

Checklista Zaawansowana

Pozycjonowanie Wizytówki Google

(Skorzystaj z naszej checklisty, aby nic nie przeoczyć.

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

Cel: Zbudować trwałą przewagę konkurencyjną w lokalnych wynikach Google poprzez strategię kompleksowego pozycjonowania wizytówki, aktywność klientów i spójność informacji w internecie.

1. Opis firmy i posty są unikalne

Status ☒ : ☐

Pytania:

- ✓ Czy opis wizytówki różni się od tekstów na stronie internetowej
- ✓ Czy zawiera lokalne słowa kluczowe i wyróżnia korzyści dla klienta?
- ✓ Czy posty są regularne i wartościowe dla użytkowników?

Sugestie:

- ✓ Twórz krótkie, angażujące posty o promocjach, wydarzeniach lub ciekawostkach z branży.
- ✓ W opisie używaj naturalnych słów kluczowych, np. „serwis kotłów gazowych w Krakowie”.
- ✓ Nie kopiuj treści ze strony – Google premiuje unikalność.

Notatki:

2. Zbieram regularnie nowe, szczegółowe opinie od klientów

Status : ☐

Pytania:

- ✓ Czy opinie zawierają szczegóły dotyczące usług lub produktów?
- ✓ Czy odpowiadasz na wszystkie opinie, również negatywne?
- ✓ Czy zachęcasz klientów do pozostawienia recenzji po każdej transakcji?

Sugestie:

- ✓ Wysyłaj krótkie prośby o opinię po zakupie lub realizacji usługi.
- ✓ Odpowiadaj na recenzje szybko i profesjonalnie, pokazując troskę o klienta.
- ✓ Staraj się zbierać opinie systematycznie – przynajmniej kilka miesięcznie.

Notatki:

3. Dbam o spójność danych NAP w całym internecie

Status  : ☐

Pytania:

- ✔ Czy nazwa, adres i numer telefonu są identyczne na wizytówce, stronie i w katalogach?
- ✔ Czy zmiany w wizytówce zostały uwzględnione w innych źródłach online?

Sugestie:

- ✔ Stwórz listę wszystkich miejsc, w których firma jest wymieniona online.
- ✔ Regularnie weryfikuj katalogi branżowe i media lokalne pod kątem spójności danych.
- ✔ Ustal standardowy format danych (np. numer telefonu +48 xxx xxx xxx).

Notatki:

4. Linkuję wizytówkę do dobrze zoptymalizowanej strony www

Status : ☐

Pytania:

- ✓ Czy strona zawiera lokalne słowa kluczowe i informacje kontaktowe?
- ✓ Czy wizytówka prowadzi użytkowników bezpośrednio do odpowiednich podstron (np. usługowych)?

Sugestie:

- ✓ W treściach strony umieszczaj lokalne frazy (np. miasto, dzielnica).
- ✓ Upewnij się, że link w wizytówce jest aktywny i prowadzi do strony zoptymalizowanej pod SEO lokalne.
- ✓ Rozważ dodanie prostego formularza kontaktowego lub CTA w miejscu docelowym.

Notatki:

5. Buduję lokalne linki i cytowania

Status  : ☐

Pytania:

- ✔ Czy firma jest wymieniona w lokalnych katalogach i mediach branżowych?
- ✔ Czy linki lub cytowania zawierają dokładne dane NAP?

Sugestie:

- ✔ Dodawaj firmę do lokalnych katalogów i portali tematycznych.
- ✔ Szukaj możliwości współpracy z lokalnymi mediami – artykuły, wywiady, wpisy sponsorowane.
- ✔ Dbaj, aby linki i cytowania były naturalne i wiarygodne.

Notatki:

6. Monitoruję konkurencję i aktualizuję treści

Status ☒ : ☐

Pytania:

- ✓ Czy wiesz, jakie działania prowadzi konkurencja w wizytówkach Google?
- ✓ Czy regularnie aktualizujesz opisy, zdjęcia i posty w odpowiedzi na trendy i potrzeby klientów?

Sugestie:

- ✓ Analizuj wizytówki konkurencji co miesiąc – zwracaj uwagę na liczbę opinii, zdjęcia i posty.
- ✓ Utrzymuj własne treści świeże i wyróżniające się.
- ✓ Testuj różne formy postów, zdjęć i CTA, aby sprawdzić, co przynosi największą aktywność użytkowników.

Notatki: