

# Fünf Punkte für den Vergleich mit deinem Wettbewerber

Leg deinen Betrieb und den Wettbewerber nebeneinander. Notier bei jedem Punkt, wer vorn liegt. Die ersten drei schafft dein Team in einer Stunde, die letzten beiden prüft deine Agentur mit ihren Werkzeugen.

- ☐ **1. Wie viele Google-Bewertungen hat er, wie viele hast du, und wie alt ist jeweils die neueste?**  
Notier, was seine Kunden loben. Stimmt das bei dir auch, gehört es auf deine Website.

---

- ☐ **2. Ist sein Unternehmensprofil vollständiger als deins, und welche Hauptkategorie führt er?**  
Vergleich Kategorie, Leistungen, Öffnungszeiten, Fotos und Antworten auf Bewertungen. Ort oder Leistung im Namen: notieren, nicht nachmachen.

---

- ☐ **3. Hat er für jede Leistung eine eigene Seite, und lädt seine Website auf dem Handy schneller?**  
Steht der Suchbegriff in der Überschrift einer eigenen Seite, passt sie besser zur Suche. Öffne beide Websites auf demselben Handy.

---

- ☐ **4. Welche anderen Websites verlinken auf ihn, und welche auf dich?**  
Verband, Lokalzeitung, Partner, Vereine. Dafür braucht es Werkzeuge, die deine Agentur hat.

---

- ☐ **5. Seit wann arbeitet er sichtbar an seiner Website?**  
Neue Seiten und frühere Fassungen der Website zeigen, wie groß sein Vorsprung an Zeit ist.