

Checklista Startowa

Pozycjonowanie Wizytówki Google

(Skorzystaj z naszej checklisty, aby nic nie przeoczyć.

Wydrukuj, sprawdź i odhacz każdy punkt, który masz wdrożony.)

Cel: Stworzyć kompletną, wiarygodną i atrakcyjną wizytówkę Google, która w ogóle ma szansę pojawiać się w wynikach wyszukiwania.

1. Uzupełniłem wszystkie dane firmy
(nazwa, adres, telefon, godziny otwarcia).

Status ☒ : ☐

Pytania:

- ✓ Czy nazwa firmy jest spójna z tym, co używam na szyldzie, stronie www i w materiałach reklamowych?
- ✓ Czy adres został wpisany dokładnie tak, jak w urzędowych rejestrach i innych katalogach?
- ✓ Czy godziny otwarcia są aktualne (także w święta i dni specjalne)?

Sugestie:

- ✓ Zadbaj o spójność NAP (Name, Address, Phone) – Google bardzo ceni konsekwencję.

Notatki:

2. Dodałem link do strony internetowej.

Status : ☐

Pytania:

- ✔ Czy link prowadzi do strony głównej, czy może lepiej do podstrony usługowej (np. „serwis kotłów gazowych” zamiast ogólnej strony)
- ✔ Czy strona, do której linkuję, jest dostosowana do urządzeń mobilnych?

Sugestie:

- ✔ Jeśli masz landing page pod lokalne frazy, użyj go – wzmocni to SEO wizytówki.

Notatki:

3. Wybrałem właściwą kategorię główną i dodatkowe.

Status  : ☐

Pytania:

- ✔ Czy moja kategoria główna precyzyjnie opisuje, czym się zajmuję (np. „fryzjer męski” zamiast „fryzjer”)?
- ✔ Czy dobrałem dodatkowe kategorie, które obejmują wszystkie usługi (np. „barber shop”, „salon fryzjerski dla mężczyzn”)?

Sugestie:

- ✔ Sprawdź, jakie kategorie mają konkurenci, którzy są wysoko w wynikach.

Notatki:

4. Stworzyłem opis firmy z lokalnymi słowami kluczowymi.

Status : ☐

Pytania:

- ✔ Czy w opisie zawarłem frazy typu: „serwis pieców gazowych Kraków” albo „sklep z panelami podłogowymi Warszawa”?
- ✔ Czy opis jest unikalny, a nie skopiowany ze strony www?
- ✔ Czy tekst nie brzmi sztucznie, tylko naturalnie dla klienta?

Sugestie:

- ✔ Dodaj informacje, które wyróżniają Twoją firmę
– np. „działamy 24/7”, „bezpłatny dojazd w obrębie miasta”.

Notatki:

5. Zamieściłem pierwsze zdjęcia (logo, wnętrze, produkty, zespół).

Status : ☐

Pytania:

- ✔ Czy dodałem profesjonalne logo, które od razu identyfikuje firmę
- ✔ Czy są zdjęcia wnętrza, aby klient mógł łatwo rozpoznać lokal?
- ✔ Czy zamieściłem zdjęcia zespołu lub produktów, które budują zaufanie?

Sugestie:

- ✔ Postaw na autentyczne, wysokiej jakości fotografie – stockowe zdjęcia mogą wyglądać sztucznie i obniżać wiarygodność.

Notatki: