

Alle Seiten, die Ihre Website braucht

Dies ist ein Pre-SEO-Bericht. SEO optimiert Seiten, die es schon gibt. Pre-SEO entscheidet, welche Seiten es überhaupt geben muss. Er bewertet weder Ihre Rankings noch Ihre Tags. Er sagt, welche Seiten es geben sollte, und zwar alle, damit SEO etwas hat, woran sie arbeiten kann, sobald sie geschrieben sind. Wir haben mikroonik.com so gelesen, wie eine Suchmaschine sie liest, und mit Ihren Angaben abgeglichen. Das Urteil steht auf der nächsten Seite. 15 Seiten, die die Website haben sollte und nicht hat, und 4 Fragen Ihrer Käufer, auf die sie keine Antwort gibt.

Domain	mikroonik.com
Erstellt für	Mikroonik OÜ
Grundlage	4 Seiten gelesen · 4 Antworten
Datum	27. September 2026 · erster Bericht für diese Domain

4 Seiten gelesen	2 Genannt, nicht gefunden	4 Unbeantwortet	15 Zu schreibende Seiten
--	---	---------------------------------------	--

Inhalt

Das Urteil	1
Was Ihre Website heute sagt	2
Was Sie uns gesagt haben	3
Was Sie verkaufen und ob Ihre Website es sagt	4
Was Ihre Käufer fragen und wo Ihre Website antwortet	5
Zu schreibende Seiten	6
Seiten, die Sie schon haben	7
Ihre Website, wenn es diese Seiten gibt	8
Risiken: Widersprüche, Sackgassen und Aussagen, die Sie nicht belegen können	9
Was zuerst zu tun ist	10
Grundlegende Pflege	11
Fünf Dinge, die Sie diese Woche selbst einrichten können	12

1 Das Urteil

Mikroonik ist ein Lohnfertiger für Präzisionsdrehteile im Mikrobereich, der Medizintechnik, Uhrenindustrie, Elektronik und Präzisionstechnik beliefert. Auf Ihrer Website steht das alles in wenigen Sätzen auf einer einzigen Produktionsseite, ohne Preisangabe, ohne Grenzen und ohne die 3D-Modellierung und die komplexeren Teile, die Sie uns genannt haben. Wer eine Zeichnung hat, erfährt nicht, ob Sie sein Teil fertigen können, und wer ein größeres Frästeil sucht, erfährt nicht, dass Sie es nicht fertigen: beide Fragen landen bei Ihnen im Postfach statt auf einer Seite.



20/100

WIE VOLLSTÄNDIG IHRE INHALTE SIND

Wie viel von dem, was ein Käufer vor der Entscheidung braucht, auf den 4 gelesenen Seiten steht.

Was den Wert drückt, das Schwerste zuerst: 2 der 2 Leistungen, die Sie uns genannt haben, kommen auf den 4 gelesenen Seiten nirgends vor. Auf 4 von 4 gelesenen Seiten stehen weniger als 150 Wörter, also eine Überschrift und eine Telefonnummer statt einer Antwort. Keines der Angebote, die Ihre Website nennt, hat eine eigene Seite, alles steht auf /de/produktion/, und von den Käuferfragen ist nur die Stückzahl vollständig beantwortet, Preis, Grenzen und 3D-Modellierung stehen nirgends. 10 Adressen, die wir auf Ihrer Website gefunden haben, wurden nicht geöffnet: 5 auf et statt de; 4 auf en statt de; 1 eine Datei, keine Seite. Diese Bewertung betrifft die 4 gelesenen Seiten und sonst nichts. Was dagegen zu tun ist, steht im Rest dieses Berichts.

Ihr ganzes Können steht in einem Absatz auf /de/produktion/.

15 Seiten zu schreiben und 4 Fragen Ihrer Käufer, auf die mikroonik.com keine Antwort gibt. Das ist die ganze Liste und keine Auswahl: Der Rest dieses Berichts zeigt, woher jede dieser Seiten kommt und was auf ihr stehen muss.

1. **Anfrageweg und Grenzen beschreiben.** Ihre Startseite /de/ sagt nur „Senden Sie Ihre Zeichnungen ein und erhalten Sie ein Angebot“, aber nicht wohin, in welchem Format und wann die Antwort kommt. Nirgends steht, dass größere Frästeile nicht möglich sind. Schreiben Sie eine Seite /de/angebot/ mit Anfrageweg, benötigten Unterlagen, Antwortzeit und einem Abschnitt „Was wir nicht fertigen“.

2. **Produktionsseite aufteilen.** /de/produktion/ trägt Drehen, Bohren, Gleitspanen, Ultraschallreinigung, Qualität, Materialien, Mengen und vier Branchen zugleich, jeweils in einem Satz oder als bloßes Wort. Machen Sie /de/produktion/ zur Übersicht und schreiben Sie je eine eigene Seite für Drehteile, Mikrobohrungen, Materialien, Muster und Serien sowie jede Branche.
3. **Zertifikat sichtbar machen.** Zertifizierungen sind laut Ihnen die dritte Frage jedes Käufers, doch /de/produktion/ nennt ISO 9001 nur im Satz, und das Zertifikat liegt als englische PDF-Datei mit „2023“ im Namen vor. Schreiben Sie eine Seite /de/qualitaet/ mit Zertifikatsnummer, Gültigkeit, Messtechnik von Mitutoyo und ZEISS und dem Stand bei „ISO 13485“.
4. **Referenzen ohne Referenzen.** /de/referenzen/ behauptet „Wir arbeiten mit den größten Herstellern von Medizinprodukten“ und nennt weder Kunden noch Teile. Ersetzen Sie den Satz durch ausgearbeitete Beispiele, zuerst eine Endoskopie-Komponente, mit Freigabe des Kunden oder anonymisiert.
5. **Modellierung fehlt komplett.** Sie bieten 3D-Modellierung an, das Wort „Modellierung“ steht auf keiner Seite, die wir gelesen haben. Schreiben Sie eine Seite /de/3d-modellierung/ für Kunden, die noch keine fertige Zeichnung haben.

WONACH DIESER BERICHT GESUCHT HAT

Auffindbar

Ob eine Suchmaschine oder ein KI-Crawler diese Seiten lesen und daraus ein Suchergebnis bauen kann.

Verständlich

Ob die Website in Ihren eigenen Worten sagt, was Sie verkaufen.

Beantwortet Fragen

Ob die Website beantwortet, was ein Käufer vor seiner Entscheidung fragt.

Vertrauenswürdig

Ob die Website Belege bietet, mit denen ein Käufer etwas anfangen kann.

Alles oben Stehende wurde am 27. September 2026 von <https://mikroonik.com/de/> gelesen und mit Ihren Angaben abgeglichen. Der nächste Abschnitt enthält die Messungen, aus denen es stammt.

2 Was Ihre Website heute sagt

Wir haben 4 Seiten auf [mikroonik.com](https://mikroonik.com/de/) gelesen, und das ist es, was die Website über sich selbst sagt. Nichts hiervon ist kaputt. Es ist der Ausgangspunkt, an dem alles Weitere gemessen wird.

WAS WIR ANGESEHEN HABEN	WAS WIR GEFUNDEN HABEN	WAS DAS BEDEUTET
Gelesene Adresse	https://mikroonik.com/de/	Hat normal geantwortet
Gelesene Seiten	4	Gefunden über Ihre Sitemap und Ihre eigenen Links
Titel der Startseite	Startseite - Mikroonik	Was ein Suchergebnis zuerst zeigt
Beschreibung der Startseite	Fehlt	Suchmaschinen schreiben dann ihre eigene
Wörter auf diesen Seiten	306	Genug, um etwas zu beantworten
Überschriften auf der Startseite	3	Die Seite hat eine Gliederung
Sprache	de-de	Ihre Website gibt es auch in et, en. Dieser Bericht behandelt nur de
Ein Preis oder eine Preisspanne	Nichts	Die Frage, die Sie am Telefon am häufigsten beantworten, gesucht auf allen 4 Seiten
Ein Weg, Sie zu erreichen	Gefunden	Gefunden auf /de/
Wo Sie tätig sind	Gefunden	Gefunden auf /de/

/de/ : 88 Wörter

└ [/de/produktion/](#) : 142 Wörter

└ [/de/referenzen/](#) : 41 Wörter

└ [/de/kontakt/](#) : 35 Wörter

Präzisionsbearbeitete Komponenten :h1

└ Unsere Arbeiten :h2

└ Was wir produziert haben :h3

Gelesen von <https://mikroonik.com/de/> am 27. September 2026. Wir haben Ihre Sitemap und Ihre eigenen Links gelesen und dann die Seiten geöffnet, auf denen ein Käufer am wahrscheinlichsten landet: was Sie uns als Ihr Angebot genannt haben, was Ihre Sitemap als wichtig markiert und was aktuell gehalten wird.

