

Leistungsseiten- Checkliste

Praktische Checkliste für verständliche und verkaufsstarke Leistungsseiten



Leistungsseiten-Checkliste

Eine gute Leistungsseite verbindet Suchintention, Kundennutzen, konkrete Informationen und einen klaren nächsten Schritt. Mit dieser Checkliste prüfen Sie jede einzelne Leistung systematisch.

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 Seitenthema und Suchintention

- ☐ Die Seite behandelt eine klar abgegrenzte Leistung oder ein verständliches Angebot.
- ☐ Überschrift und Einstieg entsprechen der Sprache potenzieller Kunden.
- ☐ Es ist klar, für welche Zielgruppe und Situation die Leistung gedacht ist.
- ☐ Ähnliche Leistungen werden sinnvoll getrennt oder zusammengeführt.
- ☐ Die Seite beantwortet eine konkrete Informations- oder Kaufabsicht.
- ☐ Title, URL und Hauptüberschrift sind eindeutig und nicht künstlich überoptimiert.

02 Problem und gewünschtes Ergebnis

- ☐ Der Einstieg beschreibt die Ausgangssituation des Kunden verständlich.
- ☐ Folgen des ungelösten Problems werden sachlich und ohne unnötige Dramatisierung erklärt.
- ☐ Das gewünschte Ergebnis wird konkret und nachvollziehbar formuliert.
- ☐ Nutzen steht vor technischen Details und internen Arbeitsschritten.
- ☐ Typische Missverständnisse über die Leistung werden früh geklärt.
- ☐ Beispiele helfen, abstrakte Vorteile greifbar zu machen.

03 Leistungsumfang

- ☐ Es ist klar beschrieben, was konkret enthalten ist.
- ☐ Voraussetzungen und notwendige Mitwirkung des Kunden sind transparent.
- ☐ Optionale Zusatzleistungen werden eindeutig vom Kernangebot getrennt.
- ☐ Ausschlüsse und Grenzen verhindern falsche Erwartungen.
- ☐ Geeignete Pakete oder Varianten sind verständlich vergleichbar.
- ☐ Fachbegriffe und technische Bestandteile werden in Kundensprache übersetzt.

04 Ablauf und Zusammenarbeit

- ☐ Der Prozess von der Anfrage bis zum Ergebnis ist in sinnvollen Schritten erklärt.
- ☐ Zuständigkeiten von Anbieter und Kunde sind nachvollziehbar.
- ☐ Dauer, Meilensteine und Freigaben werden realistisch eingeordnet.
- ☐ Es wird deutlich, wie Kommunikation und Abstimmung ablaufen.

- ☐ Mögliche Verzögerungen oder Abhängigkeiten werden transparent benannt.
- ☐ Der Prozess vermittelt Sicherheit, ohne unnötig kompliziert zu wirken.

05 Vertrauen und Nachweise

- ☐ Passende Referenzen zeigen genau diese oder eine eng verwandte Leistung.
- ☐ Fallbeispiele erklären Ausgangslage, Vorgehen und Ergebnis.
- ☐ Kundenstimmen beziehen sich nachvollziehbar auf den angebotenen Nutzen.
- ☐ Erfahrung, Qualifikationen und Spezialisierung werden konkret belegt.
- ☐ Echte Personen und authentische Bilder machen die Leistung greifbar.
- ☐ Versprechen werden nicht durch unbelegte Superlative ersetzt.

06 Einwände, Fragen und Preise

- ☐ Häufige Fragen zu Kosten, Dauer, Qualität und Risiken werden beantwortet.
- ☐ Preisangaben oder Preisfaktoren geben eine realistische Orientierung.
- ☐ Die Seite erklärt, für wen das Angebot nicht geeignet ist.
- ☐ Alternativen und Entscheidungsoptionen werden fair eingeordnet.
- ☐ Typische Vorbehalte werden konkret statt defensiv behandelt.
- ☐ FAQ ergänzen den Inhalt und wiederholen nicht nur bestehende Absätze.

07 Call-to-Action und Kontakt

- ☐ Der gewünschte nächste Schritt passt zum Beratungsbedarf und zur Kaufreife.
- ☐ Der Call-to-Action benennt Ergebnis und Ablauf der Kontaktaufnahme.
- ☐ Kontaktformulare fragen nur notwendige Informationen ab.
- ☐ Ansprechpartner und voraussichtliche Reaktionszeit werden genannt.
- ☐ Alternative Kontaktwege stehen bei komplexen oder dringenden Anliegen bereit.
- ☐ Nach langen Abschnitten gibt es sinnvolle Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme.

08 SEO, GEO und Verknüpfung

- ☐ Wichtige Begriffe und Synonyme erscheinen natürlich im Text.
- ☐ Klare Definitionen, Abläufe und FAQ erleichtern das maschinelle Verständnis.
- ☐ Interne Links führen zu passenden Referenzen, Glossarbegriffen und nächsten Leistungen.
- ☐ Die Seite vermeidet Kannibalisierung mit ähnlichen Leistungs- oder Standortseiten.
- ☐ Bilder besitzen relevante Dateinamen, Alternativtexte und angemessene Größen.
- ☐ Inhalte werden regelmäßig auf Aktualität, Nachfrage und Anfragequalität geprüft.

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

Eine Leistungsseite beantwortet eine Kaufentscheidung

Gute Leistungsseiten erklären nicht nur, was Sie tun. Sie zeigen, warum es für den Kunden relevant ist, wie die Zusammenarbeit funktioniert und welcher nächste Schritt sinnvoll ist.

Verwenden Sie nur Aussagen, Ergebnisse und Kundenbelege, die aktuell und nachvollziehbar sind.