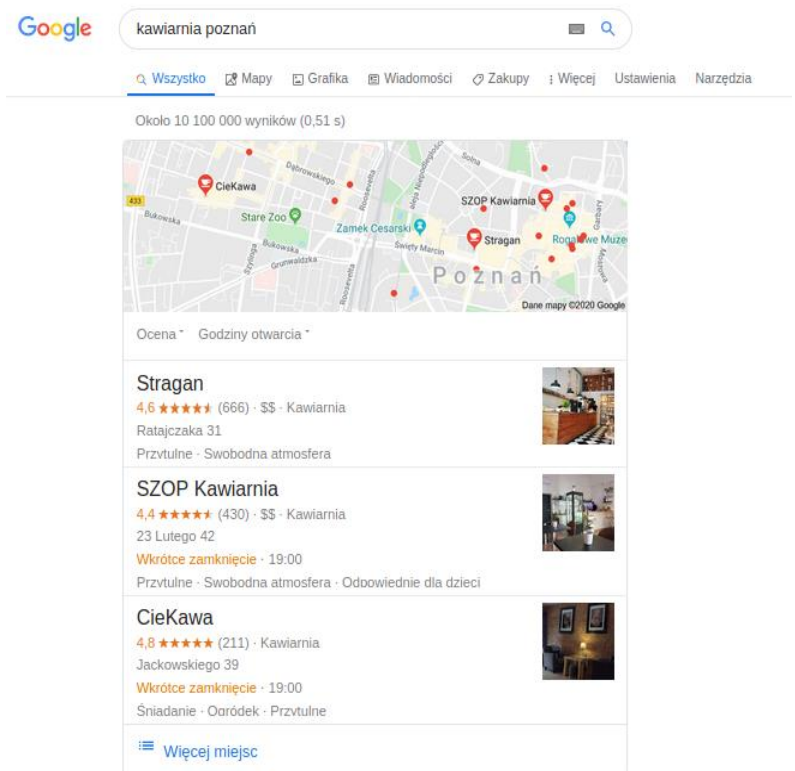


## Jak dodać stronę do Google Moja Firma?

Zakładasz firmową stronę www. Postanawiasz publikować zdjęcia i ciekawe posty na Facebooku. Czy jest jeszcze coś, co możesz zrobić, aby wypromować swoją firmę w sieci? Jak najbardziej! By dać się poznać potencjalnym klientom, pozostać w kontakcie z tymi obecnymi i ułatwić dotarcie do Ciebie, załóż wizytówkę Google Moja Firma! Nie obawiaj się – nie musisz być specjalistą IT, żeby to zrobić. W tym artykule pokażemy Ci, jak powstaje taka wizytówka i jakie korzyści odniesiesz, decydując się na jej stworzenie. Zapraszamy do lektury!

### Dlaczego warto znaleźć się w Google Moja Firma?

Masz już swoją witrynę internetową. Działasz również w mediach społecznościowych. Czy zatem wizytówka Google jest Ci w ogóle potrzebna? Do czego może się ona przydać? Cóż – powodów, aby ją założyć, jest kilka. Po pierwsze, dopracowana wizytówka poprawi rozpoznawalność Twojej firmy. Jak? Wyobraź sobie, że prowadzisz kawiarnię. Pewna osoba z Poznania szuka miejsca, do którego może wybrać się ze znajomymi. Wpisuje w wyszukiwarkę frazę „kawiarnia poznań”. Pierwsze trzy wyniki, widoczne zaraz pod mapką, to właśnie trzy wizytówki takich miejsc. Zainteresowany od razu widzi ich lokalizację, najważniejsze cechy (np. dostępność śniadań lub przytulność kawiarni) i ocenę klientów. Jest więc spora szansa, że wybierze któryś z tych lokali.



The screenshot shows a Google search for "kawiarnia poznań". The search results include a map of Poznań with several coffee shop locations marked. Below the map, three business listings are displayed:

- Stragan**: 4,6 ★★★★★ (666) - \$\$ - Kawiarnia, Ratajczaka 31, Prztulne - Swobodna atmosfera
- SZOP Kawiarnia**: 4,4 ★★★★★ (430) - \$\$ - Kawiarnia, 23 Lutego 42, Wkrótcie zamknięcie - 19:00, Prztulne - Swobodna atmosfera - Odoowiednie dla dzieci
- CieKawa**: 4,8 ★★★★★ (211) - Kawiarnia, Jackowskiego 39, Wkrótcie zamknięcie - 19:00, Śniadanie - Oaródek - Prztulne

A "Więcej miejsc" link is visible at the bottom of the listings.

### Ponadto wizytówka w Google Moja Firma (GMF):

- jest bezpłatna,
- stanowi dopełnienie działań pozycjonerskich, wspierając m.in. pozycjonowanie lokalne,
- umożliwia profesjonalne zaprezentowanie Twojej oferty potencjalnym zainteresowanym,
- ułatwia interakcję z klientami, np. dzięki podaniu danych kontaktowych lub poprzez odpowiadanie na opinie,
- sprawia, że zainteresowane Twoją firmą osoby mogą łatwiej trafić do jej siedziby lub oddziału.