WAS EINE MASCHINE ÜBER SIE ANGEBEN KANN

WONACH WIR GESUCHT HABEN	FÜR MASCHINEN ANGEGEBEN	IN IHREN EIGENEN WORTEN	WAS ZU TUN IST
Der Name des Unternehmens	Nichts	Mikroonik OÜ auf /de/	Ihre Seiten tragen Mikroonik OÜ. Geben Sie das auch als Namen des Unternehmens an, damit es eine Tatsache ist und nicht bloß eine Textzeile.
Wo das Unternehmen sitzt	Nichts	Eine Postanschrift auf /de/	Ihre Seiten tragen die Anschrift. Geben Sie sie auch als Anschrift des Unternehmens an, damit sie eine einzige Tatsache ist und nicht fünf Zeilen einer Fußzeile.
Die Nummer zum Anrufen	Nichts	2 Nummern, zuerst +372 5845 1225 auf /de/	Sagen Sie, welche der 2 die Nummer des Unternehmens ist, und geben Sie genau diese an. Die übrigen wirken wie der Anschluss einer einzelnen Person.
Die Adresse zum Schreiben	Nichts	3 Adressen, zuerst info@mikroonik.com auf /de/	Sagen Sie, welche der 3 die Adresse für Anfragen ist, und geben Sie genau diese an. Die anderen sind Personen, nicht das Unternehmen.

WONACH WIR GESUCHT HABEN	FÜR MASCHINEN ANGEGEBEN	IN IHREN EIGENEN WORTEN	WAS ZU TUN IST
Worauf Sie verweisen		ahk-balt.org auf /de/	Öffnen Sie jede davon. Wo dann eine Seite, die dieser Bericht vorschlägt, eine Aussage macht, für die diese einstehen, verlinken Sie sie auch dort: Ein Käufer, der eine Aussage bis zu der Stelle oder dem Hersteller dahinter verfolgen kann, muss Ihnen nicht einfach glauben.

Ob die Website überhaupt etwas davon sagt, zeigt die Tabelle am Anfang dieses Abschnitts. Diese hier stellt die engere Frage: ob eine Maschine, die Ihre Seiten liest, es angeben kann, ohne einen Satz zu verstehen, und ob die Website eine einzige Antwort gibt. All das stammt ausschließlich von Ihren eigenen Seiten. Wir haben keine Suchmaschine, kein Verzeichnis und keinen Assistenten gefragt, was dort heute über Sie gespeichert ist, und kein Teil dieses Berichts tut das.

WAS IHRE WEBSITE IN EINER DATEI STATT AUF EINER SEITE SAGT

DIE DATEI	WIE IHR LINK SIE NENNT	VERLINKT VON
Mikroonik-ISO-9001-Certificate-EN-2023.pdf	Der Link enthält keinen Text	/ (Startseite)

Wir haben keine davon geöffnet: Dieser Crawl liest Seiten, also ist nichts in diesem Bericht aus dem Inhalt dieser Dateien gemessen. Eine Datei kann indexiert werden. Eine Seite kann sie nicht sein, denn sie hat keinen Titel, den ein Suchergebnis zeigen könnte, keinen Satz darunter, nichts, was zum Rest der Website weiterführt, und nichts am Ende, womit ein Leser etwas anfangen kann. Wo das, was eine davon sagt, nicht auch auf einer Seite steht, ist diese Seite eine der zu schreibenden, und die Datei gehört darunter, als Exemplar zum Mitnehmen.

WAS DIESER BERICHT LEISTET

Er ermittelt, was die Website sagen muss, bevor irgendetwas davon optimiert wird.

- Liest, was die Website heute sagt
- Hält es gegen das, was Sie verkaufen und was Käufer fragen
- Benennt die Informationen, die fehlen
- Sagt, welche davon eine eigene Seite verdienen
- Schreibt für jede ein Briefing
- Bringt sie in die Reihenfolge, in der sie geschrieben werden sollten

WAS ER DER SEO ÜBERLÄSST

Das lohnt sich, sobald es die Seiten gibt, und nicht vorher.

- Welche Begriffe Menschen suchen und wie oft
- Wofür Wettbewerber ranken
- Links von anderen Websites
- Rankings und Traffic-Berichte
- Das Feintuning einer Seite, die schon geschrieben ist

3 Was Sie uns gesagt haben

Ihre eigenen Worte, zitiert. Der Bericht wird an diesen gemessen, nicht an dem, was wir aus Ihren Werbetexten erraten haben.

Was verkaufen Sie, das nicht auf Ihrer Website steht?

Wir machen auch 3D-Modellierung und komplexere Teile als das, was jetzt auf der Website steht.

Was fragen Menschen Sie, bevor sie kaufen?

Sie fragen nach einem Preisangebot und ob wir es machen können oder nicht, danach fragen sie nach Zertifizierungen usw.

Was verstehen Kunden falsch, bevor sie zu Ihnen kommen?

Manchmal fragen sie nach größeren Frästeilen, aber die können wir im Moment nicht machen.

Womit arbeiten Sie?

Wir arbeiten mit allen Materialien, die Escomatic, Tornos usw. bearbeiten können.

4 Was Sie verkaufen und ob Ihre Website es sagt

Ihre eigenen Worte, gehalten gegen die Worte auf den gelesenen Seiten.

WAS LAUT IHNEN FEHLT	AUF IHRER WEBSITE	WO
komplexere teile	Nicht gefunden	Nichts auf den gelesenen Seiten sagt das
modellierung	Nicht gefunden	Nichts auf den gelesenen Seiten sagt das

2 Dinge, die Sie genannt haben, stehen nirgends auf Ihrer Website

Das haben Sie uns gesagt, und der Crawl bestätigt es. Jeder Punkt ist entweder eine Seite, die es nicht gibt, oder eine Seite, die es gibt und die nicht die Begriffe enthält, nach denen ein Käufer suchen würde. In der Lückenliste werden daraus Seiten, die zu schreiben sind.

WOMIT SIE LAUT IHNEN ARBEITEN	AUF IHRER WEBSITE	WO
materialien	Auf der Website	In einer Überschrift von /de/produktion/
escomatic	Nicht gefunden	Nichts auf den gelesenen Seiten sagt das
tornos	Nicht gefunden	Nichts auf den gelesenen Seiten sagt das

2 Dinge, mit denen Sie arbeiten, stehen nirgends auf Ihrer Website

Das sind die Begriffe, die ein Käufer in ein Suchfeld tippt, und eine Seite, die sie nicht enthält, kann nicht die Seite sein, die antwortet. Jeder ist entweder eine Seite, die es nicht gibt, oder eine Seite, die es gibt und die ihn nicht nennt.

Das ist ein Wortabgleich mit Ihren eigenen Antworten über die 4 gelesenen Seiten. Er findet, was eine Seite sagt, nicht was sie meint. Ihr Angebot richtig zu benennen und jedem Punkt die Seite zuzuordnen, die ihn bedient, ist der nächste Schritt des Modells.

5 Was Ihre Käufer fragen und wo Ihre Website antwortet

Das sind die Fragen, die Ihnen laut Ihren Angaben gestellt werden, in den Worten eines Käufers. Die zweite Spalte ist der Befund: Eine Lücke bedeutet, dass jemand geht, um anderswo zu fragen, und ein Widerspruch ist schlimmer als eine Lücke, weil man dann mit einer falschen Vorstellung von Ihnen geht. Die letzte Spalte nennt die Seite in diesem Bericht, die die Antwort tragen muss.

