

Zehn Prüfpunkte für eine Website, der Patienten und Mandanten trauen

Ned lang schwätze, mache: Geh die zehn Punkte heute mit deiner Website durch. Hak ab, was stimmt. Jeder offene Punkt ist eine Aufgabe für dich, dein Team oder deine Agentur.

- ☐ **1. Steht auf der Teamseite, wer bei dir berät, mit Qualifikation und Zulassung?**
Foto, Werdegang und Zulassung, je Person.
- ☐ **2. Steht unter jedem Fachbeitrag, wer ihn geschrieben oder geprüft hat?**
Mit Name, Beruf und Datum.
- ☐ **3. Kommt jeder fachliche Rat von jemandem, der dafür ausgebildet ist?**
Abläufe darf dein Team aus Erfahrung beschreiben. Diagnosen, Rechts- und Steuerfragen gehören in die Hand der Fachperson.
- ☐ **4. Hat jede Leistung und jedes Rechtsgebiet eine eigene Seite?**
Jede Seite sagt, für wen die Leistung ist, wie sie abläuft und wer sie übernimmt.
- ☐ **5. Bittet dein Team alle Patienten oder Mandanten um eine Bewertung?**
Nach dem Termin, per Nachricht mit Link. Nicht nur die Zufriedenen und nie, solange jemand noch vor Ort ist.
- ☐ **6. Verrät keine Antwort auf eine Bewertung etwas über den Fall?**
Lies jede Antwort gegen, bevor sie online geht.
- ☐ **7. Steht bei Bewertungen auf deiner Website, wie du ihre Echtheit prüfst?**
Das verlangt das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, sobald du Bewertungen selbst zeigst.
- ☐ **8. Stimmen Name, Adresse, Telefon und Sprechzeiten überall überein?**
Auf der Website, im Google-Unternehmensprofil, bei Kammern, Verbänden und Portalen.
- ☐ **9. Verspricht kein Satz einen sicheren Erfolg?**
Weder eine sichere Heilung noch einen gewonnenen Prozess oder eine garantierte Steuerersparnis.
- ☐ **10. Steht im Impressum, was dein Berufsrecht verlangt?**
Berufsbezeichnung, Kammer und die Berufsordnung, mit Link auf die Berufsordnung.