

Checkliste für Website + Local SEO + Conversion Audit

Ein praxisnahes Dokument, um zu prüfen, ob die Website eines kleinen Schweizer Unternehmens wirklich klar, vertrauenswürdig und bereit für Anfragen, Anrufe und qualifizierte Leads ist.

DE-CH · Swiss Signal Edition

Für wen das gedacht ist

Kleine Unternehmen, lokale Dienstleister, Studios, Berater und Agenturen, die verstehen wollen, was ihre Website bei Anfragen aktuell bremst.

So wird es genutzt

Gehen Sie Block für Block durch und markieren Sie, was bereits stimmt. Ziel ist nicht Perfektion, sondern die strukturellen Lücken zu erkennen, die qualifizierte Anfragen verhindern.

Empfohlene Nutzung

10–15 Minuten. Sinnvoll vor einem Redesign, vor Ads, vor Local-SEO-Arbeit oder direkt nach dem Launch.

So lässt sich die Situation bewerten

Ein einfacher Ansatz: 0 = fehlt, 1 = teilweise vorhanden, 2 = sauber / überzeugend.

Bereich	Score	Kurzbewertung
Angebot & Klarheit	0–10	Versteht ein Besucher in wenigen Sekunden, was Sie tun, für wen und was der nächste Schritt ist?
Conversion	0–10	Macht die Website es leicht, Kontakt aufzunehmen, zu buchen oder eine Anfrage zu stellen?
Vertrauen	0–10	Wirkt die Marke real, seriös, lokal und glaubwürdig?
Local SEO	0–10	Hilft die Website Google, Leistungen, Gebiet und lokale Suchintention zu verstehen?
GBP-Abgleich	0–10	Ist das Google Business Profile sauber mit der Website abgestimmt?
Tracking & Follow-up	0–10	Wissen Sie, welche Kanäle und Seiten echte Leads bringen?

Score lesen

0–20: schwache Basis · 21–35: okay, aber mit klaren Lücken · 36–50: starke Basis mit offensichtlichen Quick Wins · 51–60: bereits sehr solide, jetzt geht es um Feinschliff.

Block 1 — Angebot, Klarheit, Conversion

1. Angebot & Positionierung

■	Die Startseite erklärt in unter 5 Sekunden klar, was Sie tun.	Vermeiden Sie vage oder zu breite Aussagen.
■	Die Zielkundschaft ist erkennbar.	Besucher sollten sofort spüren, ob das Angebot zu ihnen passt.
■	Das Hauptangebot ist leicht verständlich.	Leistung, Nutzen, Gebiet und nächster Schritt.
■	Der Ton wirkt seriös und einfach.	Gerade im Schweizer Markt besonders wichtig.
■	Die Seite verlangt nicht zu viel Denkarbeit.	Weniger Reibung führt meist zu mehr Anfragen.

2. CTA und Kontaktpfad

■	Der wichtigste CTA ist direkt sichtbar.	Audit, Anruf, WhatsApp oder Formular: eine klare Hauptaktion zählt.
■	Die CTAs sind über die Seite hinweg konsistent.	Zu viele konkurrierende Aktionen vermeiden.
■	Kontakt über Mobile ist einfach.	Telefon, WhatsApp und Formular sollten sofort zugänglich sein.
■	Das Formular fragt nur das Nötigste ab.	Je kürzer, desto eher wird es ausgefüllt.
■	Der nächste Schritt nach dem Kontakt wirkt beruhigend.	Menschen möchten wissen, was danach passiert.

Block 2 — Vertrauen, Local SEO, Präsenz

3. Vertrauen & Glaubwürdigkeit

■	Die Website zeigt eine reale Person, ein Team oder eine echte Struktur.	Lokale Käufer möchten sehen, dass hinter der Marke ein echtes Unternehmen steht.
■	Kontaktinformationen sind sichtbar und sauber.	E-Mail mit Domain, Telefonnummer, Stadt oder Region schaffen Seriosität.
■	Es gibt echte Nachweise.	Bewertungen, Mini-Cases, Screenshots, Prozess, Beispiele.
■	Preislogik oder Arbeitsweise sind erklärt.	Transparenz hilft bei ernsthaften Anfragen.
■	Das visuelle System wirkt konsistent.	Ein klareres Markenbild erhöht Vertrauen sofort.

4. Local SEO und nützliche Seiten

■	Jede wichtige Leistung hat eine eigene Seite.	Nicht nur eine Startseite, die alles zugleich sagt.
■	Es gibt lokale Seiten oder Branchenseiten, wenn sinnvoll.	Sehr hilfreich für qualifizierte lokale Suchintention.
■	Title und Meta Description sind konkret.	Keine generischen oder doppelten Metadaten.
■	Interne Verlinkung unterstützt Navigation und Kontakt.	SEO sollte Conversion unterstützen, nicht getrennt davon laufen.
■	Das bediente Gebiet ist klar genannt.	Städte, Region, Sprache und Einsatzgebiet sollten eindeutig sein.

Block 3 — GBP, Tracking, Quick Wins

5. Google Business Profile

■	Das GBP ist vollständig und mit der Website abgestimmt.	Name, Telefon, Website, Kategorien, Beschreibung, Leistungen.
■	Fotos und Bewertungen werden gepflegt.	Ein schwaches Profil kostet sehr schnell Vertrauen.
■	Die Servicegebiete sind realistisch.	Keine künstlich überdehnten lokalen Versprechen.
■	Bewertungen sind aktuell und echt.	Schon einige gute Bewertungen helfen spürbar.
■	Website und GBP erzählen dieselbe Geschichte.	Gleiches Versprechen, gleiches Gebiet, gleiche Identität.

6. Tracking und kommerzielles Follow-up

■	Sie wissen, woher Leads kommen.	Organisch, direkt, WhatsApp, lokale Suche, Social, Empfehlungen ...
■	Wichtige Klicks werden gemessen.	Anruf, Formular, WhatsApp, Audit, Download.
■	Sie können vergleichen, welche Seiten wirklich konvertieren.	Ohne das bleibt Optimierung oft nur Vermutung.
■	Leads erhalten eine schnelle Rückmeldung.	Die Website allein reicht nicht — Follow-up zählt mit.
■	Sie wissen, was diesen Monat zuerst verbessert werden muss.	Tracking soll Entscheidungen steuern, nicht nur Daten sammeln.

Was nach dieser Checkliste zu tun ist

1. Klarheit verbessern

Beginnen Sie mit Angebot, Versprechen, CTA und Lesbarkeit.

2. Vertrauen stärken

Mehr Proof, Prozess, Absicherung und sichtbare Glaubwürdigkeit einbauen.

3. Lokale Signale schärfen

Website, GBP, Leistungen, Einsatzgebiet und lokale Seiten sauber abstimmen.

4. Tracking aufsetzen

Anrufe, WhatsApp, Formulare, Audits und die Seiten mit echter Nachfrage messen.

Sie möchten eine schärfere Einschätzung?

Swiss Signal Agency unterstützt Schweizer KMU dabei, Website, Local SEO, Google Business Profile und Conversion Tracking so zu verbessern, dass das gesamte System klarer, glaubwürdiger und anfrage-stärker wird.

Kontakt

[swissignalagency.ch](https://www.swissignalagency.ch)

contact@swissignalagency.ch · +41 76 521 93 74

Deutschschweiz · Suisse romande · landesweit