WAS SIE FRAGEN	AUF IHRER WEBSITE	WAS DIE SEITE SAGT	WAS DARAUF ANTWORTET
Was kostet mein Drehteil nach Zeichnung?	Nirgends	Keine Seite nennt einen Preis, eine Spanne oder was den Preis bestimmt.	/de/angebot/
Wie bekomme ich ein Angebot und was muss ich schicken?	Teilweise, auf /de/	Nur „Senden Sie Ihre Zeichnungen ein und erhalten Sie ein Angebot“, ohne Adresse, Dateiformat, Angaben oder Antwortzeit.	/de/angebot/
Können Sie dieses Teil fertigen?	Teilweise, auf /de/produktion/	Durchmesser, „Toleranz von bis zu $\pm 0,002$ mm“ und Bohrungen stehen dort in einem Satz, zu Geometrie und Komplexität steht nichts.	/de/branchen/praezisionstechnik/
Welche Zertifizierungen haben Sie?	Teilweise, auf /de/produktion/	„ISO 9001 zertifiziert“ und ISO 13485 in Umsetzung, aber ohne Nummer, Gültigkeit oder deutsches Dokument.	/de/qualitaet/
Fertigen Sie auch größere Frästeile?	Nirgends	Sie können es derzeit nicht, die Website sagt weder ja noch nein.	
Machen Sie auch 3D-Modellierung?	Nirgends	„Modellierung“ steht auf keiner gelesenen Seite, obwohl Sie es anbieten.	/de/3d-modellierung/

WAS SIE FRAGEN	AUF IHRER WEBSITE	WAS DIE SEITE SAGT	WAS DARAUF ANTWORTET
Welche Materialien können Sie bearbeiten?	Teilweise, auf /de/produktion/	Die Seite nennt nur „Edelstahl, Aluminium, Messing und Titan“, Sie arbeiten laut eigener Aussage mit allem, was Escomatic und Tornos bearbeiten.	/de/produktion/materialien/
Ab welcher Stückzahl fertigen Sie?	/de/produktion/	„von 100 bis zu 1.000.000 Stück, wobei Musterbestellungen jederzeit möglich sind“.	/de/produktion/muster-und-serien/
Für welche Kunden haben Sie schon gefertigt?	Teilweise, auf /de/referenzen/	Nur allgemeine Branchen, kein Kunde, kein Teil, kein Beispiel.	/de/referenzen/endoskopie-komponente/
Wie lange dauert es von der Bestellung bis zur Lieferung?	Nirgends	Von uns abgeleitet aus Ihrer Aussage „usw.“: Lieferzeiten für Muster und Serien nennt keine Seite.	/de/produktion/muster-und-serien/

4 Fragen hier werden nirgends auf den gelesenen Seiten beantwortet. Jede davon ist eine Seite oder ein Absatz auf einer Seite, die es schon gibt.

6 Zu schreibende Seiten

15 Seiten, und das ist die ganze Liste, keine Auswahl. Die ersten 10 Briefings geben jedem Angebot und jeder Leistung, die Ihre Website nennt, eine eigene Seite: Etwas, das in einem Satz auf einer Seite neben fünf anderen Dingen steht, kann niemand suchen und dort landen. Die übrigen 5 Briefings behandeln, was ein Käufer rund um diese liest: die Vergleiche, die Ratgeber, die Praxisbeispiele und die Fragen. Was zuerst zu schreiben ist, steht weiter unten in einem eigenen Abschnitt. Das sind die Seiten, die diese Website vor der SEO braucht, abgeleitet aus dem, was das Unternehmen verkauft und was seine Käufer fragen. Welche davon eine eigene Adresse bekommt und welche ein Abschnitt einer anderen wird, entscheidet, wer sie schreibt. Jedes davon ist ein Briefing, kein Entwurf: wofür die Seite da ist, für wen sie ist und was auf ihr stehen muss.

DIE SEITE	ADRESSE	WO SIE HEUTE STEHT	EINE FRAGE, DIE SIE BEANTWORTET
Angebot anfragen: Zeichnung senden, Antwort erhalten	/de/angebot/	Noch nirgends	Was kostet mein Drehteil nach Zeichnung?
CNC-Drehteile von 0,2 bis 32,0 mm Durchmesser	/de/produktion/cnc-drehteile/	/de/produktion/	Können Sie dieses Teil fertigen?
Maschinenpark: Langdrehen auf Tornos und Escomatic	/de/produktion/maschinenpark/	/de/produktion/	Auf welchen Maschinen fertigen Sie?
Mikrobohrungen ab 0,15 mm Durchmesser	/de/produktion/mikrobohrungen/	/de/produktion/	Wie klein und wie tief können Sie bohren?
Oberflächenbehandlung durch Gleitschleifen	/de/produktion/gleitschleifen/	/de/produktion/	Liefern Sie entgratete, fertig bearbeitete Teile?
Ultraschallreinigung für medizintaugliche Teile	/de/produktion/ultraschallreinigung/	/de/produktion/	Wie sauber werden die Teile geliefert?

DIE SEITE	ADRESSE	WO SIE HEUTE STEHT	EINE FRAGE, DIE SIE BEANTWORTET
Materialien: Edelstahl, Titan, Messing, Aluminium und mehr	/de/produktion/materialien/	/de/produktion/	Welche Materialien können Sie bearbeiten?
Vom Muster zur Serie: Stückzahlen bei Mikroonik	/de/produktion/muster-und-serien/	/de/produktion/	Ab welcher Stückzahl fertigen Sie?
Qualität und Zertifizierung: ISO 9001, ISO 13485 in Umsetzung	/de/qualitaet/	/de/produktion/	Welche Zertifizierungen haben Sie?
3D-Modellierung: von der Idee zur fertigungsgerechten Zeichnung	/de/3d-modellierung/	Noch nirgends	Machen Sie auch 3D-Modellierung?
Präzisionsdrehteile für die Medizintechnik und Endoskopie	/de/branchen/medizintechnik/	/de/produktion/	Für welche Kunden haben Sie schon gefertigt?
Mikrodrehteile für die Uhrenindustrie	/de/branchen/uhrenindustrie/	/de/produktion/	Für welche Kunden haben Sie schon gefertigt?
Präzisionsdrehteile für die Elektronikindustrie	/de/branchen/elektronik/	/de/produktion/	Ab welcher Stückzahl fertigen Sie?
Präzisionsteile für die Präzisionstechnik und den Maschinenbau	/de/branchen/praezisionstechnik/	/de/produktion/	Können Sie dieses Teil fertigen?
Referenzbeispiel: Mikrokomponente für einen deutschen Endoskopiehersteller	/de/referenzen/endoskopie-komponente/	/de/referenzen/	Für welche Kunden haben Sie schon gefertigt?

Diese Adressen gehören zu einer der Sprachen Ihrer Website

Ihre Website erscheint neben de auch in et und en, und dieser Bericht hat de gelesen, also ist jede Adresse oben eine Seite in diesem Zweig. Wir haben 9 Adressen in et und en gefunden und nicht geöffnet, also sagt nichts hier, was sie heute enthalten. Vor dem Schreiben muss für jede dieser Seiten geklärt sein, ob sie einmal oder einmal pro Sprache geschrieben wird, und die Adresse für jede Sprache folgt dem, was Ihre Website bei ihren vorhandenen Seiten in et und en schon tut.

EINE SEITE FÜR JEDES ANGEBOT

/de/produktion/cnc-drehteile/

CNC-Drehteile von 0,2 bis 32,0 mm Durchmesser

Ihr Kernangebot steht heute in einem halben Satz. Wer nach Mikrodrehteilen mit engen Toleranzen sucht, braucht eine Seite, die genau das beschreibt und zeigt, wie komplex die Teile sein dürfen.

FÜR WEN Ein Konstrukteur, der ein Mikroteil mit engen Toleranzen entworfen hat und prüft, ob ein Lieferant es überhaupt fertigen kann.

HEUTE VERSTECKT IN /de/produktion/

WO WIR DAS GELESEN HABEN „Wir fertigen CNC-Drehteile mit einem Durchmesser von 0,2“ bis „32,0 mm und einer Toleranz von bis zu $\pm 0,002$ mm“ auf /de/produktion/ und Ihre Aussage zu „komplexere Teile als das, was jetzt auf der Website steht“.

FRAGEN, DIE SIE BEANTWORTET

1. Können Sie dieses Teil fertigen?
2. Wie komplex dürfen Teile sein?
3. Welche Toleranz halten Sie?

WAS AUF DIE SEITE GEHÖRT

- Durchmesserbereich und „Toleranz von bis zu $\pm 0,002$ mm“, und für welche Maße diese Toleranz gilt
- Welche Geometrien möglich sind: komplexere Teile mit Beispielen
- Fotos echter Teile mit Beschreibung im Bildtext
- Verweis auf Materialien, Bohrungen und Nachbearbeitung
- Verweis auf die Grenzen auf /de/angebot/
- Abschluss: Zeichnung über /de/angebot/ senden

WAS SIE LIEFERN MÜSSEN

- Toleranzband je Maßart (Durchmesser, Länge, Rundlauf)
 - Fotos komplexer Teile aus der laufenden Fertigung
 - Oberflächenrauheit, die erreichbar ist
-

Mikrobohrungen ab 0,15 mm Durchmesser

Kleine Bohrungen sind ein eigener Suchgrund, besonders für Endoskopie und Uhrenteile, und stehen heute als Nebensatz da. Ein Käufer muss wissen, wie tief und wie genau.

FÜR WEN Ein Entwickler eines Endoskop-Bauteils, der einen Spülkanal oder eine Querbohrung im Mikrobereich braucht.

HEUTE VERSTECKT IN /de/produktion/

WO WIR DAS GELESEN HABEN „bohren Löcher mit einem Minstdurchmesser von 0,15 mm“ auf /de/produktion/.

