

## 5 elementów prawidłowo przygotowanej i bezpiecznej wizytówki Google

### 1. Twoja firma posiada fizyczną lokalizację i/lub dojeżdża do klientów

Upewnij się, że firma spełnia warunki Google - [link](#). Dzięki temu, unikniesz ryzyka zawieszenia wizytówki i usunięcia jej z wyszukiwarki oraz Map Google.

### 2. Zabezpieczyłeś konto Google przed utratą dostępu

Podłącz wizytówkę pod zabezpieczone konto Google. Wykorzystaj w tym celu Twój firmowy adres e-mail (opcja nr 1) lub konto z końcówką @gmail.com (opcja nr 2).

- Opcja nr 1 - by stworzyć konto Google wykorzystujące Twój firmowy adres e-mail (np. [kontakt@nazwafirmy.pl](mailto:kontakt@nazwafirmy.pl)) wejdź na stronę - [link](#) - uzupełnij pola z imieniem i nazwiskiem i kliknij na **Zamiast tego użyj mojego obecnego adresu e-mail**. Dalej ustal hasło i podążaj za krokami na ekranie.
- Opcja nr 2 – wykorzystaj już posiadane konto Google z końcówką @gmail.com (korzystałeś z niego do tej pory do zarządzania innymi usługami Google, np. Gmail, Google Analytics, Google Ads czy Google Search Console).

### Ważne!

Hasło do konta Google można zapomnieć (tyle ich jest). Ważne jest natomiast to, byś mógł łatwo i szybko je przywrócić (tym samym odzyskując dostęp do wszystkich usług Google, które są do niego podłączone). W tym celu:

- A. Wejdź na stronę <https://myaccount.google.com/security> i upewnij się, że jesteś zalogowany na właściwe konto Google (najedź myszką na okrągłe zdjęcie lub literkę w prawym górnym rogu ekranu, by zobaczyć adres e-mail konta Google na które jesteś aktualnie zalogowany).
- B. W części **Jak weryfikujemy Twoją tożsamość** uzupełnij lub uaktualnij **Pomocniczy numer telefonu** oraz **Pomocniczy adres e-mail**. Podaj numer telefonu i adres e-mail do których masz dostęp. Będą pomocne w sytuacji kiedy zapomnisz hasła – Google wyśle na Twój numer telefonu lub adres e-mail kod resetujący.

### 3. Jesteś głównym właścicielem wizytówki Google

Jeśli jesteś właścicielem swojej firmy, powinieneś być również właścicielem wszystkich usług internetowych z których korzysta Twoja firma. W tym także wizytówki Google. Upewnij się, że jesteś **głównym właścicielem** Twojej wizytówki Google:

- A. Wejdź na stronę [https://www.google.com/intl/pl\\_pl/business/](https://www.google.com/intl/pl_pl/business/)
- B. Zaloguj się na konto Google, które zarządza wizytówką.
- C. W panelu Google Moja Firma przejdź do zakładki **Użytkownicy** (w menu po lewej stronie ekranu).
- D. Upewnij się, że Twoje konto na samej górze listy posiada rolę **Główny właściciel**. Jeśli inna osoba z listy posiada takie uprawnienia, poproś ją o przeniesienie praw własności na Twoje konto Google. Wskazówka – adres e-mail tej osoby możesz sprawdzić poprzez najechanie kursorem myszki na jej nazwę konta Google.

### 4. Na wizytówce zamieściłeś spójne i aktualne dane

Dane w zakładce **Informacje** w panelu Moja Firma są **prawdziwe, aktualne i spójne** z informacjami zamieszczonymi w innych miejscach w internecie (na Twojej stronie internetowej, fanpage'u na Facebooku, wizytówce w Panoramie Firm itd.). Zwróć uwagę na poniższe elementy na wizytówce Google:

- nazwa firmy odzwierciedla nazwę z rzeczywistości (np. *Salon fryzjerski Szalone Nożyczki*),
- kategoria podstawowa określa główny profil działalności, a kategorie dodatkowe uzupełniają tylko ten rodzaj usług, które rzeczywiście świadczysz,
- adres zawiera dokładną nazwę ulicy, numer lokalu oraz kod pocztowy i miejscowość,
- znacznik wskazuje prawidłową lokalizację firmy,
- numer telefonu jest aktualny (najlepiej stacjonarny),
- ustawiłeś dni i godziny otwarcia,
- ustawiłeś niestandardowe dni i godziny otwarcia, w których Twoja firma pracuje inaczej lub w ogóle jest zamknięta,
- ustawiłeś krótką nazwę dla firmy,
- umieściłeś link do głównej strony internetowej (jeśli strona posiada certyfikat ssl, adres rozpoczyna się od *https://*)
- zaznaczyłeś atrybuty, które dostarczają dodatkowych informacji na temat Twojej firmy (np. możliwość płatności kartą, wejście dla osób na wózkach inwalidzkich, firmowy parking).
- zamieściłeś opis firmy zachęcający do skorzystania z oferty Twojej firmy i wykonania konkretnej akcji (wejścia na stronę, odwiedzenia siedziby, czy wykonania połączenia telefonicznego),
- podałeś datę otwarcia firmy,

## Pierwszy na Mapie

- wstawiłeś logo firmy oraz aktualne zdjęcia lokalu z zewnątrz, wewnątrz oraz zdjęcia prezentujące zespół oraz ofertę,
- uzupełniłeś zakładkę z usługami i produktami.

### 5. Budujesz i wzmacniasz reputację Twojej marki na wizytówce Google

Klienci patrzą na opinie o firmie w internecie, zanim dokonają zakupu. Zaczynij budować oraz wzmacniać reputację Twojej marki na wizytówce Google:

- dbaj o klientów i dostarczaj produkty i usługi na dobrym poziomie,
- proś zadowolonych klientów o wystawienie recenzji na wizytówce Google,
- odpisuj na każdą otrzymaną opinię w ciągu kilku dni (najlepiej w ciągu 48 godzin),
- pozyskuj opinie w sposób ciągły, a nie „hurtowy” – opinie pojawiają się wraz z obsłużonymi klientami,
- jeśli nie posiadasz na wizytówce Google żadnej recenzji lub jest ich mniej niż 5, zbierz na początku minimum 10 opinii,
- wykorzystaj opinie Google na swojej stronie internetowej ([link](#)).

Przydatne artykuły na temat opinii Google:

<https://www.pierwszynamapie.pl/category/opinie-google/>

**Powodzenia!**



Seweryn Pietrucha

Specjalista ds. marketingu lokalnego w Google  
Blogger w Pierwszy na Mapie

[www.pierwszynamapie.pl](http://www.pierwszynamapie.pl)

Linkedin: <https://www.linkedin.com/in/sewerynpietrucha/>