



Kundenpfad

Vom ersten Eindruck zur Anfrage.

MUSTERREPORT · KEIN REALER KUNDEFALL

Digitaler Sichtbarkeits-Audit

Schreinerei Beispiel

Lokales Handwerksunternehmen · www.schreinerei-beispiel.de · 11.07.2026



GESAMTSCORE

DAS ERGEBNIS IN EINEM SATZ

Der Betrieb wirkt fachlich vertrauenswürdig und ist lokal auffindbar. Der Weg von Google zur mobilen Anfrage ist jedoch unnötig lang. Die größte kurzfristige Chance liegt in einem sichtbaren Kontaktweg, konkreteren Leistungen und einer sauberen Messung der Anfragen.

ENTSCHEIDUNG IN DREI MINUTEN

Was jetzt wirklich zählt

Der Betrieb wirkt fachlich vertrauenswürdig und ist lokal auffindbar. Der Weg von Google zur mobilen Anfrage ist jedoch unnötig lang. Die größte kurzfristige Chance liegt in einem sichtbaren Kontaktweg, konkreteren Leistungen und einer sauberen Messung der Anfragen.

DAS FUNKTIONIERT BEREITS

- Gute öffentliche Bewertungen und glaubwürdige Projektfotos
- Leistungsgebiet und handwerkliche Spezialisierung sind erkennbar
- Website funktioniert technisch auch auf mobilen Geräten

HIER GEHEN ANFRAGEN VERLOREN

- Telefon und Anfrage sind im ersten mobilen Bildschirm nicht sichtbar
- Google-Leistungen und Website-Angebot sind nicht vollständig abgestimmt
- Formular- und Telefonanfragen werden nicht als Conversions erfasst

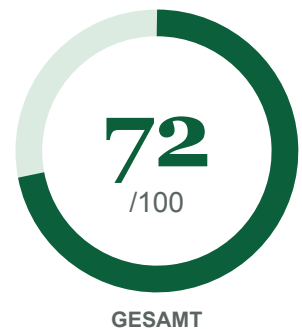
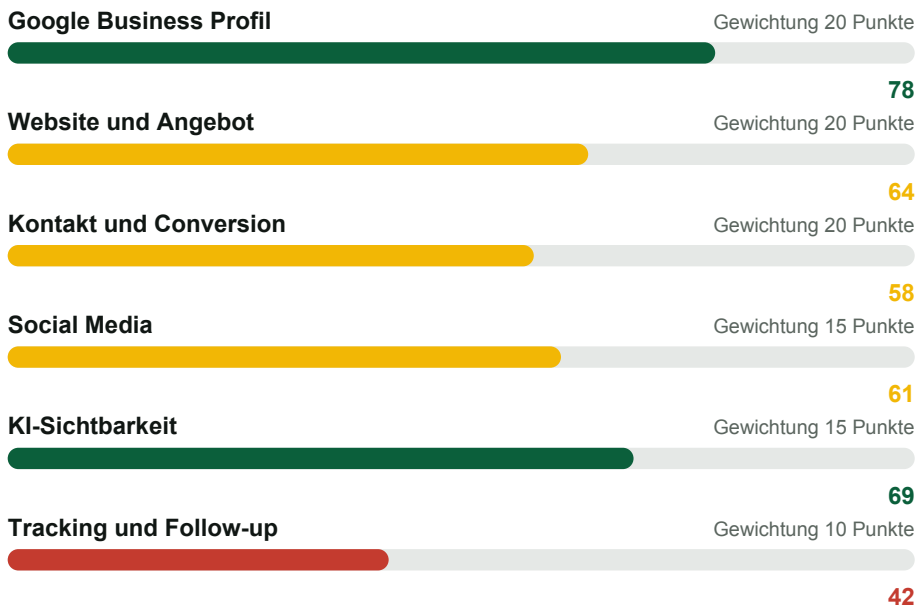
EMPFEHLUNG

Zuerst die drei priorisierten Bremsen im bestehenden System beheben. Ein vollständiger Relaunch ist auf Basis dieser Musteranalyse nicht der erste sinnvolle Schritt.

