



Agentur Auswahl Checkliste / SEO Agentur Punkteverteilung für die Anbieter

T (Trust) = Vertrauenswürdigkeit der Agentur

P (Performance) = Wahrscheinlichkeit guter Leistung der Agentur

R (Risiko) = Risikowahrscheinlichkeit der Zusammenarbeit mit der Agentur

je höher desto besser

Kategorie	Bereich	Qualitätsmerkmal	Beschreibung	Maximale Punkte	Agentur 1	Agentur 2	Agentur 3
					Agentur K	Agentur X	Agentur Y
Agentur	Kernkompetenz		<p>Was ist die Kernkompetenz der Agentur? Heutzutage schreiben sich alle Web-Agenturen, Entwickler-Agenturen, Media-Agenturen, etc. "SEO" auf die Fahne. Bei wenigen Anbietern ist der Bereich SEO aber so priorisiert, dass diese hochkomplexe Leistung professionell erbracht werden kann. Deshalb werden die SEO-Projekte dann häufig an Partner abgegeben.</p> <p>Das Problem: Sie bezahlen durch Provisionen mehr, als Sie bezahlen müssten und erhalten keinen kompetenten Ansprechpartner</p>	7	7	1	2
	Erfahrung		<p>Lassen Sie sich nicht von allgemeinen Jahreszahlen blenden. Wichtig ist, seit wann die Agentur die gewünschte Leistungen anbietet und nicht, wann die Agentur gegründet wurde.</p> <p>Im SEO spielt die Erfahrung eine wichtige Rolle. Die Agentur sollte auf jeden Fall seit mehreren Jahren SEO betreiben.</p>	5	7	1	2
	Geschäftsform		<p>Handelt es sich bei der Agentur um eine deutsche GmbH / AG, um ein Einzelunternehmen oder eine Limited?</p> <p>In der Regel handelt es sich bei den größeren, seriösen und älteren Dienstleistern um GmbHs oder AGs. Einzelunternehmen oder UGs sind häufig sehr jung oder noch sehr klein.</p>	3	7	1	2
	Mitarbeiter		<p>Prüfen Sie, wie viele Mitarbeiter die Agentur hat. Hier sollten Sie selbst recherchieren, z.B. durch einen Besuch vor Ort. Eine Agentur, die ein hohes Budget verwaltet, sollte über mehr als 10 Mitarbeiter verfügen. Beachten Sie auch, dass nicht nur die Gesamtzahl relevant ist, sondern vor allem die jeweilige Abteilung, z.B. im SEO sollten ausreichend Mitarbeiter zur Verfügung stehen.</p> <p>Für Ihr technisches SEO-Projekt wären 28 Designer und Texter aus der Kreativ-Abteilung nicht besonders hilfreich.</p>	15	7	1	2
	Struktur		<p>Gibt es in der Agentur feste Strukturen für einzelne Abteilungen? Gibt es klare Aufgaben- und Zuständigkeitsbereiche?</p> <p>Wer SEO voll ausschöpfen möchte, muss die Teilbereiche Technik, Content und Linkaufbau beherrschen. Das funktioniert nur, wenn es auch passende Mitarbeiter für jeden Teilbereich gibt.</p>	10	8	5	2
	Prozesse		<p>Wie sieht die Prozessstruktur der Agentur aus? Hat Ihnen die Agentur konkrete Prozessabstimmungen vorgestellt?</p>	10	7	6	2
	Qualitätsmanagement		<p>Gibt es ein aktives Qualitätsmanagement? Werden regelmäßige Überprüfungen der erfolgskritischen Parameter durchgeführt und reportet?</p>	10	5	4	5

