetzt das Bild, an dem Sie sich immer orientieren sollten: Kreieren Sie einen vielfältigen, wohlriechenden thematischen Blumenstrauß, der Google und Leser gleichermaßen erfreut.

6

ZU WENIG INHALTE.

Entweder wird auf der Startseite bereits alles Pulver verschossen, oder die Seite sieht aus wie ein kahler Weihnachtsbaum – behangen mit Buttons, Bildern und Boxen – jedoch ohne Text.

Leider gibt es keine pauschale Regel, wie viele Wörter auf einer Seite optimalerweise sein sollten.

Unser Tipp: Weniger als 500-600 Wörter sollten es nicht sein.

Tipp: Prüfen Sie, was die Konkurrenz macht. Googlen Sie Ihren Suchbegriff und schauen Sie, wer für diesen auf Position 1-3 sitzt.

Nun zählen Sie die Worte auf der Konkurrenz-Seite.

Das ist ein gute Indikator.





GANZ PRAKTISCH:

Sorgen Sie mit diesen Keyword-Kombinationen für Auffindbarkeit und Umsatz. SEO hat klare Regeln, doch in der Ausführung braucht es individuelles Fingerspitzengefühl. Denn jeder Makler und jedes Expertengebiet sind natürlich individuell zu betrachten. Wir geben Ihnen hier die absolut zentralen Tipps an die Hand, welche sich im Alltag bewährt haben und die unserer Meinung nach von jedem Makler berücksichtigt werden sollten.

„Immobilienbewertung + STADT“

Ihr Themenstrauß kann sich hier beispielsweise aus folgenden Begriffen zusammensetzen: *Immobilienpreise, Immobilien, Immobilienrechner, Bewertungsverfahren, Immobiliengutachter / Sachverständiger, kostenlose Bewertung, Bewertungsgründe, Immobilienpreis berechnen, Hauswert selbst berechnen, Haus bewerten kostenlos, „Wie viel ist meine Immobilie wert?“*

„Energieausweis + STADT“

Dekorieren Sie Ihren Blumenstrauß dafür u.a. mit folgenden Begriffen: *Kosten, Pflicht, Typen, Verpflichtung und Auflagen, „Warum braucht man einen Energieausweis?“*

„ohne Makler / ohne Provision verkaufen“

Denken Sie dabei u.a. über folgende Begriffe nach: *privat verkaufen, was ist beim Privatverkauf zu beachten, Vorteile / Nachteile Verkauf mit Makler*

„Immobilienmakler + STADT“

Hier gibt es einiges an relevanten Keywords, um Ihr Angebot richtig in Szene zu setzen: *die schönsten Stadtteile / Stadtviertel, Sehenswürdigkeiten, Wohngebiete, Neubauprojekte, Geschichte der Stadt, Bauwerke*

Sie möchten mehr Wissen?

Jeden Montag serviert BOTTIMMO in der Webinarreihe „Marketing Monday“ die besten Tipps aus der Marketingwelt. Themen rund um Google und die Website sind stets dabei. In regelmäßigen Abständen werden hier auch Websites echter Makler „live“ geprüft.

www.makler.training



Sie möchten Ihre Website ganz individuell auf Herz und Nieren prüfen lassen?

Dann heißt es: Wähle weise einen kompetenten Partner. BOTTIMMO prüft Partner ausführlich, bevor wir diese unseren Kunden empfehlen. Denn leider nutzen viel der selbsternannten „Experten“ da draußen die Unwissenheit von Immobilienmaklern hemmungslos aus. In den BOTTIMMO-Partner-Bereich schafft es dagegen nur, wer sich in der Praxis bereit bewiesen hat und wirklich solide Arbeit abliefern. SEO-Experte Elias Indrich von LocalOnTop ist einer davon. BOTTIMMO Kunden bietet er einen kostenfreien, individuellen Local-SEO-Check an. Für Nicht-Kunden kostet dieser Service EUR 500,- und erhält von uns das Prädikat „uneingeschränkt empfehlenswert“.