FRAGEN, DIE SIE BEANTWORTET

1. Wie klein und wie tief können Sie bohren?
2. Können Sie dieses Teil fertigen?

WAS AUF DIE SEITE GEHÖRT

- Minstdurchmesser „0,15 mm“ und das Verhältnis von Tiefe zu Durchmesser
- In welchen Materialien das möglich ist
- Fotos und Beispiele aus Medizintechnik und Uhrenindustrie
- Abschluss: Zeichnung über /de/angebot/ senden

WAS SIE LIEFERN MÜSSEN

- Maximale Bohrtiefe je Durchmesser
- Toleranz der Bohrungen
- Fotos gebohrter Teile

Oberflächenbehandlung durch Gleitschleifen

Deutsche Käufer suchen in der Regel nach „Gleitschleifen“, das Wort „Gleitspanen“ ist unüblich; bitte prüfen Sie, welches Verfahren gemeint ist. Ein entgratetes, fertiges Teil ist für Medizinkunden Teil der Kaufentscheidung.

FÜR WEN Ein Qualitätsingenieur, der gratfreie Teile braucht und wissen will, ob der Lieferant das selbst übernimmt.

HEUTE VERSTECKT IN /de/produktion/

WO WIR DAS GELESEN HABEN „verwenden Gleitspanen zur Oberflächenbehandlung“ auf /de/produktion/.

FRAGEN, DIE SIE BEANTWORTET

1. Liefern Sie entgratete, fertig bearbeitete Teile?
2. Welche Oberfläche erreichen Sie?

WAS AUF DIE SEITE GEHÖRT

- Welches Verfahren eingesetzt wird und in korrekter Fachbezeichnung
- Welche Oberflächen erreichbar sind
- Für welche Teile und Materialien es geeignet ist
- Abschluss: Zeichnung mit Oberflächenangabe über /de/angebot/ senden

WAS SIE LIEFERN MÜSSEN

- Bestätigung, ob Gleitschleifen gemeint ist
- Erreichbare Rauheitswerte
- Fotos vor und nach der Behandlung

Ultraschallreinigung für medizintaugliche Teile

Für Medizinkunden ist die Sauberkeit gelieferte Teile eine Prüffrage, und die Website erwähnt die Reinigung nur als Wort. Die Seite sagt, wie gereinigt und wie verpackt wird.

FÜR WEN Ein Lieferantenauditor bei einem Medizininstrumentehersteller, der Reinheit und Verpackung prüft.

HEUTE VERSTECKT IN /de/produktion/

WO WIR DAS GELESEN HABEN „Ultraschall für den Reinigungsprozess“ auf /de/produktion/ und die Belieferung von „Endoskopie- und Medizininstrumenteherstellern“ auf /de/.

FRAGEN, DIE SIE BEANTWORTET

1. Wie sauber werden die Teile geliefert?
2. Wie sind die Teile verpackt?

WAS AUF DIE SEITE GEHÖRT

- Ablauf der Ultraschallreinigung
- Verpackung nach der Reinigung
- Bezug zum Qualitätssystem auf /de/qualitaet/
- Abschluss: Ansprechpartner für Qualitätsfragen mit E-Mail

WAS SIE LIEFERN MÜSSEN

- Beschreibung des Reinigungsablaufs
- Verpackungsspezifikation für Medizinteile

Materialien: Edelstahl, Titan, Messing, Aluminium und mehr

Die Website liest sich wie eine abschließende Liste, Sie arbeiten aber mit mehr. Eine Tabelle mit Werkstoffsorten beantwortet die Machbarkeitsfrage, bevor sie gestellt wird.

FÜR WEN Ein Konstrukteur, dessen Zeichnung eine bestimmte Edelstahl- oder Titansorte vorschreibt.

HEUTE VERSTECKT IN /de/produktion/

WO WIR DAS GELESEN HABEN „Als Basis für unsere Produkte verwenden wir Edelstahl, Aluminium, Messing und Titan“ auf /de/produktion/ und Ihre Aussage „Wir arbeiten mit allen Materialien, die Escomatic, Tornos usw. bearbeiten können“.

FRAGEN, DIE SIE BEANTWORTET

1. Welche Materialien können Sie bearbeiten?
2. Können Sie dieses Teil fertigen?

WAS AUF DIE SEITE GEHÖRT

- Tabelle der Werkstoffsorten je Materialgruppe
- Hinweis, dass weitere zerspanbare Werkstoffe auf Anfrage möglich sind
- Welche Materialien für Medizin, Uhren und Elektronik typisch sind
- Materialzeugnisse, die mitgeliefert werden
- Abschluss: Zeichnung mit Werkstoffangabe über /de/angebot/ senden

WAS SIE LIEFERN MÜSSEN

- Liste der Werkstoffsorten, die regelmäßig bearbeitet werden
- Art der Materialzeugnisse, die mitgeliefert werden

Vom Muster zur Serie: Stückzahlen bei Mikroonik

Die Stückzahlen sind die einzige Frage, die Ihre Website heute vollständig beantwortet, aber der Ablauf vom Muster zur Serie fehlt. Ein Entwickler mit Prototyp muss wissen, was ein Muster kostet und wie lange es dauert.

FÜR WEN Ein Entwicklungsingenieur, der wenige Musterteile für einen Prototyp braucht und später in Serie gehen will.

HEUTE VERSTECKT IN </de/produktion/>

WO WIR DAS GELESEN HABEN „Bei uns reichen die Produktionsserien von 100 bis zu 1.000.000 Stück, wobei Musterbestellungen jederzeit möglich sind“ auf </de/produktion/>.

FRAGEN, DIE SIE BEANTWORTET

1. Ab welcher Stückzahl fertigen Sie?
2. Wie lange dauert es von der Bestellung bis zur Lieferung?
3. Was kostet mein Drehteil nach Zeichnung?

WAS AUF DIE SEITE GEHÖRT

- Musterbestellung: wie viele Teile, wie schnell, zu welchen Kosten
- Serien „von 100 bis zu 1.000.000 Stück“ und was sich mit der Menge am Preis ändert
- Rahmenaufträge und Abrufe
- Abschluss: Musteranfrage über </de/angebot/>

WAS SIE LIEFERN MÜSSEN

- Lieferzeit für Muster und für Serien
- Ein Preisbeispiel für Muster und Serie desselben Teils

Präzisionsdrehteile für die Medizintechnik und Endoskopie

Ihre stärkste Referenz steht in einem Satz auf der Startseite. Ein Medizinkunde will sehen, welche Teile, in welchem Material und nach welchem Qualitätsstand Sie für seine Branche fertigen.

FÜR WEN Ein Einkäufer bei einem deutschen Endoskopiehersteller, der einen zweiten Lieferanten für Mikroteile aus Edelstahl oder Titan sucht.

HEUTE VERSTECKT IN /de/produktion/

WO WIR DAS GELESEN HABEN „beliefern führende deutsche Endoskopie- und Medizininstrumentehersteller“ auf /de/ und „Medizintechnik“ unter „Branchen“ auf /de/produktion/.

FRAGEN, DIE SIE BEANTWORTET

1. Für welche Kunden haben Sie schon gefertigt?
2. Welche Zertifizierungen haben Sie?
3. Können Sie dieses Teil fertigen?

WAS AUF DIE SEITE GEHÖRT

- Welche Teile Sie für Endoskopie und Medizininstrumente fertigen
- Übliche Materialien, besonders Titan und Edelstahl
- Toleranzen und Mikrobohrungen für diese Teile
- Stand ISO 9001 und ISO 13485, mit Verweis auf /de/qualitaet/
- Reinigung und Verpackung
- Abschluss: Kirsti Fischer für deutsche Medizinkunden, mit Telefonnummer

WAS SIE LIEFERN MÜSSEN

- Freigabe eines Endoskopiekunden, genannt zu werden
- Fotos von Medizinteilen
- Toleranzbeispiel an einem Medizinteil

Mikrodrehteile für die Uhrenindustrie

Uhrenteile verlangen Ihre kleinsten Durchmesser und Oberflächen, und die Website nennt die Branche nur als Wort. Ein Uhrenhersteller will konkrete Teile sehen.

FÜR WEN Ein Einkäufer bei einem Uhrenhersteller, der Wellen, Stifte oder Schrauben im Mikrobereich beschaffen muss.

HEUTE VERSTECKT IN /de/produktion/

WO WIR DAS GELESEN HABEN „fertigen wir Bauteile für Medizingeräte, Uhrenindustrie und Elektronik“ auf /de/ und „Uhrenindustrie“ unter „Branchen“ auf /de/produktion/.