Know How		<p>Verfügt die Agentur über Wissensträger mit mehr als 5 Jahren Online Marketing Erfahrung?</p> <p>Achten Sie besonders auch darauf, dass in allen SEO-Bereichen ausreichend Know How vorhanden ist:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Technik / Programmierung - Content - Linkaufbau - Kundenbetreuung / Account Management 	7	7	1	2
Portfolio	P	<p>Achten Sie darauf, dass Sie keine reine SEO-Agentur beauftragen. Die Agentur sollte auch SEA und andere Kanäle (Affiliate, Social Media) professionell anbieten, da nur so wichtige Synergien genutzt werden können. Zudem können bei dringendem Handlungsbedarf kurzzeitige Budgetverschiebungen vorgenommen werden.</p> <p>Auch die Conversionoptimierung / Usability ist sehr wichtig für maximale SEO-Performance. Schauen Sie sich hierzu auch die Website der Agentur an. Finden Sie diese ansprechend?</p>	8	7	1	2
Führung		<p>Wem gehört die Agentur und wer führt diese? Sie sollten bei der Auswahl der SEO Agentur darauf achten, dass diese schnelle Entscheidungen treffen kann. Das erhöht den Service und die Qualität der Leistungen.</p> <p>Im Idealfall wird die Agentur von einem Online Marketing-Experten geführt. Diese Tatsache verdeutlicht, dass SEO für die Agentur eine bedeutende Rolle spielt. Vorsicht ist bei Vertriebsprofis geboten, denn diese suchen häufig nach hohen Renditen und wollen nicht unbedingt das Beste für ihre Kunden. Häufig sind das relativ große Agenturen, die sehr viele kleine Kunden für wenige hundert Euro pro Monat betreuen.</p>	6	7	1	2
Technologien		<p>Verfügt die Agentur über eigene Tools? Nur wenn Sie Technologien nutzen, über die Ihr Wettbewerb nicht verfügt, können Sie sich abheben. Eigene Tools sind kein Muss, können aber den entscheidenden Wettbewerbsvorteil bringen.</p> <p>Beispiele: Eigene Wordpress-Funktionen oder ein umfangreiches Reporting Center (prüft viele Kennzahlen automatisch, wodurch Zeit gespart wird -> https://www.onlinesolutionsgroup.de/reporting-center.html). Bei anderen Agenturen werden On Page Checks, Berichte, etc. manuell erstellt. Diese kosten viel Zeit, sind wenig transparent und können natürlich auch vergessen werden.</p>	10	8	2	1
Referenzen		<p>Verfügt die Agentur über interessante Referenzen? Wie sieht es mit Großkonzernen aus?</p> <p>Lassen Sie sich Successtories und Best Practices geben. Rufen Sie zudem bei dem ein oder anderen Kunden an und fragen Sie diesen nach seiner Meinung.</p> <p>Persönliche Meinungen und Einschätzungen sind aussagekräftiger als jedes Zertifikat.</p>	10	7	1	2
SERPs	P	<p>Prüfen Sie, ob die Agentur denn selbst für wichtige Begriffe wie "SEO Agentur", "Online Marketing Agentur", etc. in der Top 10 bei Google ist. Eine gute SEO Agentur muss auch ein erfolgreiches Eigenmarketing betreiben können. Wenn ja, ist das ein sehr gutes Zeichen, da dieser Begriff natürlich extrem hart umkämpft ist.</p> <p>Sie finden hier auch eine Übersicht mit der jeweiligen Sichtbarkeit der Agenturen. Je höher die Sichtbarkeit, desto besser wird die Agentur gefunden: http://www.ibusiness.de/seo-liste/</p>	9	7	1	2
Gesamt			110	91	26	28

