Was Ihre Online-Sichtbarkeit über Ihren Betrieb verrät

Kurzauswertung für Musterbetrieb Wintergarten GmbH, Musterstadt

Diese Auswertung beruht ausschließlich auf öffentlich zugänglichen Daten. Ohne Zugriff auf Ihre Systeme, ohne Fragebogen, ohne Ihr Zutun. **Jede Zahl darin können Sie selbst nachprüfen.**

Erfasst haben wir zehn Betriebe in Ihrer Region. Dabei sind wir auf einen Befund gestoßen, den wir so selten sehen.

Zur Einordnung: Hinter dieser Auswertung steht **Andreas Beck** — seit 35 Jahren selbstständig im Terrassendach- und Wintergartenbau, mit eigenem Betrieb im Raum Berlin. Wir kennen das Geschäft also aus dem Betrieb heraus, nicht aus der Agenturperspektive. **Ihr Einzugsgebiet gehört nicht zu unserem: Wir bewerben uns nicht um dieselben Kunden wie Sie.**

1. Sie besitzen das stärkste Fundament Ihrer Region

Die Linkstärke einer Internetadresse ist das, was über Jahre wächst und sich nicht kaufen lässt. Von zehn Betrieben in Ihrer Region liegt genau einer vor Ihnen — eine überregionale Kette mit mehreren Standorten.

Unter den eigenständigen Betrieben Ihrer Region **sind Sie Erster**.

2. Und Sie nutzen davon einen Bruchteil

BETRIEB	LINKSTÄRKE	SUCHBEGRIFFE	BESUCHER / MONAT
Überregionale Kette	40	102	1.502
Musterbetrieb Wintergarten	**35**	**6**	**7**
Regionaler Wettbewerber A	12	4	87
Regionaler Wettbewerber B	11	48	231
Regionaler Wettbewerber C	7	22	162
Regionaler Wettbewerber D	4	19	75

Wettbewerber B hat **ein Drittel Ihrer Linkstärke** — und wird für achtmal so viele Suchbegriffe gefunden.

Er bekommt über Google rund **33-mal** so viele Besucher wie Sie.

Das liegt nicht an Ihrem Fundament. Das liegt daran, was darauf steht.

> **Die Frage, die wir Ihnen stellen würden:**
>
> Ein Mitbewerber aus Ihrem Einzugsgebiet holt mit deutlich schlechteren Voraussetzungen ein Vielfaches aus Google heraus. Würden Sie gern wissen, wer das ist und was er anders macht?

3. Eine einzige Unterseite trägt Ihre halbe Sichtbarkeit

Ihre Website wird für sechs Suchbegriffe gefunden. Die Hälfte davon läuft über eine einzige Unterseite — und diese Seite rankt auf einem Begriff, der monatlich rund 500-mal gesucht wird.

Sie steht dort knapp auf Seite 1. Knapp heißt: Der größte Teil dieser 500 Suchenden sieht sie nie. Und wer danach sucht, plant ein konkretes Bauvorhaben und braucht einen Fachbetrieb — kaufbereiter wird ein Besucher nicht.

Diese Seite ist vermutlich nicht als Verkaufsinstrument gebaut worden. Sie ist aber eines.

4. Ein Vorsprung, der gerade ins Leere läuft

Sie sind der einzige Betrieb Ihrer Region, der bei Google überhaupt Anzeigen schaltet. Alle anderen — auch die größeren — verlassen sich rein auf Suchergebnisse und Empfehlungen. Das ist ein echter Vorsprung.

Ihre Anzeige führt allerdings auf ein Produkt, das auf Ihrer Startseite nicht vorkommt. Wer über die Anzeige kommt und sich weiter umsieht, verliert den Faden. Das ist in einer Viertelstunde behoben.

Und noch eine Zahl zum Vergleich: Ihre 4,7 bei 55 Bewertungen sind solide. Der stärkste Betrieb Ihrer Region steht bei 4,9 — mit dem Vierfachen an Bewertungen.

Was in diesem Papier nicht steht

Unsere vollständige Auswertung für Ihre Region umfasst 14 Punkte. Der größte Hebel ist keiner, für den Sie Geld ausgeben müssen — er besteht darin, eine Stärke zu nutzen, die Sie bereits haben und seit Jahren bezahlen.

Welche Punkte das sind, besprechen wir lieber im Gespräch als auf Papier — weil die Reihenfolge über die Wirkung entscheidet, und die hängt davon ab, was in Ihrem Betrieb gerade möglich ist.

Wenn Sie wissen möchten, welche Punkte das sind — und welcher Wettbewerber Sie überholt und womit: **Sagen Sie Andreas Beck Bescheid.**

Beispieldokument. Firmen- und Wettbewerbernamen wurden anonymisiert. Datenstand: Sichtbarkeits- und Wettbewerbsdaten Deutschland; Bewertungen Google. Erstellt ausschließlich mit öffentlich zugänglichen Quellen, ohne Zugriff auf Systeme des Betriebs.