

# handwerk. magazin

www.handwerk-magazin.de

Checkliste:

## Wie gut ist Ihre **WEBSITE**?

Autorin **Kerstin Meier**

---

### IMMER AUF DER SICHEREN SEITE



Von unserer Fachredaktion geprüft. Die Inhalte dieses Downloads sind nach bestem Wissen und gründlicher Recherche entstanden. Für eventuell enthaltene Fehler übernehmen jedoch Autor/in, Chefredakteur sowie die Holzmann Medien GmbH & Co. KG keine rechtliche Verantwortung.

# Checkliste Wie gut ist Ihre **WEBSITE**

Die Qualität einer Website bemisst sich daran, ob ein Betrieb die damit verbundenen Ziele auch erreicht. Daniel Dierkes, Inhaber der auf Handwerker-Websites spezialisierten Agentur Artland Marketing in Merzen, hat die wichtigsten Kriterien zusammengefasst.

	<b>ZEHN PRÜFKRITERIEN</b>	<b>JA</b>	<b>NEIN</b>
<b>1.</b>	<b>Passt sich Ihre Website an die Bildschirmgröße des Users an (responsives Webdesign)?</b> Laut Auswertung von Artland Marketing surfen bereits 30 bis 45 Prozent der User auf Handwerker-Websites per Smartphone und Tablet. Zudem kostet ein fehlendes responsives Webdesign wertvolle Plätze im Google-Ranking		
<b>2.</b>	<b>Haben Sie eine andere Startseiten-Headline als „Herzlich willkommen...“?</b> Keine drei Sekunden haben Sie zur Verfügung, um einen User zum Bleiben zu bewegen. Da kommt es vor allem auf eine spannende, aussagekräftige Headline an.		
<b>3.</b>	<b>Sind Ihre drei wichtigsten Stärken/Vorteile auf jeder Unterseite sichtbar dargestellt?</b> Kernproblem vieler Handwerker-Websites ist die nicht vorhandene oder unzureichende Darstellung der eigenen Stärken. Kunden wollen jedoch wissen, warum sie gerade Ihnen den Auftrag geben sollen.		
<b>4.</b>	<b>Liegt die Ladezeit Ihrer Website beim Page Speed Tool von Goole bei mindestens 90 Punkten?</b> Die Ladezeit ist nicht nur für die Suchmaschinenplatzierung ein wichtiger Faktor, sondern auch für die Nutzerfreundlichkeit: Laut Google-Studie verdreifacht sich die Absprungrate, wenn die Ladezeit nur um zwei Sekunden steigt.		
<b>5.</b>	<b>Umfasst Ihre Navigation maximal sieben Punkte?</b> Mehr als sieben Menüpunkte kann das menschliche Gehirn nicht ohne Weiteres erfassen. Der Überblick geht verloren – die Absprungrate steigt		
<b>6.</b>	<b>Kann der User mit maximal zwei Klicks eine spezifische Leistung finden und dann eine Anfrage stellen?</b> Gerade mobile Nutzer mögen wegen der erneuten Ladezeit keine Klicks. Ein Schlüsselfaktor für den Online-Erfolg liegt also in möglichst wenig Klicks bis zum Ziel		
<b>7.</b>	<b>Enthält Ihre Kontaktseite die komplette Anschrift mit Telefonnummer, Mail, Kontaktformular sowie einen durch Google Maps gestützten Standorthinweis?</b> Jeder Mensch hat eigene Präferenzen. Der eine telefoniert gerne, der andere schreibt lieber, und tatsächlich füllen viele User gerne Formulare aus. Wer nicht alle Kontaktwege eröffnet, verliert Anfragen und Umsatz.		
<b>8.</b>	<b>Nutzen Sie Google AdWords?</b> Einfach zu erstellen, für jedes Budget geeignet und in fast jedem Fall ein guter return on invest. Jeder Handwerker sollte Googles Werbeanzeigen nutzen – auch wenn die Klickpreise im Handwerk bereits steigen.		
<b>9.</b>	<b>Sind Landingpages oder spezielle Unterseiten in Ihren Anzeigen hinterlegt?</b> Je weniger Klicks zum Ziel führen, desto höher sind Anfragen und Umsatz. Erstellen Sie deshalb für Produkte, Leistungen oder Aktionen eigene Unterseiten, die mit einem Klick erreichbar sind.		
<b>10.</b>	<b>Wird Ihre Seite zu den wichtigsten Leistungsbegriffen in Kombination mit Ihrem Standort auf Seite eins bei Google gefunden?</b> Wenn Sie AdWords nutzen, ist das kein Muss. Sollten Sie aber eine gute Suchmaschinenplatzierung haben, wissen Sie die Vorteile sicher zu schätzen.		