Angebot	Bezahlung	Wie sieht das Zahlungsmodell der Agentur aus? Können Sie im Nachhinein bezahlen oder muss im Voraus bezahlt werden? Wenn Sie im Voraus bezahlen, können Sie die Leistung nicht erst prüfen und gehen ein höheres Risiko ein. Erst kürzlich hat uns ein sehr verzweifelter Kunde angerufen, der berichtet hat, dass er ein Jahr im Voraus bezahlt hat und sehr unzufrieden ist. Leider hat er sich mit hohen Rabatten locken lassen und so knapp 10.000€ verloren.	20	9	1	2
	Angebotsmodell	Wird der Aufwand pauschal oder nach Stunden abgerechnet? Wenn pauschal abgerechnet wird, ist das häufig entweder für den Kunden oder für die Agentur intransparent. Grundsätzlich sollte der monatliche Betrag schon gedeckelt sein, sich aber nach dem Aufwand richten. Transparente und seriöse Agenturen erstellen ein exaktes und nachvollziehbares Tracking für die Stunden, die für das Projekt gearbeitet wurden. Diese können dann auch transparent reportet werden. Wenn Sie eine Pauschale vereinbart haben und für 800 € z.B. 3 Texte, Beratung und ein Reporting erhalten, dann wäre es möglich, dass die Agentur nur 1-2 Std. für Sie arbeitet und trotzdem 800 € abrechnen kann.	15	7	1	2
	Abrechnungsmodell	Wird erfolgsabhängig abgerechnet? Hierbei handelt es sich in 99% der Fälle um unseriöse Angebote. Dabei gibt es verschiedene Szenarien: 1) Häufig gehen Agenturen, die erfolgsabhängige Angebote erstellen, zu hohe Risiken ein, damit schnell Geld eingenommen wird. Dies führt nicht selten zu Abstrafungen bei Google. 2) Oder die Agentur wählt für die Abrechnung Keywords aus, die sehr schnell und einfach optimiert werden können. Das sind dann häufig nicht die Keywords, die dem Kunden den nötigen Traffic bringen und den Umsatz steigern. Das Hauptproblem bei erfolgsabhängigen Angeboten sieht so aus: Das Interesse der Agentur steht durch ein erfolgsabhängiges Angebot häufig im Widerspruch zum Interesse des Kunden. Dabei sollte das Ziel der Agentur immer sein, das Maximum für den Kunden zu erreichen. Das funktioniert am besten, wenn die tatsächlich geleistete Arbeitszeit bezahlt wird.	9	9	1	2
	Laufzeit	Sind verschiedene Laufzeiten möglich oder müssen Sie mindestens für 12 oder 24 Monate unterschreiben? Zu kurze Laufzeiten sind für beide Seiten nicht gut, da sonst sowohl der Kunde als auch der SEO-Anbieter extrem kurzfristig aussteigen können. Für beide Seiten ist im Falle einer Kündigung wichtig, dass ein Ersatz gefunden, die weitere Dokumentation erstellt werden kann und somit die Ergebnisse auf keinen Fall gefährdet werden. Längere Laufzeiten haben den Vorteil, dass gerade zu Beginn auch mal etwas mehr Zeit investiert werden kann, die dann über die gesamte Laufzeit wieder ausgeglichen werden kann. Trotzdem sollten bei der ausgewählten Agentur aber auch kurze Laufzeiten möglich sein.	20	15	9	5
	AGBs	Die AGBs, insofern Sie diese akzeptieren und nicht durch eigene Einkaufsbestellungen ignorieren, sind wichtige Bestandteile der Verträge und sollten gelesen werden. Ab einem Volumen von 10.000 € pro Monat sollten diese auch von einem Anwalt geprüft werden.	8	8	1	2
	Parameter	Achten Sie auf diese wichtigen Regelungen in einem Vertrag: - Geheimhaltung - Nutzungsrechte (Texte, Backlinks , etc. müssen bei Bezahlung an den Kunden übertragen werden) - Bei höheren Budgets kann ein Wettbewerbsverbot interessant sein	20	8	1	2
Gesamt			92	56	14	15

