

Elf Prüfpunkte für deine Website und dein Google-Profil

Geh die elf Punkte mit deiner Website durch. Was mit Nein endet, gibst du an deine Agentur oder deinen Webdesigner weiter.

- ☐ **1. Sagt die Startseite im ersten Bildschirm, was du machst, wo und für wen?**
Wer auf deiner Seite landet, entscheidet in Sekunden, ob er richtig ist. Dazu gehört ein Knopf, der zur Anfrage führt.
- ☐ **2. Hat jede Leistung eine eigene Seite?**
Jede Leistung beantwortet eine andere Suche. Eine Sammelseite „Leistungen“ passt zu keiner richtig.
- ☐ **3. Stehen dein Ort und die Nachbarorte im Text und in Überschriften?**
Etwa „Schreinerei in Emmendingen und Umgebung“. Ohne Ort weiß Google nicht, wo du arbeitest.
- ☐ **4. Gibt es eine Seite über deinen Betrieb?**
Wer dahintersteht, seit wann es dich gibt, was dich auszeichnet. Neue Kunden prüfen das, bevor sie anrufen.
- ☐ **5. Sind Telefonnummer und Anfrage von jeder Seite aus erreichbar?**
Ein Knopf mit klarem Text wie „Schloss tauschen lassen“ bringt mehr als „Mehr erfahren“.
- ☐ **6. Fragt dein Kontaktformular nur ab, was du für ein Angebot brauchst?**
Jedes Feld zu viel kostet Anfragen. Leg fest, welche Angaben du wirklich brauchst.
- ☐ **7. Zeigt die Website echte Fotos aus deinem Alltag?**
Bilder von deinen Aufträgen, deinen Räumen und deinem Team statt Bildern aus dem Katalog.
- ☐ **8. Lädt die Website schnell, und ist sie auf dem Handy gut lesbar?**
Öffne sie auf deinem eigenen Handy, am besten unterwegs. Google belohnt Seiten mit guter Nutzerfreundlichkeit.
- ☐ **9. Ist dein Google-Unternehmensprofil vollständig?**
Adresse, Öffnungszeiten, Kategorien und Fotos. Laut Google werden Betriebe mit vollständigen und richtigen Angaben eher angezeigt.
- ☐ **10. Bekommt jeder Kunde nach dem Termin die Bitte um eine Bewertung?**
Per Nachricht mit dem Link zu deinem Profil. Google verbietet, nur zufriedene Kunden zu fragen oder Kunden vor Ort zur Bewertung zu drängen.
- ☐ **11. Ist die Search Console eingerichtet, und bist du dort Inhaber?**
Das kostenlose Werkzeug zeigt, wie deine Website bei Google dasteht. Die Agentur arbeitet als Nutzer mit, du bleibst Inhaber.