100-PUNKTE-SYSTEM

Sechs Bereiche, ein verständliches Gesamtbild

Grün bedeutet solide Basis, Gelb zeigt Optimierungspotenzial, Rot markiert eine akute Anfragebremse.



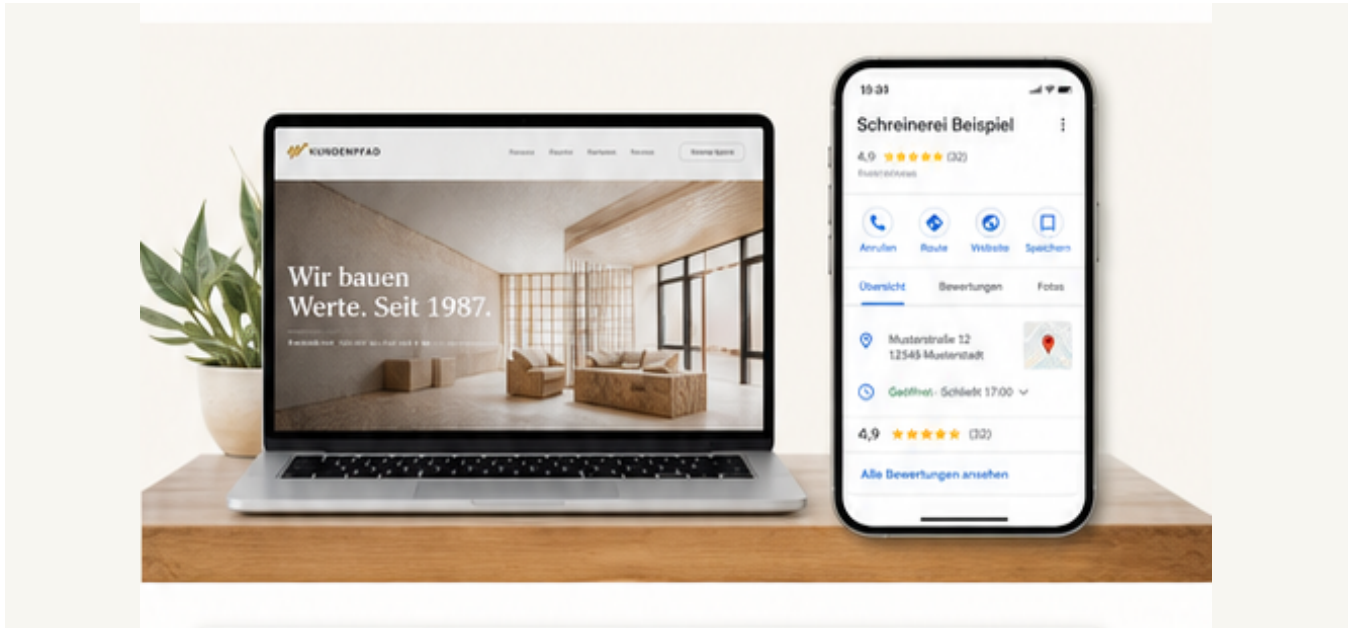
SCORE RICHTIG LESEN

Der Score ist keine absolute Wahrheit. Er macht Befunde vergleichbar und priorisierbar. Entscheidend sind die belegten Fundstellen und die daraus abgeleiteten Maßnahmen.

PRÜFBEREICH 01

Google Business Profil und lokale Sichtbarkeit

Bewertet werden Vollständigkeit, Aktualität, Kategorien, Leistungen, Fotos, Bewertungen und der Weg zum Kontakt.

**STARK**

Bewertungen und Projektfotos vermitteln glaubwürdige handwerkliche Qualität.

LÜCKE

Leistungsangaben im Profil sind allgemeiner als das Angebot auf der Website.