Abteilungsstruktur	Urlaub & Krankheit	Verfügt die Agentur/Abteilung über genügend Mitarbeiter, damit ein Urlaub oder eine Krankheit von Ihrem Ansprechpartner kompensiert werden kann? Schätzen Sie die Agentur für so professionell ein, dass Ihr Ansprechpartner kurzfristig ersetzt werden kann? Hierzu ist eine sorgfältige Arbeitsweise in Verbindung mit CRM-Systemen notwendig. Jede Telko sollte durch ein Gesprächsprotokoll für eine mögliche Vertretung dokumentiert werden.	5	5	1	2
	Kreativität	In allen Bereichen der Vermarktung sollten Sie besser sein als Ihre Konkurrenz. Um das zu ermöglichen, benötigen Sie eine Agentur, die gute Ideen entwickeln kann. Wie kreativ schätzen Sie Ihren Ansprechpartner und die Agentur ein? Wurden bereits innovative Lösungen bei Referenz-Projekten erarbeitet?	3	3	1	2
	Auslastung	Glauben Sie, dass die Agentur ausreichend Ressourcen für weitere Projekte hat? Sind die Fachabteilungen entsprechend koordiniert? Wie schnell kann die Agentur mit der Arbeit starten?	5	4	3	2
	Beschäftigungsart	Wie werden die Leistungen erbracht? Sie sollten darauf achten, dass vorzugsweise alle Leistungen intern und ohne Freiberufler erbracht werden. Nur so ist eine dauerhaft hohe Qualität möglich. Zudem besteht bei Freiberuflern immer die Gefahr, dass gute Ideen und Strategien an Dritte weitergegeben werden.	4	4	1	2
Gesamt			17	16	6	8
Account Manager	Persönliches	Wer wird Sie später betreuen? Sie sollten die Person auf jeden Fall im Vorfeld kennen lernen und prüfen, ob das Menschliche passt und ob Sie mit dieser Person auch zusammenarbeiten möchten. Das ist vor allem bei längeren Vertragslaufzeiten relevant.	5	5	1	2
	Qualifikation	Es kommt nicht nur darauf an, wie lange die Agentur auf dem Markt ist, sondern auch wie lange und wie viel Erfahrung Ihr zukünftiger Ansprechpartner hat. Prüfen Sie die persönlichen Qualifikationen und wie lange der Mitarbeiter bereits im Unternehmen ist. Es ist z.B. ein Vorteil, wenn der Mitarbeiter nicht mehr in der Probezeit ist.	4	4	1	2
Gesamt			9	9	2	4
Linkaufbau	Konzept	Prüfen Sie, wie die Links aufgebaut werden und achten Sie darauf, dass diese Informationen im Angebot enthalten sind. <u>Welches Konzept verfolgt die Agentur?</u> - Masse (Webkataloge, Social Bookmarks, etc.) - Linkmiete (Vorsicht! Hierdurch entstehen dauerhafte Kosten und es ist keine nachhaltige Optimierung möglich) - Linktausch - Linkkauf - Link-Mix - Content Marketing Links (mit Infografiken & Studien)				
		Wie geht die Agentur beim Linkaufbau vor und wie transparent ist die Arbeitsweise? Verfügt die Agentur zudem über ein bestehendes Partner-Netzwerk? Ist die Agentur in der Lage, ein hochwertiges Content Marketing mit ansprechenden Studien und interessanten Infografiken zu betreiben? Bei größeren Projekten sollte immer erst eine OffPage Analyse erstellt werden und dann ein Konzept erarbeitet werden. Die aufgebauten Backlinks sollten Sie zudem in einem Reporting Center einsehen können. Wichtig: Durch neueste Google-Updates ist die Natürlichkeit der Linkstruktur wichtiger als je zuvor. Viele SEO Agenturen bieten jedoch keinen Linkaufbau mehr an. Ohne Linkaufbau können Sie jedoch keine Top-Performance erreichen (https://www.onlinesolutionsgroup.de/blog/warum-linkaufbau-auch-2018-relevant-fuer-google-ist/).	9	9	1	2

