

Zehn Prüfpunkte für deinen Google-Check

Für die Prüfpunkte brauchst du nur die Google-Suche. Such am besten in einem privaten Fenster, sonst zeigt Google dir eher deine eigenen Lieblingsseiten. Jedes Nein ist ein Auftrag für dich, dein Team oder deine Agentur.

- ☐ **1. Steht deine Website ganz oben, wenn du nach deinem Firmennamen suchst?**
Mit richtigem Namen und einer Beschreibung, die zu deinem Betrieb passt.
- ☐ **2. Erscheinst du in der Karte, wenn du nach deiner wichtigsten Leistung und deinem Ort suchst?**
Zum Beispiel „Badsanierung Freiburg“. Notier, welche drei Betriebe dort stehen.
- ☐ **3. Kennt Google alle deine wichtigen Seiten?**
Gib „site:“ und deine Adresse ein, etwa „site:malerbetrieb-muster.de“. Fehlt eine Leistungsseite, ist das ein Fall für die Agentur.
- ☐ **4. Hat jede wichtige Leistung eine eigene Seite?**
Mit Leistung und Ort in der Überschrift, etwa „Wallbox einbauen in Emmendingen“.
- ☐ **5. Stimmen Öffnungszeiten, Adresse und Telefonnummer im Unternehmensprofil?**
Auch Urlaub und Feiertage sind eingetragen, und nichts weicht von deiner Website ab.
- ☐ **6. Hast du im letzten Monat neue Bewertungen bekommen?**
Vergleich auch mit den drei Betrieben aus der Karte: Wie viele haben sie, wie alt ist die neueste?
- ☐ **7. Hat jede Bewertung eine Antwort?**
Auch die kritischen, sachlich und freundlich.
- ☐ **8. Lässt sich deine Website auf dem Handy gut bedienen?**
Seiten laden zügig, die Telefonnummer lässt sich antippen, das Kontaktformular funktioniert.
- ☐ **9. Zeigt deine Website Belege für deine Arbeit?**
Projektfotos, Referenzen, Zertifikate und die Namen der Menschen, die die Arbeit machen.
- ☐ **10. Weißt du, wie viele Anfragen im letzten Monat über Google kamen?**
Wenn nicht: Lass dir das jeden Monat von deiner Agentur zeigen, nicht nur Plätze bei einzelnen Suchwörtern.