

Website- Checkliste für Gebäudereiniger

Branchenspezifische Checkliste für planbare Anfragen und professionelles Vertrauen



Website-Checkliste für Gebäudereiniger

Gebäudereinigung wird häufig über Verlässlichkeit, Organisation und Vertrauen verkauft. Diese Checkliste zeigt, wie eine Website Leistungen, Einsatzbereiche und Qualitätsversprechen so strukturiert, dass private und gewerbliche Interessenten schnell den passenden Ansprechpartner finden.

So nutzen Sie die Checkliste

Prüfen Sie jeden Punkt aus Sicht Ihrer Kunden. Markieren Sie offene Punkte und priorisieren Sie anschließend die Maßnahmen, die Verständlichkeit, Vertrauen, Sichtbarkeit oder Anfragen am stärksten beeinflussen.

01 Zielgruppen und Einsatzbereiche

- ☐ Privatkunden, Büros, Praxen, Verwaltungen, Handel oder Industrie werden klar voneinander getrennt.
- ☐ Einsatzgebiet, Objektgrößen und bevorzugte Auftragsarten sind transparent.
- ☐ Einmalige Grundreinigung und laufende Unterhaltsreinigung werden verständlich unterschieden.
- ☐ Branchen mit besonderen Anforderungen erhalten eigene, belastbare Informationen.
- ☐ Die Website vermeidet pauschale Aussagen, wenn nicht jede Objektart übernommen wird.
- ☐ Ansprechpartner und Reaktionswege für Gewerbekunden sind sofort erkennbar.

02 Leistungen verständlich darstellen

- ☐ Unterhalts-, Büro-, Glas-, Grund-, Bauabschluss- und Teppichreinigung sind sauber beschrieben.
- ☐ Bei jeder Leistung werden Umfang, typische Intervalle und Voraussetzungen erklärt.
- ☐ Zusatzleistungen wie Rahmen, Jalousien oder Maschinenreinigung werden eindeutig abgegrenzt.
- ☐ Interessenten erfahren, ob eine Besichtigung oder Objektaufnahme notwendig ist.
- ☐ Fachbegriffe werden durch konkrete Beispiele und Ergebnisse ergänzt.
- ☐ Leistungen, die nur eingeschränkt angeboten werden, sind nicht überprominent beworben.

03 Vertrauen und Organisation

- ☐ Team, Leitung und feste Ansprechpartner werden authentisch vorgestellt.
- ☐ Versicherungsschutz, Schulungen und Qualitätskontrollen werden nur korrekt belegt genannt.
- ☐ Schlüssel-, Alarm- und Zutrittsprozesse werden vertrauensbildend, aber nicht sicherheitskritisch erklärt.
- ☐ Bewertungen und Referenzen zeigen Verlässlichkeit, Kommunikation und Ergebnisqualität.
- ☐ Arbeitskleidung, Fahrzeuge und Auftreten wirken auf Fotos professionell und einheitlich.
- ☐ Erreichbarkeit bei Rückfragen oder Reklamationen wird nachvollziehbar dargestellt.

04 Branchen und Referenzen

- ☐ Referenzen werden nach Objektart oder Branche statt nur als unkommentierte Logos gezeigt.
- ☐ Beispiele erklären Fläche, Herausforderung, Rhythmus und Lösung ohne vertrauliche Details.
- ☐ Vorher-Nachher-Fotos werden nur bei geeigneten Leistungen und mit Freigabe verwendet.

- ☐ Hygiene- oder Spezialanforderungen werden sachlich und ohne unbelegte Versprechen beschrieben.
- ☐ Kundenstimmen passen zur jeweils beworbenen Leistung.
- ☐ Referenzen führen zu einem passenden Anfrageweg für ähnliche Objekte.

05 Anfrage und Angebot

- ☐ Das Formular fragt Objektart, Standort, Fläche, gewünschte Leistung und Rhythmus ab.
- ☐ Interessenten können Grundrisse, Fotos oder Leistungsverzeichnisse sicher übermitteln.
- ☐ Der Ablauf von Anfrage, Besichtigung, Angebot und Start wird erklärt.
- ☐ Unverbindliche Anfrage wird nicht mit sofortigem Festpreis verwechselt.
- ☐ Telefonnummer und Rückrufoption sind auf mobilen Geräten leicht erreichbar.
- ☐ Nach der Anfrage werden Rückmeldezeit und benötigte Unterlagen klar genannt.

06 Lokale Sichtbarkeit

- ☐ Standort, Einsatzgebiet und relevante Leistungen sind in Seitentiteln sinnvoll verbunden.
- ☐ Ortseiten enthalten echte Informationen zu Einsatz, Ansprechpartnern oder Referenzen.
- ☐ Google-Unternehmensprofil wird mit Leistungen, Fotos und aktuellen Kontaktdaten gepflegt.
- ☐ Branchenverzeichnisse verwenden dieselben Firmendaten wie die Website.
- ☐ FAQ und Ratgeber beantworten konkrete Fragen zu Ablauf, Intervallen und Vorbereitung.
- ☐ Interne Links verbinden Leistung, Zielgruppe, Referenz und Kontakt logisch miteinander.

07 Mitarbeitergewinnung

- ☐ Stellenangebote nennen Einsatzgebiet, Arbeitszeiten, Aufgaben und Voraussetzungen konkret.
- ☐ Vorteile werden glaubwürdig beschrieben statt nur mit allgemeinen Schlagworten beworben.
- ☐ Kurzbewerbung funktioniert mobil und ohne vollständige Bewerbungsmappe.
- ☐ Mehrsprachige Hinweise werden eingesetzt, wenn sie zur tatsächlichen Zielgruppe passen.
- ☐ Teamfotos zeigen reale Arbeitsbedingungen und respektvolle Darstellung.
- ☐ Ansprechpartner und Rückmeldezeit für Bewerbungen sind klar.

08 Technik und laufende Aktualisierung

- ☐ Kontaktformulare und E-Mail-Zustellung werden regelmäßig getestet.
- ☐ Leistungsgebiete, freie Kapazitäten und Ansprechpartner bleiben aktuell.
- ☐ Fotos sind komprimiert und die Website lädt auch mobil schnell.
- ☐ Datenschutz bei Formularen und Bewerbungen wird fachkundig geprüft.
- ☐ Backups, Updates und Sicherheitsmaßnahmen besitzen feste Zuständigkeiten.
- ☐ Nicht mehr angebotene Leistungen und veraltete Zertifikate werden entfernt.

Ihre Auswertung

Wählen Sie die drei Maßnahmen mit dem größten Hebel. Formulieren Sie jeweils eine konkrete Aufgabe, eine verantwortliche Person und einen realistischen Termin.

1. Priorität

2. Priorität

3. Priorität

Verlässlichkeit muss online sichtbar werden

Eine Gebäudereiniger-Website überzeugt nicht durch glänzende Floskeln, sondern durch klare Leistungen, strukturierte Abläufe, echte Ansprechpartner und einen unkomplizierten Weg zur Objektanfrage.

Spezifische Hygiene-, Datenschutz-, Arbeits- und Sicherheitsanforderungen sollten für die jeweilige Leistung und Zielbranche fachkundig geprüft werden.