	Erfahrung	Prüfen Sie ganz genau, wie viel Erfahrung die Agentur im Linkaufbau hat und wie der Linkaufbau durchgeführt wird. Am besten ist, Sie fordern 2-3 Projekte an, bei denen die Agentur Links aufgebaut hat und prüfen anschließend selbst die Linkstruktur. Sie sollten dann auch prüfen, ob sich die Ergebnisse für dieses Projekt verbessert haben, z.B. durch die Prüfung via Xovi oder Sistrix. Wenn es um ein größeres Budget geht, können Sie die SEO-Tools teilweise kostenlos nutzen oder für ein Monat testen und somit die Referenzen der Agentur überprüfen.	6	6	1	2
	Abrechnung	Wie werden die Backlinks berechnet? Wenn die Links pro Stück berechnet werden, wird die Agentur versuchen, so viele Links wie möglich in kurzer Zeit zu erstellen. Im besten Fall wird auf maximale Qualität geachtet und dann nach Aufwand abgerechnet. Nur so kann die Qualität garantiert und Abstrafungen vermieden werden.	6	6	1	2
Gesamt			21	21	3	6
Content	Content-Arten	"Content ist King", stellen Sie also sicher, dass Ihre neue SEO Agentur auch gute und vielseitige Texter hat. Je nach Projektgröße sollten Sie auch prüfen, ob ausreichend Ressourcen für die Texterstellung verfügbar sind.				
		Wie ist die Agentur im Bereich Texterstellung aufgestellt? Können alle Textarten erstellt werden? - Startseitentexte/Kategorietexte - Blog-Artikel - Landingpage-Texte - Social Media Beiträge - Seeding-Texte	9	9	1	2
		Können die Texte im Anschluss professionell aufbereitet (Infografiken, Studien) und geseedet werden? Verfügt die Agentur über ein breites Seeding-Netzwerk? - Magazine & Zeitungen - Social Media - Content-Kooperationen				
	Erfahrung	Schauen Sie sich auch Referenzen an, z.B. den eigenen Agentur-Blog und sehen Sie sich dort die Texte an (Beispiel: https://www.onlinesolutionsgroup.de/blog/) Wie sieht der Erfahrungshorizont der Agentur im Teilbereich Content aus? Gibt es eine eigene Redaktion mit festangestellten Mitarbeitern? Wie viele Jahre Erfahrung haben die Mitarbeiter bei der Texterstellung? Fordern Sie Case-Studies umgesetzter Content-Strategien an. Dabei sollten Sie nicht nur die erstellten Texte überprüfen, sondern auch das anschließende Seeding (Vermarktung des Contents).	6	6	1	2
	Abrechnung	Wie wird der Content abgerechnet? Der Grundsatz im Content Marketing ist Qualität vor Quantität. Der Prozess der Texterstellung umfasst zudem auch die Punkte Recherche und Lektorat. Werden die Texte rein auf Basis der Textanzahl verrechnet? Dann wird die Agentur versuchen, so viele Texte wie möglich anzuliefern, ohne auf die Qualität zu achten. Qualität wird hingegen durch die genaue Berechnung der geleisteten Arbeit gewährleistet, unabhängig von der Textanzahl.	6	6	1	2
Gesamt			21	21	3	6

