

Checklist zdarma: co musí mít web lokální služby

Univerzální přehled pro obor, kde rozhoduje rychlost a dostupnost.

- ☐ Hledá se na mobilu a spěchá se. Rozbitá sekačka, ucpaný odpad, neposekaná zahrada před návštěvou — málokdo si na to udělá čas u počítače.
- ☐ Hledá se s názvem místa. „Údržba zahrad + město“ je typický dotaz. Kdo město na webu nemá, ve výsledcích nefiguruje.
- ☐ Rozhodují mapy a recenze. Velká část lidí neklikne na web, ale na profil v mapách — a volá přímo odtud.
- ☐ Volá se, nepíše se. Formulář je doplněk. Hlavní akce je telefon, dostupný jedním klepnutím.
- ☐ Google firemní profil napojený na web. nastavím ho, doplním fotky, otevírací dobu a oblast působnosti. U lokálních služeb je to často důležitější než web samotný.
- ☐ Jmenovitě uvedená místa. konkrétní města a obce, kam jezdíte, ne obecné „okolí“.
- ☐ Alespoň orientační ceny. když chybí, velká část lidí raději zavolá konkurenci, která je uvádí.
- ☐ Recenze na webu. ne jen hvězdičky, ale i text a jméno.
- ☐ Telefon jako hlavní akce. viditelný na každé stránce, na mobilu vytáčitelný klepnutím.
- ☐ Řešení sezónnosti. jinou službu prodáváte v dubnu a jinou v listopadu. Web musí jít snadno přepnout.

Celý rozbor najdete na stránce [Web pro lokální služby](#).
