

Auftrag an Mitarbeiter oder Agentur in 6 Punkten

Gib diese sechs Punkte deinem Mitarbeiter oder deiner Agentur mit, bevor Texte für deine Website entstehen. Punkt 1 und 2 klärst du vorab mit deinem Team. „Du selbst“ heißt: Du sorgst dafür, dein Team macht mit. „Agentur“ heißt: Das liefern Fachleute mit Werkzeugen. „Wir oder dein Team“ heißt: Das machen wir, oder dein Team übernimmt es, nachdem wir es ihm gezeigt haben.

- ☐ **1. Sammelt dein Team die Fragen, die Kunden vor einem Auftrag stellen?** **Du selbst**
Leg eine gemeinsame Liste an, in die jeder einträgt, was Kunden am Telefon, per Mail oder vor Ort fragen. Drei Spalten reichen: Datum, Frage oder Wort des Kunden im Wortlaut, Leistung oder Ort. Nach einigen Wochen siehst du, welche Fragen immer wiederkommen. Die Liste geht einmal im Monat an deine Agentur.
- ☐ **2. Steht fest, für welche Leistungen und Orte du gefunden werden willst?** **Du selbst**
Schreib auf, welche Leistungen dir Geld bringen und welche du ausbauen willst. Dazu die Orte, aus denen deine Kunden kommen, und wie sie ihre Gegend nennen. Notiere auch, wann im Jahr bestimmte Anfragen gehäuft kommen. Ohne diese Vorgaben sucht jede Recherche ins Blaue.
- ☐ **3. Liegen zu jedem Begriff Suchzahlen mit Gebiet und Datum vor?** **Agentur**
Lass dir zeigen, wie oft jeder Begriff im Monat gesucht wird, für welches Gebiet die Zahl gilt und wann sie gemessen wurde. Suchzahlen ohne Datum und Gebiet lassen sich nicht prüfen. Fehlt eine Zahl, weil ein Begriff sehr selten gesucht wird, sollte das dabeistehen.
- ☐ **4. Ist für jeden Begriff eingeschätzt, was der Suchende will?** **Agentur**
Hinter jeder Suche steckt eine Absicht: sich informieren, einen Anbieter finden oder einen Auftrag vergeben. Für deine Website zählen vor allem die Suchen, hinter denen ein Auftrag steckt. Steht ein Begriff mit großer Zahl auf der Liste, hinter dem vor allem Leser stecken, die es selbst machen wollen, frag nach dem Grund.
- ☐ **5. Hat jeder wichtige Begriff eine Seite auf deiner Website?** **Agentur**
Am Ende muss klar sein, welche Seite für welche Begriffe gedacht ist, auch bei Seiten, die noch fehlen. Jede wichtige Leistung bekommt eine eigene Seite. Lass dir eine Reihenfolge geben, welche Seiten zuerst kommen und warum. Erst danach werden Texte geschrieben.
- ☐ **6. Wird die Liste regelmäßig mit neuen Suchanfragen abgeglichen?** **Wir oder dein Team**
Einmal im Monat lohnt ein Blick in die Search Console, das kostenlose Werkzeug von Google, das zeigt, über welche Suchanfragen deine Website gefunden wird. Neue Suchanfragen und neue Fragen deiner Kunden kommen auf die Liste. Bietest du eine neue Leistung an oder suchst Kunden in neuen Orten, lass die Recherche ergänzen.