Berichte	Grundsätzlich	<p>Eine ausführliche und transparente Berichterstellung zeigt Ihnen die Ergebnisse der Arbeit. Sie sollten sich daher einen Beispielbericht von der Agentur zeigen lassen. Viele Agenturen haben Standard-Berichte die nur die Positionen der Keywords zeigen. Diese Berichte werden zudem oftmals als PDF-Datei versendet. In diesem Fall erhalten Sie nur wenige Informationen und können diese nur schlecht weiterverarbeiten.</p>				
		<p>Diese Berichtsformen gibt es: 1) Standard-Berichte aus Xovi / Sistris / etc. sind okay, aber nicht flexibel und aussagekräftig genug. Gut ist, dass zwar kein Aufwand erzeugt wird, es können jedoch keine eigenen Informationen ergänzt werden. Spannend wäre z.B. zusätzlich: - Wie viele Stunden wurden gearbeitet? - Welche Links wurden aufgebaut? - Welche Texte wurden erstellt? - Wie sieht die Strategie der nächsten Monate aus (Roadmaps)? - Was hat die letzten Monate gut funktioniert?</p>	20	8	1	2
		<p>2) Berichte in Excel sind in Ordnung. Diese können gut weiterverarbeitet werden und auch Diagramme lassen sich daraus leicht erstellen. Das Problem ist jedoch häufig, dass für die Erstellung eines solchen Berichts mehrere Stunden anfallen.</p>				
		<p>3) Ein Online-Reporting mit tagesaktuellen Werten ist optimal. Sie haben jederzeit Einblick in die aktuelle Entwicklung und es entstehen weder Kosten noch Zeitaufwand für die Berichterstellung, da diese Daten automatisch aufbereitet werden (Beispiel: https://www.onlinesolutionsgroup.de/reporting-center.html).</p>				
Gesamt			20	8	1	2
Trust	Zertifikate & Siegel	<p>Zertifikate, mit denen Agenturen werben, müssen stets mit Vorsicht genossen werden. Prüfen Sie daher ganz genau, welche Zertifikate die Agentur hat und was diese bedeuten. Oftmals werden ahnungslose Kunden mit eigens erstellten Zertifikaten bewusst getäuscht. Im Gegensatz zu anderen Online Marketing Bereichen gibt es im SEO nicht "das Zertifikat".</p>				
		<p>Denn einige Agenturen rühmen sich zudem mit Zertifikaten, die für diesen Online Marketing Bereich oder sogar die Branche gar nicht relevant sind. Das oft genannte Google Partner Zertifikat bezieht sich beispielsweise nur auf den Bereich SEA und hat mit SEO nichts zu tun. Das Google Elevator Programm ist ein reines Coaching und darf eigentlich auch nicht als Zertifikat kommuniziert werden. Trotzdem werben einige Agenturen mit dem Google Elevator Zertifikat, das es gar nicht gibt. Das normale BVDW ist eine reine Mitgliedschaft und ebenfalls kein Zertifikat.</p>	10	9	1	2
		<p>Folgende Zertifikate von SEO Tools sind relevant und sprechen zumindest für eine Fachkenntnis (dennoch können auch diese Zertifikate nach einer einfachen Prüfung erworben werden): - LRT Associate (Linkaufbau) - OnPage.org Expert (OnPage Optimierung)</p>				
		<p>Trotzdem geben diese Zertifikate noch lange keine Sicherheit in der Expertise und sollten daher nicht als alleine Entscheidungsgrundlage verwendet werden.</p>				
	Awards	<p>Awards und Preise wie z.B. der Semy sind tolle und rühmende Auszeichnungen für Agenturen, müssen jedoch immer in Relation betrachtet werden. Denn oftmals ist nicht bekannt, wie viele anderen Agenturen an dem Wettbewerb teilgenommen haben und wie hervorragend die Performance letztendlich war. Diese Auszeichnungen sind somit ein Lob für die Agenturen, jedoch nicht sehr aussagekräftig.</p>				
		<p>Wichtiger sind offizielle Listen und Rankings mit Top Dienstleistern, auf die Agenturen keinen direkten Einfluss haben. IBusiness veröffentlicht jährlich eine Studie mit Sichtbarkeit und Rankings der Top 100 SEO Dienstleister auf Basis transparenter Bewertungsfaktoren: http://www.ibusiness.de/seo-liste/.</p>	8	5	2	2

