

Fünf Gründe, die du in einer Stunde prüfen lässt

Leg den Wettbewerber, der vor dir steht, und deinen Betrieb nebeneinander und notiere bei jedem Punkt, wer vorn liegt. Die ersten drei Punkte schafft dein Team in einer Stunde, die letzten beiden prüft deine Agentur mit ihren SEO-Werkzeugen. Die zwei größten Lücken sind dein Anfang.

☐ **1. Wie viele Google-Bewertungen hat er, wie viele hast du, und wie alt ist jeweils die neueste?**

Wir oder dein Team

Bewertungen zählen bei Google zur Bekanntheit eines Betriebs. Notiere auch, was seine Kunden loben, das bei dir genauso stimmt, aber nirgends steht.

☐ **2. Ist sein Unternehmensprofil vollständiger als deins, und trägt sein Name Zusätze wie Leistung oder Ort?** Wir oder dein Team

Vergleiche Kategorie, Öffnungszeiten, Fotos und Antworten auf Bewertungen. Zusätze im Namen verbietet Google: notieren, nicht nachmachen; melden kannst du sie über Googles Beschwerdeformular (der Beitrag erklärt den Weg).

☐ **3. Hat er für jede Leistung eine eigene Seite, und lädt seine Website auf dem Handy schneller als deine?** Wir oder dein Team

Steht der Suchbegriff in der Überschrift einer eigenen Seite mit eigenem Text, passt sie für Google besser zur Suche. Fast gleiche Seiten, die sich nur im Ortsnamen unterscheiden und alle zum selben Ziel führen, zählt Google zu Spam. Öffne beide Websites auf demselben Handy.

☐ **4. Welche anderen Websites verlinken auf ihn, und welche auf dich?** Agentur

Verband, Lokalzeitung, Partner, Vereine. Dafür braucht es SEO-Werkzeuge, die deine Agentur hat.

☐ **5. Seit wann arbeitet er sichtbar an seiner Website?** Agentur

Neue Seiten, Beiträge und frühere Fassungen der Website zeigen, wie groß sein Vorsprung an Zeit ist.