FRAGEN, DIE SIE BEANTWORTET

1. Für welche Kunden haben Sie schon gefertigt?
2. Können Sie dieses Teil fertigen?
3. Welche Oberfläche erreichen Sie?

WAS AUF DIE SEITE GEHÖRT

- Welche Uhrenteile Sie fertigen
- Kleinste Durchmesser und Toleranzen für diese Teile
- Materialien, besonders Messing und Edelstahl
- Oberflächenbehandlung
- Abschluss: Zeichnung über /de/angebot/ senden

WAS SIE LIEFERN MÜSSEN

- Liste typischer Uhrenteile, die Sie gefertigt haben
- Fotos von Uhrenteilen
- Freigabe eines Uhrenkunden, genannt zu werden

Präzisionsdrehteile für die Elektronikindustrie

Die Startseite nennt Elektronikpartner, aber keine Teile. Ein Elektronikkunde sucht Kontaktstifte, Buchsen und Hülsen in großen Serien, und die Seite muss zeigen, dass Sie solche Mengen liefern.

FÜR WEN Ein Einkäufer bei einem Elektronikhersteller, der Kontaktteile aus Messing in hohen Stückzahlen braucht.

HEUTE VERSTECKT IN /de/produktion/

WO WIR DAS GELESEN HABEN „sowie lokale Elektronikpartner“ auf /de/ und „Elektronikindustrie“ unter „Branchen“ auf /de/produktion/.

FRAGEN, DIE SIE BEANTWORTET

1. Ab welcher Stückzahl fertigen Sie?
2. Können Sie dieses Teil fertigen?
3. Für welche Kunden haben Sie schon gefertigt?

WAS AUF DIE SEITE GEHÖRT

- Welche Elektronikteile Sie fertigen
- Serien bis „1.000.000 Stück“
- Materialien, besonders Messing und Aluminium
- Abschluss: Zeichnung über /de/angebot/ senden

WAS SIE LIEFERN MÜSSEN

- Liste typischer Elektronikteile
- Fotos von Elektronikteilen
- Freigabe eines Elektronikpartners, genannt zu werden

Präzisionsteile für die Präzisionstechnik und den Maschinenbau

Die Branche steht auf Ihrer Website nur als Wort, ohne Teil oder Kunde. Bitte sagen Sie, welche Kunden sich dahinter verbergen, sonst bleibt die Seite leer.

FÜR WEN Ein Konstrukteur im Geräte- oder Instrumentenbau, der Mikroteile für eine Baugruppe braucht.

HEUTE VERSTECKT IN /de/produktion/

WO WIR DAS GELESEN HABEN „Präzisionstechnik“ unter „Branchen“ auf /de/produktion/.

FRAGEN, DIE SIE BEANTWORTET

1. Können Sie dieses Teil fertigen?
2. Für welche Kunden haben Sie schon gefertigt?

WAS AUF DIE SEITE GEHÖRT

- Welche Kunden und Teile unter Präzisionstechnik fallen
- Toleranzen und Materialien für diese Teile
- Beispiele komplexerer Teile
- Abschluss: Zeichnung über /de/angebot/ senden

WAS SIE LIEFERN MÜSSEN

- Beschreibung der Kunden, die unter Präzisionstechnik fallen
- Fotos von Teilen für diese Kunden

/de/angebot/

Angebot anfragen: Zeichnung senden, Antwort erhalten

Preis und Machbarkeit sind laut Ihnen die ersten Fragen, und die Website beantwortet keine davon. Diese Seite ist das Ziel jedes Aufrufs zur Anfrage auf allen anderen Seiten.

FÜR WEN Ein Einkäufer bei einem deutschen Medizininstrumentehersteller mit einer fertigen Zeichnung, der drei Lieferanten vergleichen will.

WO WIR DAS GELESEN HABEN „Senden Sie Ihre Zeichnungen ein und erhalten Sie ein Angebot“ auf /de/ sowie Ihre Aussage „Sie fragen nach einem Preisangebot und ob wir es machen können oder nicht“.

FRAGEN, DIE SIE BEANTWORTET

1. Was kostet mein Drehteil nach Zeichnung?
2. Wie bekomme ich ein Angebot und was muss ich schicken?
3. Können Sie dieses Teil fertigen?
4. Wie lange dauert es von der Bestellung bis zur Lieferung?

WAS AUF DIE SEITE GEHÖRT

- Welche Unterlagen Sie brauchen: Zeichnung, Dateiformate, Material, Stückzahl, Toleranzen, Oberfläche
- Was den Preis bewegt: Material, Stückzahl, Toleranz, Nachbearbeitung, mit einem Preisbeispiel
- Ablauf nach Eingang in Schritten: Prüfung der Machbarkeit, Angebot, Muster, Serie
- Antwortzeit auf eine Anfrage und typische Lieferzeiten
- Abschnitt „Was wir nicht fertigen“, darunter größere Frästeile
- Ansprechpartner für deutsche Kunden: Kirsti Fischer mit Telefonnummer und E-Mail
- Abschluss: Formular mit Upload für Zeichnungen oder Adresse info@mikroonik.com

WAS SIE LIEFERN MÜSSEN

- Antwortzeit auf eine Angebotsanfrage
 - Liste der akzeptierten Zeichnungs- und Dateiformate
 - Ein Preisbeispiel für ein typisches Drehteil
 - Lieferzeit für Muster und für Serien
 - Maximale Teilegröße, die Sie annehmen
-

Maschinenpark: Langdrehen auf Tornos und Escomatic

Ein technischer Einkäufer schließt aus dem Maschinentyp auf Teilespektrum und Qualität, und Ihre Website verschweigt ihn. Diese Seite macht aus „Schweizer Fertigungstechnologien“ eine prüfbare Angabe.

FÜR WEN Ein Fertigungsingenieur, der einen zweiten Lieferanten für Teile sucht, die heute auf Tornos gefertigt werden.

HEUTE VERSTECKT IN /de/produktion/

WO WIR DAS GELESEN HABEN Ihre Aussage „Wir arbeiten mit allen Materialien, die Escomatic, Tornos usw. bearbeiten können“; die Website nennt nur „Schweizer Fertigungstechnologien“ und die Wörter Escomatic und Tornos stehen nirgends.

FRAGEN, DIE SIE BEANTWORTET

1. Auf welchen Maschinen fertigen Sie?
2. Können Sie dieses Teil fertigen?

WAS AUF DIE SEITE GEHÖRT

- Liste der Maschinen mit Hersteller und Modell
- Was jede Maschine kann: Durchmesser, Achsen, Nebenoperationen
- Messtechnik von Mitutoyo und ZEISS
- Abschluss: Zeichnung über /de/angebot/ senden

WAS SIE LIEFERN MÜSSEN

- Liste der Drehmaschinen mit Hersteller und Modell
 - Liste der Messgeräte von Mitutoyo und ZEISS mit Modell
-

Qualität und Zertifizierung: ISO 9001, ISO 13485 in Umsetzung

Zertifizierung ist laut Ihnen eine feste Frage jedes Käufers, und heute steht sie in einem Satz neben einer englischen PDF-Datei. Für Medizinkunden muss der Stand bei ISO 13485 ehrlich und datiert dastehen.

FÜR WEN Ein Lieferantenmanager in der Medizintechnik, der vor der Freigabe eines neuen Lieferanten die Zertifikate prüft.

HEUTE VERSTECKT IN /de/produktion/

WO WIR DAS GELESEN HABEN „Mikroonik ist ISO 9001 zertifiziert und wir arbeiten aktiv an der Umsetzung der ISO 13485“ und „Messwerkzeuge von Mitutoyo und ZEISS“ auf /de/produktion/, die Datei Mikroonik-ISO-9001-Certificate-EN-2023.pdf und Ihre Aussage „danach fragen sie nach Zertifizierungen“.

FRAGEN, DIE SIE BEANTWORTET

1. Welche Zertifizierungen haben Sie?
2. Wie prüfen Sie die Teile?

WAS AUF DIE SEITE GEHÖRT

- ISO 9001: Zertifizierer, Nummer, Gültigkeit, Zertifikat als Datei zum Herunterladen
- ISO 13485: aktueller Stand und geplanter Zeitpunkt
- Messtechnik von Mitutoyo und ZEISS und was gemessen wird
- Prüfdokumente, die mitgeliefert werden
- Abschluss: Qualitätsunterlagen per E-Mail anfordern

WAS SIE LIEFERN MÜSSEN

- ISO-9001-Zertifikatsnummer, Zertifizierer und Gültigkeitsdatum
- Aktuelles Zertifikat, falls das von 2023 erneuert wurde
- Geplanter Termin für die ISO-13485-Zertifizierung
- Muster eines Prüfberichts

3D-Modellierung: von der Idee zur fertigungsgerechten Zeichnung

Sie bieten eine Leistung an, von der Ihre Website nichts weiß, und damit fehlt Ihnen jeder Kunde, der noch keine Zeichnung hat. Diese Seite öffnet Ihnen Anfragen vor dem Angebot.

