

Entscheidungsbaum: Google Ads oder SEO zuerst?

Geh die Fragen der Reihe nach durch. Bei jeder Frage steht, wer sie beantwortet und was aus der Antwort folgt. Folgt nichts, geh zur nächsten Frage. Die ersten fünf Fragen klären, ob deine Website schon Anfragen bringen kann und ob du sie zählst. Solange die Website das nicht kann, lohnt sich keine Anzeige.

- ☐ **1. Lädt deine Website auf dem Handy schnell?** **Agentur**
Wenn nein: zuerst die Website, sonst zahlst du für Besucher, die gleich wieder gehen.
- ☐ **2. Sagt jede Leistungsseite in den ersten Zeilen, was du für wen und wo machst?** **Du selbst**
Lies deine Seiten wie ein Kunde. Wenn nein: zuerst die Texte, das ist der Kern von SEO und hilft jeder Anzeige.
- ☐ **3. Gehen Anrufen und Anfragen auf jeder Seite mit einem Tippen?** **Wir oder dein Team**
Seiten auf dem Handy aufrufen und Telefonnummer und Anfrage antippen. Wenn nein: kleine Änderung, die vor jeder Anzeige kommt.
- ☐ **4. Wird gemessen, welche Anfragen woher kommen, auch Anrufe?** **Agentur**
Wenn nein: zuerst die Messung, sonst weißt du nicht, ob eine Anzeige Aufträge bringt.
- ☐ **5. Fragt dein Betrieb bei jeder Anfrage, wie der Kunde auf ihn gekommen ist?** **Du selbst**
Eine kurze Frage am Telefon genügt: Anzeige, Google oder Empfehlung? Wenn nein: heute einführen.
- ☐ **6. Hast du gerade gegründet oder einen Betrieb übernommen und brauchst in den nächsten Wochen Aufträge?** **Du selbst**
Wenn ja: Anzeigen, sobald eine Seite für die Anzeige steht; die übrige Website wächst parallel.
- ☐ **7. Gibt es eine Saison oder Aktion mit festem Datum?** **Du selbst**
Wenn ja: Anzeigen nur für diese Wochen, mit einer eigenen Seite zur Aktion.
- ☐ **8. Ist bekannt, mit welchen Suchbegriffen deine Kunden nach dir suchen?** **Agentur**
Wenn nein: herausfinden lassen und bei Bedarf zwei, drei Begriffe ein paar Wochen mit Anzeigen testen.
- ☐ **9. Reicht dein Budget für Anzeigen, ohne dass die Website liegen bleibt?** **Du selbst**
Rechne vorher aus, was dir eine Anfrage wert ist: dein durchschnittlicher Auftrag mal der Anteil der Anfragen, die zum Auftrag werden. Wenn nein: zuerst die Website. Wenn ja: Anzeigen punktuell dazu.
- ☐ **10. Steht deine Website für deine wichtigsten Suchbegriffe schon von selbst oben?** **Agentur**
Wenn ja: Anzeigen dafür schrittweise zurückfahren und das Geld dort einsetzen, wo die Website noch nicht oben steht.
- ☐ **11. Wird jeden Monat ausgewertet, wie viele Anfragen über Anzeigen, über Google und über Empfehlungen kamen?** **Wir oder dein Team**
Die Zahlen dafür liefern die Notizen zu Frage 5 und die Messung aus Frage 4. Wenn nein: einmal im Monat zusammenzählen. So siehst du, welcher Weg Aufträge bringt.