

EIN STANDORT, ZWEI GOOGLE-PROFILE - BEST PRACTICES FÜR HOTELRESTAURANTS

Du führst ein Hotel mit einem Restaurant, bist am Standort aber nur mit einem Google My Business Eintrag aktiv? Dann lässt du Umsatz liegen. Warum zwei individuelle Profile sinnvoll sind, am Beispiel vom *Rheinhotel Schulz / Hotelrestaurant Rheinblick* in Unkel.

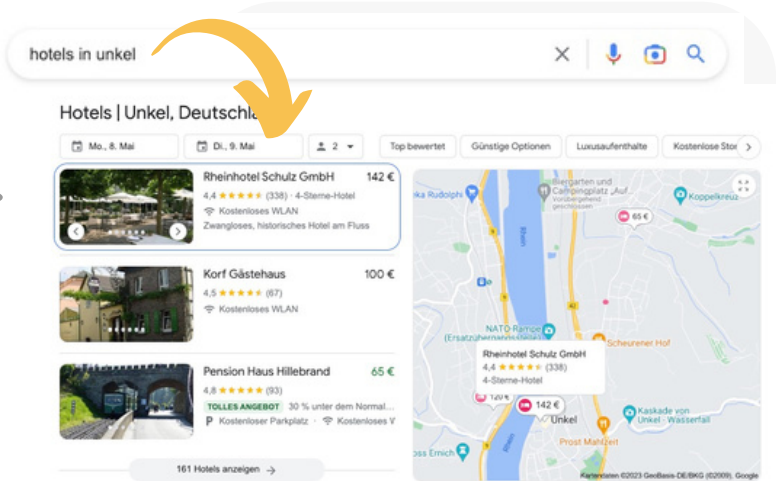
WARUM EIN PROFIL NICHT GENUG IST

- ✗ Restaurant und Hotel nicht unabhängig voneinander online auffindbar und buchbar
- ✗ Vermarktung der Gastronomie an Nicht-Hotelgäste erschwert
- ✗ Nur ein Kontakt und Angabe von Öffnungszeiten für Restaurant und Hotel führt zu Missverständnissen
- ✗ Vermengung von Restaurant- und Hotelbewertungen

AWARENESS PHASE

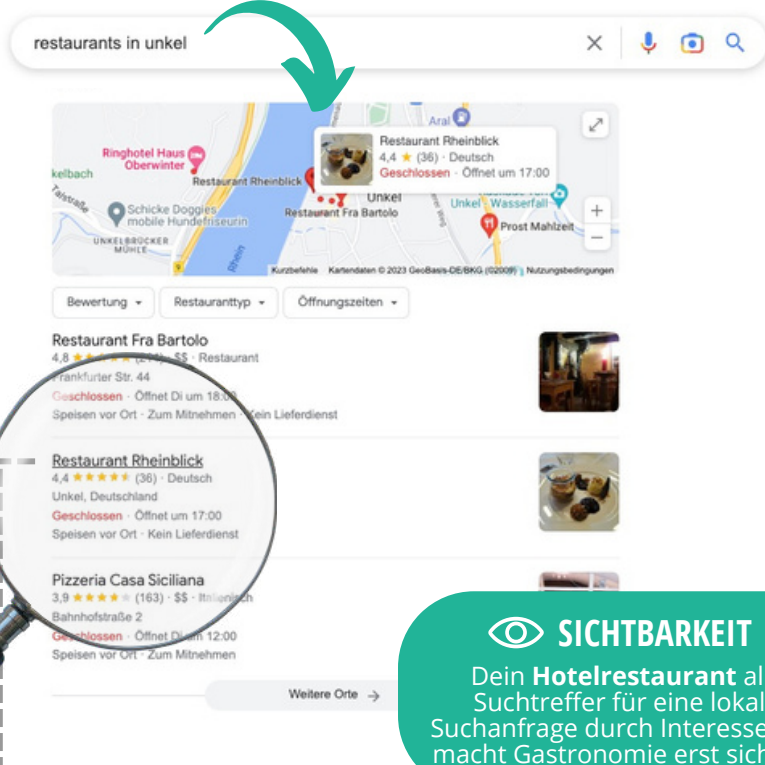
Gäste suchen nach relevanten Angeboten zu ihrem Bedürfnis

✓ Je ein **individueller** GMB-Eintrag für **Gastronomie** und **Hotel**



Alles startet mit der Restaurantsuche...

Gäste suchen lokal nach Restaurants in Ihrer Nähe, vorzugsweise mit dem Smartphone.



SICHTBARKEIT

Dein **Hotelrestaurant** als Suchtreffer für eine lokale Suchanfrage durch Interessenten macht Gastronomie erst sichtbar

✓ **Unabhängiges Hotelprofil** mit Buchungsoption, Kontaktmöglichkeiten und Bewertungen

CONSIDERATION PHASE

Gäste prüfen Angebot im Hinblick auf Erwartung / Wünsche

PROMOTIONEN

Möglichkeit, gastronomisches Angebot aktiv zu **vermarkten** (Speisekarte, Events u.v.m.)

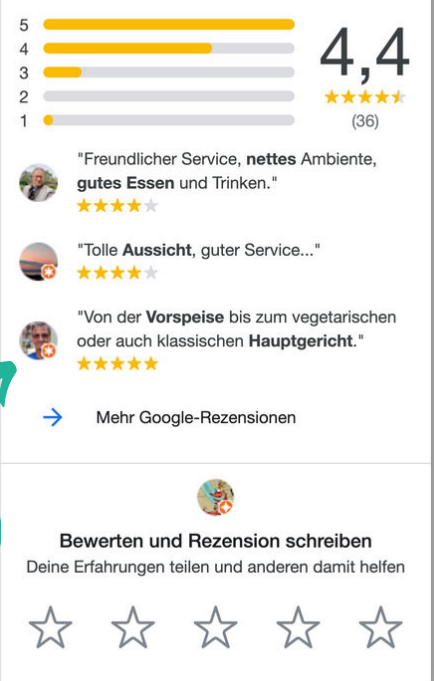
Highlights der Speisekarte



BRANDBUILDING

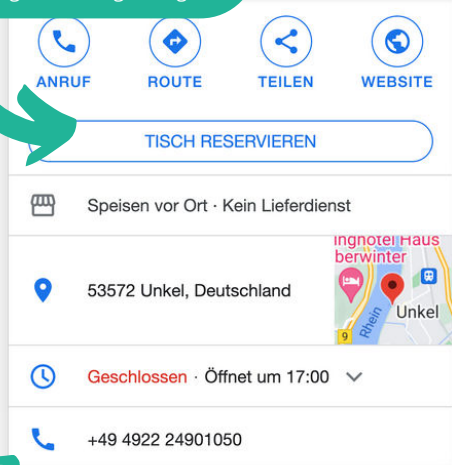
Über **Weiterempfehlung** von Restaurantgästen, keine Vermengung mit Hotelangebot.

Google-Rezensionen im Überblick



BUCHBARKEIT

Prüfung der Tischverfügbarkeit und Direktbuchung über Google möglich



DIREKTER KONTAKT

Rückfragen, Buchungen (z.B. größere Gruppen, Veranstaltungen) ohne Weitervermittlung beim Restaurant.

✓ **Mehr Restaurantgäste** durch höhere Sichtbarkeit und Relevanz.