FÜR WEN Ein Start-up in der Medizintechnik mit einer Skizze, aber ohne fertigungsgerechtes 3D-Modell.

WO WIR DAS GELESEN HABEN Ihre Aussage „Wir machen auch 3D-Modellierung“; das Wort „Modellierung“ steht auf keiner gelesenen Seite.

FRAGEN, DIE SIE BEANTWORTET

1. Machen Sie auch 3D-Modellierung?
2. Was muss ich mitbringen, wenn ich keine Zeichnung habe?

WAS AUF DIE SEITE GEHÖRT

- Was modelliert wird und in welcher Software
- Was der Kunde liefern muss: Skizze, Muster, Anforderungen
- Ablauf von Modell zu Muster zu Serie
- Welche Dateiformate geliefert werden
- Abschluss: Skizze oder Beschreibung über /de/angebot/ senden

WAS SIE LIEFERN MÜSSEN

- Eingesetzte CAD-Software
- Gelieferte Dateiformate
- Ein Beispiel eines modellierten Teils, mit Freigabe

Referenzbeispiel: Mikrokomponente für einen deutschen Endoskopiehersteller

Ihre Referenzseite verspricht Referenzen und zeigt keine. Ein ausgearbeitetes Beispiel beweist, was ein Satz nur behauptet.

FÜR WEN Ein Einkäufer in der Medizintechnik, der vor einer Anfrage sehen will, ob Sie vergleichbare Teile schon geliefert haben.

HEUTE VERSTECKT IN /de/referenzen/

WO WIR DAS GELESEN HABEN „beliefern führende deutsche Endoskopie- und Medizininstrumentehersteller“ auf /de/ und die leere Behauptung auf /de/referenzen/.

FRAGEN, DIE SIE BEANTWORTET

1. Für welche Kunden haben Sie schon gefertigt?
2. Können Sie dieses Teil fertigen?

WAS AUF DIE SEITE GEHÖRT

- Die Aufgabe des Kunden
- Das gefertigte Teil: Material, Maße, Toleranz
- Verfahren: Drehen, Bohren, Reinigen
- Menge und Zeitraum der Lieferungen
- Fotos mit Bildbeschreibung
- Abschluss: ähnliches Teil über /de/angebot/anfragen

WAS SIE LIEFERN MÜSSEN

- Freigabe des Endoskopiekunden, genannt zu werden, oder Zustimmung zur anonymen Darstellung
- Fotos des Teils
- Toleranz und Material des Teils
- Liefermenge und Zeitraum

Eine Seite steht hier, weil eine bestimmte Person die Information braucht und diese Website sie nicht hat. Ob Menschen in genau diesen Worten danach suchen, ist die nächste Stufe, nicht diese.

7 Seiten, die Sie schon haben

Bevor Sie etwas Neues schreiben: Diese Seiten gibt es, und jede davon hilft entweder, steht im Weg oder ist eine Überarbeitung davon entfernt zu helfen. Überarbeiten ist günstiger als neu schreiben, und eine Seite, die nichts sagt, konkurriert trotzdem mit den Seiten weiter unten. Es gibt fünf Urteile und keine anderen: Ausbauen, Neu schreiben, Zusammenlegen, Aufteilen, So lassen.

SEITE	WAS TUN	WARUM UND WAS ZU ÄNDERN IST
/de/produktion/	Aufteilen	Die Seite fasst unter „Dienstleistungen“ Drehen, Bohren, „Gleitspanen“ und Ultraschall in einem Satz zusammen und listet „Medizintechnik Elektronikindustrie Uhrenindustrie Präzisionstechnik“ ohne ein Wort dazu. Machen Sie sie zur Übersicht, die jedes Thema in zwei Sätzen nennt und auf die neuen Seiten für Drehteile, Mikrobohrungen, Gleitschleifen, Ultraschallreinigung, Materialien, Muster und Serien, Maschinenpark, Qualität und die Branchen verweist.
/de/	Neu schreiben	Die Startseite sagt „Senden Sie Ihre Zeichnungen ein“ ohne Weg dorthin, und unter „Was wir produziert haben“ stehen nur Bilder, deren Beschreibung meist leer ist. Sagen Sie oben in einem Satz, was Sie fertigen und bis zu welcher Toleranz, nennen Sie ISO 9001 als Vertrauensgrund und führen Sie jeden Besucher zu /de/angebot/ und zur passenden Branchenseite, ohne die Produktionsdetails hier zu wiederholen.
/de/referenzen/	Neu schreiben	„Wir arbeiten mit den größten Herstellern von Medizinprodukten“ ist die ganze Seite, ohne Namen oder Teil; von den 23 Bildern dort haben laut unserer Messung nur 3 eine Beschreibung. Ersetzen Sie den Satz durch eine Liste ausgearbeiteter Beispiele, beginnend mit /de/referenzen/endoskopie-komponente/ , und geben Sie jedem Foto eine Beschreibung des gezeigten Teils.
/de/kontakt/	So lassen	Die Seite nennt Ansprechpartner namentlich mit Funktion, und mit Kirsti Fischer und ihrer deutschen Mobilnummer hat ein deutscher Käufer einen direkten Draht. Lassen Sie sie so und verweisen Sie von hier nur auf /de/angebot/ für Zeichnungen.

HEUTE EINE SEITE

Jedes Thema rechts steht heute unter dieser einen Adresse, also ist keines davon eine Seite, auf der ein Käufer landen kann.

- /de/produktion/

DIE SEITEN, DIE DARAUS WERDEN

Ein Thema pro Seite, und die aufgeteilte Seite wird zu dem Ort, an dem ein Käufer zwischen ihnen wählt.

- /de/produktion/cnc-drehteile/
- /de/produktion/maschinenpark/
- /de/produktion/mikrobohrungen/
- /de/produktion/gleitschleifen/
- /de/produktion/ultraschallreinigung/
- /de/produktion/materialien/
- /de/produktion/muster-und-serien/
- /de/qualitaet/
- /de/branchen/medizintechnik/
- /de/branchen/uhrenindustrie/
- /de/branchen/elektronik/
- /de/branchen/praezisionstechnik/

1 Seite auf dieser Liste braucht keine Änderung. Das ist Absicht. Ein Bericht, der an allem etwas auszusetzen hat, wird nicht als Bericht gelesen, der etwas gefunden hat.

8 Ihre Website, wenn es diese Seiten gibt

Jede Adresse, die wir gelesen haben, und jede, die dieser Bericht vorschlägt, in der Form, die sie zusammen ergeben. Nichts hier liegt tiefer als nötig: Eine Seite, die vier Klicks von der Startseite entfernt ist, findet niemand.

/ (Startseite) : ein Abschnitt, keine Seite

- └ de/ : vorhanden
 - └ 3d-modellierung/ : zu schreiben
 - └ anbot/ : zu schreiben
 - └ branchen/ : ein Abschnitt, keine Seite
 - └ elektronik/ : zu schreiben
 - └ medizintechnik/ : zu schreiben
 - └ praezisionstechnik/ : zu schreiben
 - └ uhrenindustrie/ : zu schreiben
 - └ kontakt/ : vorhanden
 - └ produktion/ : vorhanden
 - └ cnc-drehteile/ : zu schreiben
 - └ gleitschleifen/ : zu schreiben
 - └ maschinenpark/ : zu schreiben
 - └ materialien/ : zu schreiben
 - └ mikrobohrungen/ : zu schreiben
 - └ muster-und-serien/ : zu schreiben
 - └ ultraschallreinigung/ : zu schreiben
 - └ qualitaet/ : zu schreiben
- └ referenzen/ : vorhanden
 - └ endoskopie-komponente/ : zu schreiben

Was ein Käufer selbst beantworten kann, sobald es diese Seiten gibt

„Was kostet mein Drehteil nach Zeichnung?“ „Fertigen Sie auch größere Frästeile?“ „Machen Sie auch 3D-Modellierung?“ „Wie lange dauert es von der Bestellung bis zur Lieferung?“ Das sind die 4 Fragen, die Ihre Website heute nirgends beantwortet, und jede davon landet auf einer Seite oben. Heute bekommt man keine dieser Antworten, ohne Sie zu fragen.

15 Adressen auf dieser Liste gibt es noch nicht. Die Pfade sind Vorschläge in der Form, die Ihre Website schon verwendet, und eine als Abschnitt markierte Zeile ist eine Gruppierung, keine Seite: Niemand muss sie schreiben. Entscheidend ist,

dass eine Idee unter einer Adresse lebt, damit nichts, was Sie schreiben, mit sich selbst konkurriert: ein wichtiges Thema, ein klares Ziel, es sei denn, Sie teilen es bewusst nach Sprache oder nach der Art von Käufer auf, für die es geschrieben ist.