Bewertungen		Erfahrungsberichte und Bewertungen auf der eigenen Website können sehr leicht gefälscht werden. Oftmals schreiben sich Agenturen eigene Bewertungen oder lassen Erfahrungsberichte aus dem engeren Umfeld verfassen.				
	R	Prüfen Sie daher bei Google und auf anderen Plattformen, ob die dortigen Bewertungen mit jenen der Website übereinstimmen. Wie steht es um die Reputation der Agentur bei Google? Das Internet ist groß und vergisst nicht, nutzen Sie es also für intensive Recherchen.	12	7	3	5
Vorträge & Messen		Auf welchen branchenrelevanten Messen ist die Agentur vertreten? Wenn möglich, verschaffen Sie sich einen ersten Eindruck vom Auftritt des Messestandes. Zudem werden auf Messen zahlreiche Fachvorträge gehalten. Steht die Agentur auf der Rednerliste? Zu welchem Thema referiert sie?				
	T	Auf Messen haben Sie zudem die Möglichkeit, Geschäftsführer und Mitarbeiter bereits kennenzulernen und eine erste Beratung zu nutzen. Manche Agenturen bieten auch Tage der offenen Tür oder Online Marketing Eventreihen (https://www.onlinesolutionsgroup.de/online-marketing-event/) an. Die perfekte Gelegenheit, um das Büro vor Ort anzusehen und erste Gespräche zu führen.	10	5	2	1
Fachartikel		Gibt es von der Agentur Publikationen in Fachmedien? Hat die Agentur zudem Presseartikel verfasst? Wissenschaftliche Studien, branchenrelevante Infografiken und Fachbeiträge werden nicht nur von großen Magazinen verfasst.				
	T	Ein Beitrag der Agentur spricht für ein umfassendes Know-how und hohe interne Standards und Ansprüche. Zudem sprechen diese für die Reputation der Agentur in der Branche.	10	6	2	4
Garantien		Um möglichst viele Kunden an Land zu ziehen, machen einige Agenturen Versprechungen, die sie nicht halten können oder wollen. Bei unseriösen Angeboten und Aussagen sollten Sie daher immer vorsichtig sein. Da es im Online Marketing immer Faktoren gibt, die nicht beeinflusst werden können, sind Garantien oftmals dubios. Auch versprochene Kontakte zu Google sind oft heiße Luft, da Google nur wenige Algorithmen der Öffentlichkeit zugänglich macht.				
		Achtung: Geld-zurück-Versprechungen sind im Online Marketing vollkommen fehl am Platz. Diese dienen oftmals als Täuschung, das Geld bei schlechter Performance bekommen Sie meistens nicht zurück. Gute SEO Agenturen haben es nicht nötig, solche Versprechungen zu machen. Passen Sie also bei derartigen Aussagen besonders auf und prüfen Sie die vertraglichen Regelungen.	10	8	6	3
Gesamt			60	40	16	17
Gesamt			350	262	71	86



Übersicht Wenn alle Agenturen weniger als 200 Punkte erreichen, sollten Sie vielleicht noch eine weitere Agentur einladen

Kategorien	Maximal-Punkte (gewichtet)	Agentur K	Agentur X	Agentur Y	Bemerkung
Agentur	110	91	26	28	Hier können beliebige Kommentare eingegeben werden
Angebot	92	56	14	15	Hier können beliebige Kommentare eingegeben werden
Abteilungsstruktur	17	16	6	8	Hier können beliebige Kommentare eingegeben werden
Account Manager	9	9	2	4	Hier können beliebige Kommentare eingegeben werden
Linkaufbau	21	21	3	6	Hier können beliebige Kommentare eingegeben werden
Content	21	21	3	6	Hier können beliebige Kommentare eingegeben werden
Berichte	20	8	1	2	Hier können beliebige Kommentare eingegeben werden
Trust	60	40	16	17	Hier können beliebige Kommentare eingegeben werden
Gesamt	350	262	71	86	

Qualitätsmerkmale	Maximal-Punkte (gewichtet)	Agentur K	Agentur X	Agentur Y	Bemerkung
Trust	28	16	6	7	Wie hoch ist die Vertrauenswürdigkeit der Agentur?
Performance	62	47	7	14	Wie hoch ist die Wahrscheinlichkeit für eine gute Performance?
Risiko	96	55	16	18	Wie hoch ist das Risiko einer Zusammenarbeit?

