

Mindestausstattung einer kleinen Website

Geh die elf Punkte mit deiner Website durch. Was mit Nein endet, gibst du an deine Agentur oder deinen Webdesigner weiter oder nimmst es selbst in die Hand: Vier Punkte kann nur dein Betrieb erledigen, du sorgst dafür, dein Team macht mit.

- ☐ **1. Sagt die Startseite im ersten Bildschirm, was du machst, wo und für wen?** **Agentur**
Wer auf deiner Seite landet, entscheidet in Sekunden, ob er richtig ist. Dazu gehört ein Knopf, der zur Anfrage führt.
- ☐ **2. Hat jede Leistung eine eigene Seite?** **Agentur**
Jede Leistung beantwortet eine andere Suche. Eine Sammelseite „Leistungen“ passt zu keiner richtig.
- ☐ **3. Stehen dein Ort und die Nachbarorte im Text und in Überschriften?** **Agentur**
Etwa „Schreinerei in Emmendingen und Umgebung“. Ohne Ort weiß Google nicht, wo du arbeitest.
- ☐ **4. Gibt es eine Seite über deinen Betrieb?** **Agentur**
Wer dahintersteht, seit wann es dich gibt, was dich auszeichnet. Neue Kunden prüfen das, bevor sie anrufen.
- ☐ **5. Sind Telefonnummer und Anfrage von jeder Seite aus erreichbar?** **Agentur**
Ein Knopf mit klarem Text wie „Schloss tauschen lassen“ bringt mehr als „Mehr erfahren“.
- ☐ **6. Fragt dein Kontaktformular nur ab, was du für ein Angebot brauchst?** **Du selbst**
Jedes Feld zu viel kostet Anfragen. Leg fest, welche Angaben du wirklich brauchst.
- ☐ **7. Zeigt die Website echte Fotos aus deinem Alltag?** **Du selbst**
Bilder von deinen Aufträgen, deinen Räumen und deinem Team statt Bildern aus dem Katalog. Du sorgst dafür, dein Team macht sie, weil es jeden Tag dabei ist.
- ☐ **8. Lädt die Website schnell und ist sie auf dem Handy gut lesbar?** **Agentur**
Google belohnt Seiten mit guter Nutzerfreundlichkeit, dazu zählt die Darstellung auf Mobilgeräten.
- ☐ **9. Ist dein Google Unternehmensprofil vollständig?** **Wir oder dein Team**
Adresse, Öffnungszeiten, Kategorien und Fotos. Laut Google werden Unternehmen mit vollständigen und korrekten Angaben eher angezeigt.
- ☐ **10. Bittest du alle Kunden nach dem Termin um eine Bewertung?** **Du selbst**
Per Nachricht mit dem Link zu deinem Profil; du sorgst dafür, dein Team macht mit. Google verbietet, gezielt nur zufriedene Kunden zu fragen oder Kunden vor Ort darum zu bitten.
- ☐ **11. Ist die Search Console eingerichtet, und bist du dort Inhaber?** **Du selbst**
Das kostenlose Werkzeug von Google zeigt, wie deine Website in der Suche dasteht. Die Agentur richtet die Search Console ein; du sorgst dafür, dass du als Inhaber eingetragen bist und die Agentur als Nutzer mit vollem Zugriff.