CHANCE

Jede wichtige Leistung sollte mit passender Zielseite, Foto und klarer Kontaktoption verbunden sein.

PRÜFBEREICHE 02 UND 03

Website, Angebot und Weg zur Anfrage

Die entscheidende Frage: Versteht ein neuer Besucher in wenigen Sekunden Angebot, Vertrauen und nächsten Schritt?

MOBILER 5-SEKUNDEN-TEST

1. Was wird angeboten?
2. Für wen und in welcher Region?
3. Warum ist der Betrieb vertrauenswürdig?
4. Wie kann ich jetzt anfragen?

- Leistungsversprechen ist sichtbar, bleibt aber zu allgemein.
- Projektbilder schaffen Vertrauen, konkrete Referenztexte fehlen.
- Telefon und Anfrage erscheinen mobil erst nach mehreren Scroll-Bewegungen.
- Es gibt kein klares Signal, was nach dem Absenden des Formulars passiert.

PRIORITÄT

Kontaktmöglichkeit im ersten mobilen Bildschirm sichtbar und klickbar machen.

PRÜFBEREICHE 04 UND 05

Social Media, KI-Suche und externe Signale

Nicht jeder Kanal muss aktiv sein. Entscheidend ist ein konsistentes, belegbares Unternehmensbild.

● **Google**

klar

● **Website**

teilweise

● **Instagram**

unregelmäßig

● **LinkedIn**

nicht relevant

● **YouTube**

nicht aktiv

● **Newsletter**

fehlt

● **KI-Suche**

uneinheitlich

● **Externe Quellen**

ausbaufähig

WAS KI-SICHTBARKEIT HIER BEDEUTET

Klare Leistungen, konsistente Unternehmensdaten, belastbare Belege und verständliche Antworten. Kein eigener Zauberkanal, sondern die Summe sauberer Signale.

WIRKUNG VOR UMFANG

Die drei nächsten Schritte

Jede Maßnahme ist mit Befund, Aktion, Wirkung, Aufwand und einem realistischen Zeitfenster verbunden.

01

Mobilen Kontaktweg sofort sichtbar machen

BEFUND

Der erste Bildschirm erklärt die Leistung, bietet aber keine direkte Aktion.

MASSNAHME

Klickbare Telefon- und Anfrageoption im sichtbaren Bereich ergänzen.

hoch · 1-2 Tage

02

Google und Website inhaltlich verbinden

BEFUND

Bewertungen schaffen Vertrauen, die konkreten Leistungen bleiben danach zu allgemein.

MASSNAHME

Leistungen, Einzugsgebiet und passende Projekte auf Profil und Website abgleichen.

hoch · 3-5 Tage

03

Anfragen messbar machen

BEFUND

Es ist nicht erkennbar, welche Kanäle tatsächlich zu Kontakten führen.

MASSNAHME

Formular, Telefonklick und Terminweg als Conversions erfassen und im CRM zuordnen.

mittel · 2-4 Tage

VOM REPORT ZUR UMSETZUNG

Ein klarer Plan für die nächsten 30 Tage

Der Audit ist abgeschlossen. Jetzt zählt, die wenigen wichtigen Schritte konsequent umzusetzen und zu messen.

1

WOCHE 1

Kontaktweg

Mobile Telefon- und Anfrageoption sichtbar machen. Google-Leistungen abgleichen.

2

WOCHE 2

Vertrauen

Projektbeispiele, Leistungsseiten und Bewertungsantworten konkretisieren.

3

WOCHE 3

Messung

Formular, Telefonklick und Terminweg als Conversions erfassen.

4

WOCHE 4

Lernen

Anfragen auswerten, schwache Stellen prüfen und nächste Priorität festlegen.

NÄCHSTER SCHRITT

Selbst umsetzen oder den klar definierten Fix-Sprint prüfen. Die 99 EUR für den Audit werden beim Fix-Sprint vollständig angerechnet.