

Checklist zdarma: kompletní nastavení Google firemního profilu

Všechny položky profilu na jednom místě, ať na nic nezapomenete.

- ☐ Zkontrolujte, jestli profil už neexistuje. Google si často zakládá záznamy sám z veřejných zdrojů. Vyhledejte název firmy — když záznam najdete, nezakládejte nový, ale požádejte o převzetí správy.
- ☐ Vyberte správný typ. Buď máte provozovnu, kam zákazníci chodí, nebo za nimi jezdíte. Když jezdíte, adresu skryjete a místo ní vyplníte oblast působnosti.
- ☐ Projděte ověřením. Nejčastěji pohlednicí s kódem na adresu, u některých oborů videohovorem nebo natočením videa. Bez ověření se profil ve výsledcích neukáže.
- ☐ Hlavní kategorie. jednotlivě nejdůležitější položka celého profilu. Vybírejte tu nejpresnější, ne nejobecnější. „Pokrývač“ funguje líp než „Stavební firma“, pokud děláte střechy.
- ☐ Vedlejší kategorie. přidejte jen ty, které skutečně děláte. Nabalování kategorií „pro jistotu“ hlavní kategorii oslabuje.
- ☐ Oblast působnosti. vyjmenujte konkrétní obce a městské části. Nastavit celý kraj vypadá lákavě, ale relevance klesá.
- ☐ Otevírací doba. včetně svátků. Zavřeno o svátku, které Google ukáže jako otevřeno, znamená naštvaného zákazníka a horší recenzi.
- ☐ Služby s popisy. vypište je jednotlivě. Je to prostor, kde můžete přirozeně použít slova, která zákazníci hledají.
- ☐ Fotky. vlastní, ne z fotobanky. Realizace, tým, vozidlo, provozovna. Profily s fotkami působí důvěryhodněji a lidé je otevírají častěji.
- ☐ Odkaz na web. ideálně na stránku odpovídající tomu, co profil nabízí, ne vždy na homepage.

Celý rozbor najdete na stránce [Google firemní profil: návod pro malé firmy](#).