9 Risiken: Widersprüche, Sackgassen und Aussagen, die Sie nicht belegen können

Hier sind vier verschiedene Probleme versammelt, und jedes hat seine eigene Lösung: zwei Seiten, die einander widersprechen, eine Aussage ohne Beleg, Arbeit, die Sie nicht machen und die die Website nie ausschließt, und eine Seite, die verspricht, was der Rest der Website nicht hält. Jedes davon steht heute auf der Website und kostet mehr als eine fehlende Seite, denn ein Besucher, der eines bemerkt, glaubt auch den Seiten nicht mehr, die stimmten. Lesen Sie die Gruppe zu dem, was Sie nicht tun, auch wenn Sie sonst nichts lesen: Klar zu sagen, was Sie nicht machen, ist das, woran kein Inhaber denkt, und es verhindert die Anfragen, die Sie von Hand kalkulieren und ablehnen müssen.

SEITEN, DIE EINANDER WIDERSPRECHEN

Materialliste enger als Ihr Können **Wird sich rächen**

/de/produktion/ nennt „Edelstahl, Aluminium, Messing und Titan“, Sie sagen „alle Materialien, die Escomatic, Tornos usw. bearbeiten können“. Ein Käufer mit einer anderen Werkstoffsorte liest die Liste als abschließend und fragt nicht an.

AUSSAGEN OHNE BELEG

Führungsanspruch ohne Beleg **Wird sich rächen**

/de/ nennt Mikroonik „zu den führenden estnischen Herstellern“ und /de/referenzen/ „die größten Hersteller von Medizinprodukten“ als Kunden, ohne einen Namen oder ein Teil. Ohne Beleg lesen Einkäufer das als Werbesatz.

Zertifikat nur als englische Datei **Gut zu wissen**

ISO 9001 wird auf /de/produktion/ behauptet, belegt nur durch Mikroonik-ISO-9001-Certificate-EN-2023.pdf, die wir nicht geöffnet haben. Prüfen Sie, ob das Zertifikat noch gültig ist, und achten Sie darauf, dass keine neue Seite ISO 13485 als erreicht darstellt, solange Sie „aktiv an der Umsetzung“ arbeiten.

WAS SIE NICHT TUN, ABER NIRGENDS SAGEN

Keine Grenze für größere Frästeile **Wird sich rächen**

Sie können größere Frästeile derzeit nicht fertigen, doch weder /de/ noch /de/produktion/ sagt das. Wer „Präzisionsbearbeitete Komponenten“ liest, fragt auch nach Frästeilen, und jede dieser Anfragen müssen Sie von Hand ablehnen.

SEITEN, DIE VERSPRECHEN, WAS SIE NICHT HALTEN

Referenzseite ohne Referenzen **Heute falsch**

/de/referenzen/ verspricht im Titel Referenzen und enthält nur den Satz „Wir arbeiten mit den größten Herstellern von Medizinprodukten“. Auch „Was wir produziert haben“ auf /de/ und /de/produktion/ zeigt nur Bilder ohne Beschreibung.

10 Was zuerst zu tun ist

WANN	DAS TUN	WARUM AN DIESER STELLE
Zuerst	Die Seite /de/angebot/ mit dem Abschnitt „Was wir nicht fertigen“ und die neue Startseite /de/ , die dorthin führt.	Sie beantworten die ersten Fragen jedes Käufers und sparen ab der nächsten Anfrage nach größeren Frästeilen Arbeit.
Dann	Die Aufteilung von /de/produktion/ : Drehteile, Mikrobohrungen, Materialien, Muster und Serien, dazu /de/qualitaet/ .	Hier steht Ihr Kernangebot, und Zertifizierung ist die nächste Frage nach dem Preis.
Danach	Die Branchenseiten Medizintechnik, Uhrenindustrie, Elektronik und Präzisionstechnik.	Sie bauen auf den Produktionsseiten auf und verweisen auf sie.
Sobald Freigaben vorliegen	Die neue /de/referenzen/ mit dem Endoskopie-Beispiel.	Sie hängen an Kundenfreigaben, die Zeit brauchen.
Zum Schluss	3D-Modellierung, Maschinenpark, Gleitschleifen und Ultraschallreinigung.	Sie erweitern das Angebot, sind aber seltener der erste Grund für eine Anfrage.

WAS WIR VON IHNEN BRAUCHEN, BEVOR DIESE SEITEN GESCHRIEBEN WERDEN KÖNNEN

WAS WIR VON IHNEN BRAUCHEN	GEBRAUCHT FÜR
Lieferzeit für Muster und für Serien	/de/angebot/ , /de/produktion/muster-und-serien/
Antwortzeit auf eine Angebotsanfrage	/de/angebot/
Liste der akzeptierten Zeichnungs- und Dateiformate	/de/angebot/
Ein Preisbeispiel für ein typisches Drehteil	/de/angebot/
Maximale Teilegröße, die Sie annehmen	/de/angebot/
Toleranzband je Maßart (Durchmesser, Länge, Rundlauf)	/de/produktion/cnc-drehteile/
Fotos komplexer Teile aus der laufenden Fertigung	/de/produktion/cnc-drehteile/
Oberflächenrauheit, die erreichbar ist	/de/produktion/cnc-drehteile/

WAS WIR VON IHNEN BRAUCHEN	GEBRAUCHT FÜR
Liste der Drehmaschinen mit Hersteller und Modell	/de/produktion/maschinenpark/
Liste der Messgeräte von Mitutoyo und ZEISS mit Modell	/de/produktion/maschinenpark/
Maximale Bohrtiefe je Durchmesser	/de/produktion/mikrobohrungen/
Toleranz der Bohrungen	/de/produktion/mikrobohrungen/
Fotos gebohrter Teile	/de/produktion/mikrobohrungen/
Bestätigung, ob Gleitschleifen gemeint ist	/de/produktion/gleitschleifen/
Erreichbare Rauheitswerte	/de/produktion/gleitschleifen/
Fotos vor und nach der Behandlung	/de/produktion/gleitschleifen/
Beschreibung des Reinigungsablaufs	/de/produktion/ultraschallreinigung/
Verpackungsspezifikation für Medizinteile	/de/produktion/ultraschallreinigung/
Liste der Werkstoffsorten, die regelmäßig bearbeitet werden	/de/produktion/materialien/
Art der Materialzeugnisse, die mitgeliefert werden	/de/produktion/materialien/
Ein Preisbeispiel für Muster und Serie desselben Teils	/de/produktion/muster-und-serien/
ISO-9001-Zertifikatsnummer, Zertifizierer und Gültigkeitsdatum	/de/qualitaet/
Aktuelles Zertifikat, falls das von 2023 erneuert wurde	/de/qualitaet/
Geplanter Termin für die ISO-13485-Zertifizierung	/de/qualitaet/
Muster eines Prüfberichts	/de/qualitaet/
Eingesetzte CAD-Software	/de/3d-modellierung/
Gelieferte Dateiformate	/de/3d-modellierung/
Ein Beispiel eines modellierten Teils, mit Freigabe	/de/3d-modellierung/
Freigabe eines Endoskopiekunden, genannt zu werden	/de/branchen/medizintechnik/

WAS WIR VON IHNEN BRAUCHEN	GEBRAUCHT FÜR
Fotos von Medizinteilen	/de/branchen/medizintechnik/
Toleranzbeispiel an einem Medizinteil	/de/branchen/medizintechnik/
Liste typischer Uhrenteile, die Sie gefertigt haben	/de/branchen/uhrenindustrie/
Fotos von Uhrenteilen	/de/branchen/uhrenindustrie/
Freigabe eines Uhrenkunden, genannt zu werden	/de/branchen/uhrenindustrie/
Liste typischer Elektronikteile	/de/branchen/elektronik/
Fotos von Elektronikteilen	/de/branchen/elektronik/
Freigabe eines Elektronikpartners, genannt zu werden	/de/branchen/elektronik/
Beschreibung der Kunden, die unter Präzisionstechnik fallen	/de/branchen/praezisionstechnik/
Fotos von Teilen für diese Kunden	/de/branchen/praezisionstechnik/
Freigabe des Endoskopiekunden, genannt zu werden, oder Zustimmung zur anonymen Darstellung	/de/referenzen/endoskopie-komponente/
Fotos des Teils	/de/referenzen/endoskopie-komponente/
Toleranz und Material des Teils	/de/referenzen/endoskopie-komponente/
Liefermenge und Zeitraum	/de/referenzen/endoskopie-komponente/

Nichts davon steht heute auf der Website, deshalb steht es auf dieser Liste, und keine der Seiten daneben kann fertig werden, bevor Sie es schicken. Es ist das Schnellste, was Sie tun können, um das Schreiben freizugeben, und das meiste kostet Sie Minuten statt eines Nachmittags: eine Zahl aus einer Zeichnung, ein Foto Ihrer eigenen Arbeit, eine Zertifikatsnummer, ein Kunde, der zustimmt, genannt zu werden. Alles andere, was die Seiten brauchen, steht schon auf der Website.