Jetzt BOTTIMMO Kunde werden und vom Partner-Programm profitieren.



Sie möchten mehr Marketing?

Noch einen Tipp zum Abschluss: Nur SEO genügt nicht, genau wie nur Facebook oder nur Flyer nicht genügen. Marketing hat viele Aspekte und die Arbeit muss stets kontinuierlich geschehen. Hier setzt BOTTIMMO an: die besten Inhalte, die besten Werbemittel, die besten Werkzeuge, die besten Tipps aus der Praxis. Sichern Sie sich den Raketenschub auch für Ihr Marketing.

Jetzt BOTTIMMO Kunde werden und vom Partner-Programm profitieren.



BOTTIMMO

Wir bringen Makler mit Eigentümern ins Gespräch.

Marketing für Immobilienmakler. Raketenpower für Ihre Akquise.

BOTTIMMO zeigt Ihre Expertise. HIER IST IHR WISSEN IN RATGEBERFORM.

Das ist Ihr Wissen – hochwertig und kompakt in Ratgeberform gebracht. Gestaltet mit Ihren Farben, Ihrem Logo, Ihren Bildern. Zeigen Sie Ihre Expertise – online und offline!



BOTTIMMO macht Online Akquise einfach. HIER SIND IHRE WERKZEUGE.

Sie wissen, welchen Preis eine Immobilie aktuell in Ihrer Farm erzielen kann? Na klar. Und hier ist der Rechner, der den Job online für Sie übernimmt. Mit Ergebnisversand per E-Mail in Ihrem Namen. Terminvereinbarungsanfrage inklusive! Zeigen Sie Ihr Wissen auch online: Potentielle Verkäufer können Ihre Ratgeber direkt online herunterladen. Ein starker Einstieg in die Akquise!

Mehr erfahren:



BOTTIMMO macht Marketing ganz einfach. HIER SIND IHRE WERBEMITTEL.

Machen Sie von sich und Ihren Dienstleistungen reden! Dafür geben wir Ihnen ein ganzes Sortiment von Werbemitteln mit.



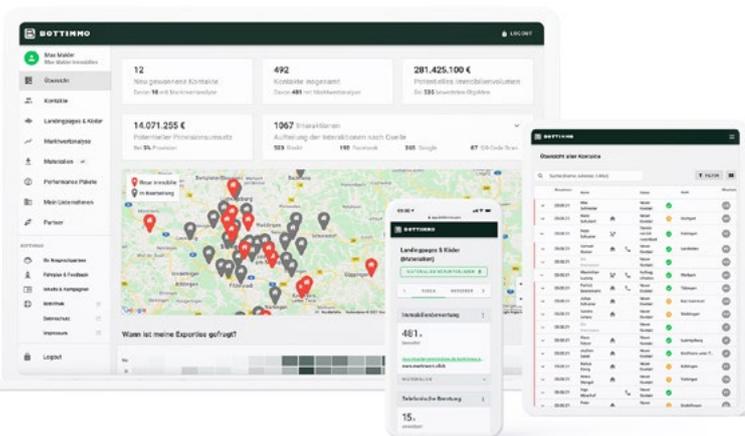
Mit BOTTIMMO bleiben Sie am Ball. HIER SIND IHRE AUTOMATISCHEN E-MAILS.

Ein neuer Kontakt interessiert sich für Ihre Verkaufs-Expertise? Gehen Sie den Kontakt rasch an. Auch ohne Ihr Zutun bleiben Sie mit Hilfe von BOTTIMMO über bis zu 12 Monate per Mail an dem Kontakt dran.

Mit BOTTIMMO behalten Sie den Überblick.

HIER IST IHRE SCHALTZENTRALE.

Die Leadmanagement App ist das Herzstück des BOTTIMMO Systems. Alle, die sich jemals einen Ratgeber heruntergeladen haben, einen Rückruf angefordert oder eine Wertermittlung durchgeführt haben, tauchen hier auf.



Jetzt Beratungstermin vereinbaren:





BOTTIMMO

Wir bringen Makler mit Eigentümern ins Gespräch.