

12 Stellen, an denen Kunden auf deiner Website abspringen

Nimm dein Handy, öffne deine eigene Website und geh die Liste durch. Das dauert zehn Minuten. Mach bei jedem Punkt einen Haken, den du ehrlich mit Ja beantworten kannst. Am Ende siehst du, ob deine Seite Anfragen bringt oder sie verschenkt.

Tipp: Prüf die Seite so, als wärst du ein Kunde mit tropfendem Wasserhahn, der dich nicht kennt.

A Kann man dich erreichen?

- ☐ **01 Die Telefonnummer steht auf dem Handy ganz oben und lässt sich antippen.**
Wer ein Problem hat, will anrufen, nicht suchen. Tipp auf die Nummer: Öffnet sich das Telefon?
- ☐ **02 Wer einen Notfall hat, findet den Notdienst sofort.**
Gilt nur, wenn du einen anbietest. Steht er erst im Kleingedruckten unten, ruft der Kunde beim Nächsten an.
- ☐ **03 Unter dem Formular steht, wann du dich meldest.**
„Wir melden uns innerhalb von einem Werktag“ nimmt die Sorge, dass die Anfrage im Nichts landet.
- ☐ **04 Das Anfrageformular hat höchstens fünf Pflichtfelder.**
Name, Telefon oder E-Mail, Ort, kurze Beschreibung. Alles Weitere klärst du am Telefon.

B Passt du zum Kunden?

- ☐ **05 Die Orte, in denen du arbeitest, stehen auf der Seite.**
Nicht „im Großraum“, sondern mit Namen. So weiß der Kunde, dass er nicht umsonst anfragt, und Google weiß es auch.
- ☐ **06 Jede wichtige Leistung hat einen eigenen Abschnitt oder eine eigene Seite.**
„Heizung, Sanitär, alles aus einer Hand“ sagt wenig. Wer ein neues Bad sucht, will Bäder sehen.
- ☐ **07 Auf der Seite sind echte Fotos von dir, deinem Team und deinen Baustellen.**
Stockfotos erkennt jeder. Ein Handyfoto vom fertigen Bad wirkt besser als ein Hochglanzbild aus dem Katalog.
- ☐ **08 Bewertungen sind auf der Seite zu sehen oder verlinkt.**
Fremde Kunden vertrauen anderen Kunden mehr als dir. Ein Link zu deinem Google-Profil reicht schon.

C Funktioniert die Seite?

- ☐ **09 Die Seite ist auf dem Handy in wenigen Sekunden da.**
Ruf sie mit mobilen Daten auf, nicht im WLAN. Wenn du ungeduldig wirst, wird es der Kunde auch.
- ☐ **10 Öffnungszeiten, Adresse und Telefonnummer stimmen mit deinem Google-Profil überein.**
Widersprüchliche Angaben verunsichern Kunden. Vergleich beides nebeneinander.
- ☐ **11 Deine Seite kommt ohne Cookie-Fenster aus, oder du weißt, warum sie eins braucht.**
Ein Cookie-Fenster ist nur nötig, wenn deine Seite Dienste einbindet, die vorher eine Einwilligung brauchen, zum Beispiel Besucherstatistiken oder eingebettete Google-Karten. Jedes Fenster ist eine Hürde mehr vor deiner Telefonnummer.
- ☐ **12 Impressum und Datenschutzerklärung sind auffindbar und auf dem aktuellen Stand.**
Steht noch die alte Adresse oder ein ehemaliger Mitarbeiter drin? Das fällt Kunden eher auf, als man denkt.

Auswertung

Deine Haken: _____ von 12

- 9 bis 12** Deine Seite macht ihren Job. Kümmere dich um die restlichen Punkte, wenn mal Luft ist.
- 5 bis 8** Hier gehen dir Anfragen verloren. **Fang bei den Punkten 1 bis 4 an**, die bringen am schnellsten etwas.
- Unter 5** Deine Seite arbeitet eher gegen dich. Lass uns kurz drüber reden.

Soll ich mir deine Seite ansehen?

Fragen zur Liste oder zu deiner Seite? Ich schau sie mir gern an, kostenlos und ohne Verkaufsgespräch.

kontakt@foerster-digital.de

0170 9461748

foerster-digital.de

KOSTENLOSER WEBSITE-CHECK