

Gepflegter Auftritt:

Top-Suchbegriffe für Beauty, Wellness und Friseure

- **Top-15-Keywords für Beauty, Wellness und Friseure von der Fußpflege bis zum Sonnenstudio**
- **Verbraucher suchen im Beauty- und Wellnessbereich besonders häufig Friseure**
- **95 Prozent der Verbraucher halten Das Örtliche für eine seriöse Informationsquelle***

Essen, 19.07.2018 – Ein gepflegter Auftritt ist wichtig für den ersten Kontakt mit Kunden. Das gilt nicht nur für das Geschäft oder die eigene Person, sondern auch für das Erscheinungsbild des Unternehmens im Internet. Eine gute Basis für einen Online-Auftritt ist ein [Eintrag](#) in einem Verzeichnis wie Das Örtliche. Letzteres genießt bei Verbrauchern eine sehr hohe Seriosität, Markenbekanntheit und gilt als wichtige Informationsquelle für die Adressrecherche*. Aber auch die Wahl der richtigen Keywords für Unternehmenseinträge oder die eigene Website ist maßgeblich, um als Gewerbetreibender in der Beauty- und Wellnessbranche gefunden zu werden und Kunden zu gewinnen.

Das Örtliche hat die Top-Suchbegriffe für sieben Geschäftszweige aus dem Bereich Beauty, Wellness und Friseure zusammengestellt, die Nutzer der Plattform bei ihrer Online-Recherche häufig verwenden. Basis für das Ranking ist eine Auswertung der gewerblichen Suchen vom Juli 2017 bis zum Juli 2018 auf www.dasoertliche.de. Laut einer Studie der GfK* haben 2017 knapp 28 Millionen Nutzer in Das Örtliche nach Unternehmen oder Dienstleistungen gesucht.

Die Top-Suchbegriffe für Beauty, Wellness und Friseure

Die Erhebung der Top-Suchbegriffe in Das Örtliche zeigt, dass im Bereich Beauty, Wellness und Friseure besonders häufig „Friseure“ gesucht werden, gefolgt von Dienstleistungen wie „Fußpflege“ und „Kosmetik“. Innerhalb der verschiedenen Rubriken ist zum Beispiel die Unterscheidung zwischen Singular- und Pluralformen wie „Massage“ oder „Massagen“ wichtig, um potentiell besser gefunden zu werden. Auch unterschiedliche Schreibweisen wie z. B. „Friseur/Frisör“ und kleinere Tippfehler wie „Wellnes“ sollten bei der Wahl der Keywords bedacht werden. In den Bereichen „Friseure“ und „Kosmetik“ werden Zusätze wie „Studio“ häufig von den Verbrauchern verwendet. Dies findet sich natürlich auch bei den „Nagelstudios“ wieder. Kosmetikstudios und Wellness-Anbieter sollten in ihren Einträgen zusätzlich bekannte Marken- bzw. Produktnamen nennen, insofern sie diese führen bzw. verwenden. Dies zeigen Beispiele wie „Schwarzkopf“, „Herbalife und „Amway“. „Sonnenstudios“ werden zum größten Teil über den Begriff „Solarium“ gesucht, weshalb es hier kaum variierende Suchbegriffe gibt und bei der Suche nach Massagen genießen Spezialdisziplinen wie „Thai Massagen“ eine hohe Beliebtheit bei den Suchenden.

Wie Unternehmen des Bereichs Beauty, Wellness und Friseure Keywords nutzen können

Keywords – auch Suchbegriffe oder Schlagwörter genannt – helfen dabei, besser von den Nutzern gefunden zu werden, vor allem, wenn diese online suchen. Wer häufig gesuchte Keywords in seiner Kommunikation nutzt, kann sich folglich mehr Sichtbarkeit verschaffen. Die Suchbegriffe können an verschiedenen Stellen eingesetzt werden und dienen als eine Art digitales Schaufenster:

- Auf der Unternehmens-Website: Zum Beispiel im Bereich, der das Unternehmen beschreibt, aber auch auf Unterseiten, die verschiedene Dienstleistungen oder Produkte erläutern. Experten empfehlen je einen Suchbegriff pro Unterseite zu wählen. Für die Startseite zum Beispiel „Friseur“ plus Orts- und Namensangabe.
- In den Inseraten bei Verzeichnisdiensten: Wie zum Beispiel unter www.dasoertliche.de. Hier sollten die Eigenbeschreibungen und die Such-Keywords zielsicher ausgesucht werden.
- In Werbeanzeigen: Auch hier helfen die Toplisten dabei, die richtigen Dienstleistungsschwerpunkte auszuwählen und aufzunehmen.

Weitere Tipps für mehr Sichtbarkeit für kleine und mittelständische Unternehmen finden Sie auf www.dasoertliche.de/unternehmen.

Über Das Örtliche:

Das Örtliche wird von Deutsche Tele Medien und 96 Verlagen Das Örtliche gemeinschaftlich herausgegeben. Die Herausgeber-GbR gewährleistet, dass die vielfältigen Inhalte von Das Örtliche den Nutzern als Buch, online und mobil über www.dasoertliche.de sowie u. a. als Apps für Smartphones und Tablets zur Verfügung stehen und kontinuierlich weiterentwickelt werden. Im Jahr 2017 verzeichneten die Produkte von Das Örtliche medienübergreifend ca. 1,4 Mrd. Nutzungen*. Die Wortmarke Das Örtliche ist im Markenregister für die DasÖrtliche Zeichen-GbR eingetragen und kennzeichnet u. a. neben der typisch blau-weißen Farbkombination alle Produktausprägungen in sämtlichen Medien.

*Quelle: GfK Studie zur Nutzung der Verzeichnismedien 2017; repräsentative Befragung von mehr als 15 Tsd. Personen ab 16 Jahren

Kontakt:

SMART PR GmbH
Yvonne Salcewics
Talstrasse 22-24
40217 Düsseldorf
Tel.: (0211) 2709 – 255
Fax: (0211) 2709 – 252
Mail: salcewics@smart-pr.de

Das Örtliche Service- und Marketing GmbH
Daniel Wurl
Bamlerstr. 1a
45141 Essen
Tel.: (0201) 43 948 – 30
Fax: (0201) 43 948 – 14
Mail: d.wurl@dasoertliche-marketing.de