BEVOR SICH DIE AUSGABE FÜR SEO LOHNT

1. **Jedes Angebot hat eine Seite.** 10 Briefings in der Übersicht sind genau dafür da, eine Seite für jedes Angebot, das Ihre eigene Website nennt. Optimieren

ist Arbeit an einer Seite, also gibt es, solange nicht jede davon existiert, nichts, was das Thema trägt und woran man arbeiten könnte.

2. **Jede Frage eines Käufers wird irgendwo beantwortet.** 4 Fragen unter den Käuferfragen haben auf keiner gelesenen Seite eine Antwort. Ein Käufer, der fragen muss, geht und fragt jemand anderen, und kein Feintuning repariert eine Seite, die es nicht sagt.
3. **Die Widersprüche sind korrigiert.** 1 Stelle auf der Website widerspricht Ihren Angaben oder einer anderen Seite. Eine falsche Antwort kostet mehr als eine fehlende, also ist das die erste Änderung und nicht die letzte.
4. **Die Aussagen, die die Website nicht belegen kann, sind belegt oder entfernt.** 1 Punkt in der Risikoliste steht heute auf der Website und ist heute falsch. Belegen Sie ihn mit etwas, das ein Leser prüfen kann, einem Foto, einer Zertifikatsnummer, einem namentlich genannten Kunden, oder nehmen Sie ihn von der Seite.

Beginnen Sie mit bezahlter SEO, sobald die Seiten live sind, die Ihr Angebot tragen, also die erste Gruppe der zu schreibenden Seiten. Optimieren ist Arbeit an einer Seite, und solange es diese nicht gibt, hat sie kaum etwas, woran sie arbeiten kann.

11 Grundlegende Pflege

Nichts davon entscheidet, ob ein Unternehmen gefunden wird oder nicht. Das ist der Rest dieses Berichts. Das hier sind die kleinen Korrekturen auf dem Weg dorthin, und sie stehen am Ende, weil sie das Geringste davon sind.

WAS WIR GEPRÜFT HABEN	SEITEN	WAS ZU TUN IST
Seiten ohne Beschreibung	4 von 4	Schreiben Sie den Satz, den Sie in einem Google-Ergebnis unter Ihrem Namen sehen wollen
Titel, die abgeschnitten oder zu kurz sind, um etwas zu sagen	4 von 4	Füllen Sie die Zeile möglichst aus: wofür die Seite da ist, dann der Name des Unternehmens
Fotos ohne beschreibenden Text	9 von 63	Beschreiben Sie jedes Bild in ein paar Worten. Mehr bekommt eine Suchmaschine oder ein blinder Besucher nie davon
Seiten, die zu kurz sind, um etwas zu beantworten	4 von 4	Sagen Sie entweder genug, damit sich das Land lohnt, oder legen Sie die Seite mit einer zusammen, die das tut

Geprüft auf den 4 gelesenen Seiten, nicht auf Ihrer ganzen Website. 18 der 22 durchgeführten Prüfungen waren ohne Befund und sind nicht aufgeführt.

12 Fünf Dinge, die Sie diese Woche selbst einrichten können

Nichts davon ist der Grund, warum ein Unternehmen gefunden wird. Das sind die Seiten oben. Das hier sind die Teile des Gefundenwerdens, für die keine Seite geschrieben werden muss: Alle fünf sind kostenlos, für keinen braucht es den, der die Website gebaut hat, und zusammen sind sie ein Nachmittag. Erledigen Sie sie, während die Seiten geschrieben werden, nicht stattdessen.

1. **Richten Sie die Google Search Console ein.** Sie ist kostenlos, stammt von Google selbst und dauert zehn Minuten:

<https://search.google.com/search-console/about>. Sie ist der einzige Ort, der Ihnen sagt, ob Google Ihre Seiten überhaupt kennt, welche davon es anzeigt und welche Wörter Menschen eingegeben haben, bevor sie bei Ihnen gelandet sind. Alles in diesem Bericht ist eine Seite, die zu schreiben ist, und hier erfahren Sie, ob das Schreiben gewirkt hat. Wenn Sie schon dort sind, öffnen Sie „Sitemaps“ und reichen Sie Ihre Sitemap-Adresse ein, meist `/sitemap.xml`, damit eine neue Seite angekündigt wird, statt dass man auf sie warten muss.

2. **Beanspruchen Sie Ihr Unternehmen bei Google Maps, und vervollständigen Sie dann das Profil.** Kostenlos, unter <https://business.google.com/>. Das Beanspruchen ist die halbe Arbeit, und bei dieser Hälfte hören die meisten Unternehmen auf. Vollständig heißt: die richtige Hauptkategorie, denn dieses eine Feld entscheidet, für welche Suchen Sie überhaupt infrage kommen, dann Ihre Öffnungszeiten, das Gebiet, das Sie tatsächlich abdecken, eine Telefonnummer, unter der jemand abnimmt, und Fotos Ihrer eigenen Arbeit statt Stockbildern. Für ein Unternehmen mit einer Handvoll Seiten wird dieser Eintrag oft häufiger gelesen als die Website, und er ist der eine Ort, an dem Sie gefunden werden, ohne etwas zu schreiben.

3. **Bitten Sie Ihre letzten zehn Kunden um eine Bewertung.** Ihr Google-Profil gibt Ihnen genau dafür einen kurzen Link, und nur den sollten Sie verschicken: Eine Bewertung muss der Kunde selbst über sein eigenes Konto schreiben, also ist alles Gekaufte oder intern Geschriebene weniger als nichts wert. Fragen Sie eine Person nach der anderen, mit Namen, ein paar Tage nach Abschluss der Arbeit, und beginnen Sie mit denen, die am Telefon schon etwas Freundliches gesagt haben. Wer zwischen Ihnen und zwei anderen wählt, liest diese, bevor er ein einziges Wort von Ihnen liest.

4. **Setzen Sie Ihre Anschrift und Telefonnummer in die Fußzeile jeder Seite.** Als Text statt in einem Bild und überall gleich geschrieben: dieselbe Straßenzeile, dasselbe Nummernformat, zeichengenau passend zu Ihrem Google-Profil.

Dieser Bericht hat auf jeder gelesenen Seite nach beidem gesucht, in den Zeilen „Ein Weg, Sie zu erreichen“ und „Wo Sie tätig sind“. Eine Telefonnummer, die nur auf der Kontaktseite steht, erreichen die meisten Besucher nie, und zwei Schreibweisen einer Anschrift sind der Grund, warum eine Suchmaschine am Ende nicht sicher ist, dass Eintrag und Website dasselbe Unternehmen sind.

5. Prüfen Sie, ob die Website unter einer einzigen Adresse antwortet und ob es die sichere ist. Es gibt vier Wege auf eine Website: Ihre Domain mit `www.` und ohne, jeweils über `http://` und über `https://`. Alle vier sollten bei genau einer davon ankommen, mit einem Schloss in der Adressleiste. Wir haben alle vier ausprobiert, während wir Ihre Website gelesen haben, und wo sie nicht übereinstimmen, steht „Adressen von Ihnen, die auf eine der anderen weiterleiten sollten“ als Zeile im Abschnitt „Grundlegende Pflege“ oben. Bis sie übereinstimmen, konkurrieren Ihre Seiten bei denselben Suchen mit Kopien ihrer selbst, und manche Besucher sehen eine Warnung „Nicht sicher“, bevor sie ein Wort gelesen haben. Das Zertifikat kostet nichts, und bei den meisten Hostern sind Zertifikat und Weiterleitung zwei Schalter in einem Panel oder eine Nachricht an den, der die Website hostet.

Keiner dieser Punkte schreibt eine Seite, und keiner ersetzt eine fehlende. Sie sind die Leitungen rund um die Liste oben: Die Search Console sagt Ihnen, ob die neuen Seiten angekommen sind, der Maps-Eintrag erreicht die Menschen, die nie auf die Website kommen, und die Fußzeile und die eine Adresse sorgen dafür, dass eine Suchmaschine den Eintrag und die Website als ein Unternehmen liest.

Wenn die Seiten live sind, lassen Sie den Bericht erneut erstellen

Eine Folgeprüfung von `mikroonik.com` kostet 49 €. Sie liest die Website erneut, sobald die Seiten live sind, und sagt, welche der 4 Fragen Ihrer Käufer inzwischen eine Antwort haben und was an die Spitze der Liste gerückt ist.