Preisleistung Qualität, Erfahrung und Umfang der Leistung wird ins Verhältnis mit den Kosten gesetzt

Kategorien	Agentur K	Agentur X	Agentur Y	Bemerkung
1. Agentur Bewertung Performance / Trust / Risiko		262	71	86 Die ausführliche Analyse und Bewertung anhand XY Punkte zeigt, wie seriös, professionell und kompetent die Agentur, das Team und der Ansprechpartner sind. Zudem wird ausgedrückt, wie hoch die Wahrscheinlichkeit einer guten Performance ist.
2. Stunden (tragen Sie hier die Werte aus dem jeweiligen Angebot ein)				
Wie viele Aufwände sind in dem Angebot abgedeckt? Z.B. für Beratung, Berichte oder auch Umsetzung von Maßnahmen		10	4	keine Angabe Prüfen Sie bei dem jeweiligen Angebot, wie viele Stunden der Account Manager für Ihr Projekt pro Monat berechnet. Vor allem wenn es sich um erfolgsabhängige Angebote oder um ein "Paket M" handelt, ist das Stundenkontingent nicht transparent.
Stunden-Satz der Agentur		125,00 €	100,00 €	80,00 € Die Struktur rechtfertigt den Stundensatz, oder auch nicht. Das 4-Augen-Prinzip, eine gute Qualitätssicherung, eine Konzept-Erstellung im Team, etc. erhöhen die Aufwände. Kleine Agenturen oder Freiberufler sollten grundsätzlich einen geringeren Stundensatz haben als größere Agenturen.
3. Preis				
Preis für Setup		3.000,00 €	5.000,00 €	- €
Preis pro Monat		3.000,00 €	2.000,00 €	1.800,00 €
Preis für das erste Jahr		39.000,00 €	29.000,00 €	21.600,00 €

- Wichtig:** Wenn Sie mit dieser Checkliste konsequent arbeiten, werden Sie definitiv kein Opfer von schwarzen Schafen und kennen alle relevanten Fragen, die für die Auswahl einer Agentur wichtig sind. Sollten entweder die Bewertungsbereiche Qualität / Performance oder Trust / Risiko schlechte Ergebnisse liefern, lassen Sie lieber die Finger von der Agentur bzw. suchen Sie weiter. Bitte beachten Sie, dass diese Checkliste für die Auswahl einer Agentur zwar sehr ausführlich aufgebaut wurde, die Leistung der einzelnen Agenturen aber nie zu 100% verglichen werden kann. Bei der Suchmaschine kommt es in allen Bereichen (Beratung, Content, Linkaufbau, Usability, Technik) auf die qualitative Umsetzung an. Das lässt sich im Angebot nur sehr schwer messbar deklarieren.
- Tipp:** Achten Sie nicht nur auf das Budget und die Kosten. Wenn eine Agentur ein gutes Konzept/Angebot abliefern und die Kosten im Jahr z.B. 15.000€ höher sind, als bei einer anderen Agentur, sieht das auf den ersten Blick unattraktiv aus. Wenn Sie dadurch aber weitaus bessere Ergebnisse erzielen und z.B. 5000 Neukunden mehr generieren, dann kann ganz schnell das günstigere Angebot das teurere sein. Sparen Sie also bei der Agentur-Auswahl nicht am falschen Ende. Zudem ist es bei SEO und SEA Maßnahmen nicht ausgeschlossen, dass bei der Auswahl einer falschen Agentur entweder keine Veränderungen ihrer Website sichtbar sind, Ihre Seite abgestraft wird oder sonstige gravierende Fehler passieren.

Empfehlung Diesen Bereich können Sie ausfüllen, um eine Empfehlung auszusprechen. Das Dokument ist im Querformat druckbar.

Sehr geehrte/r Herr/Frau XY,
anhand der ausführlichen Analyse und mehrere persönlichen Termine würde ich eine Beauftragung der Agentur XY aus folgenden Gründen empfehlen:

- starkes Off Page Team für nachhaltige Erfolge
- sympatischer Ansprechpartner
- direkter Draht zum Geschäftsführer
- Super Preis/Leistungs-Verhältnis

Beste Grüße
XY