Jak widzisz, korzyści jest całkiem sporo. Nie ma sensu zwlekać – warto już dziś zabrać się za przygotowywanie takiej **wizytówki**. Poniżej pokazemy Ci, jak to zrobić!

### Tworzenie konta: jaki mail podawać?

Aby założyć wizytówkę, należy wejść na stronę [Google Moja Firma](#) i zarejestrować się na niej. Można to zrobić, logując się poprzez posiadane już konto na Gmail. To spore ułatwienie, pozwalające z poziomu jednego konta zarządzać nie tylko wizytówką, ale też np. danymi z Google Analytics czy też Google Search Console. Wróćmy jednak do naszej wirtualnej wizytówki. Niejedna osoba zastanawia się, jaki adres e-mail podać przy zakładaniu profilu firmy. Którym mailem się logować? Podpowiadamy: najlepiej, aby nie był to prywatny adres.

Nie ma konieczności zakładania konta gmail, równie dobrze możemy użyć dowolnego adresu, którego jesteśmy właścicielem.

Dodatkową ciekawostką dla firm może okazać się skorzystanie z usługi G Suite, istnieje możliwość podłączenia do usług Google swojej firmowej domeny i zarządzanie pocztą firmową z poziomu pakietu usług Google. Taki pakiet ułatwia współpracę w firmie i dzielenie się zasobami.

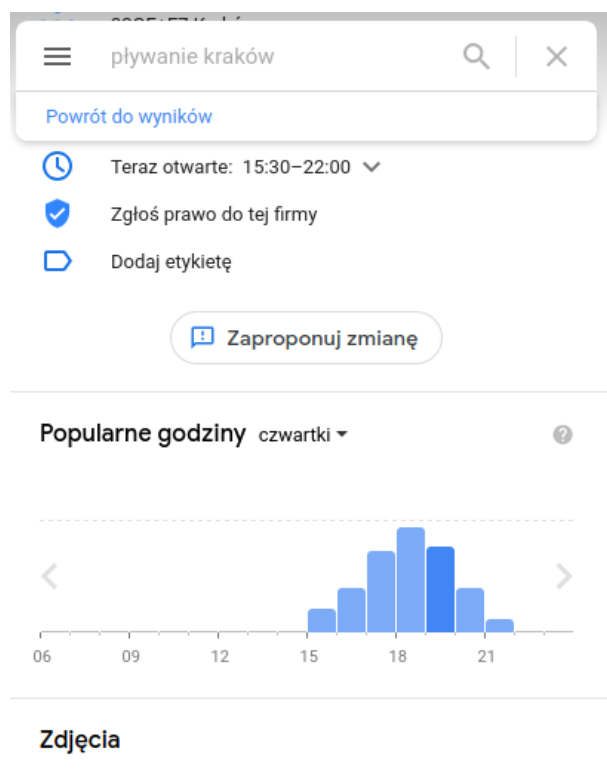
Zarejestrowaną wizytówkę dzięki możliwości przypisania ról możemy udostępnić dalej, np. pracownikowi z działu marketingu, który zadba o świeżość publikowanych informacji.

## Wizytówka już istnieje: co robić?

Czasami osoba, która chce założyć wizytówkę w GMF, zauważa, że profil firmy już istnieje – np. jest widoczny w Mapach Google. Co to oznacza i co zrobić w takiej sytuacji?

Sprawa jest prosta. Może okazać się, że poprzedni właściciel utworzył już jej profil. Często jest to również sygnał, że dotychczas ktoś inny, z innego adresu e-mail, zarządzał stroną-wizytówką. Bywa, że firmy zlecają pracę nad swoimi danymi w sieci podmiotom zewnętrznym, np. agencjom interaktywnym albo specjalistom SEO/SEM. Nie ma więc powodu do obaw. Zawsze można zapytać u źródła, czyli dowiedzieć się od właściciela, jak wygląda sprawa takiej wizytówki w sieci. Warto też wiedzieć, że niekiedy dane, wyświetlane w Mapach Google, pobierane są z innych źródeł – jak chociażby z firmowej strony WWW.

Jak zatem postąpić, gdy z jakiegoś powodu zachodzi konieczność przejęcia odpowiedzialności za istniejący już profil? Po znalezieniu przedsiębiorstwa i wyszczególnieniu informacji o nim należy kliknąć opcję „Zgłoś prawo do tej firmy”.



Po kliknięciu pojawi się okno, w którym da się wybrać opcję „Zarządzam”. W dalszym etapie nastąpi weryfikacja. Jest to proces, który należy przejść zarówno w przypadku chęci zarządzania gotową już wizytówką, jak i podczas zakładania nowego profilu. Więcej o weryfikacji przeczytasz w dalszej części artykułu.

## Dane do założenia wizytówki

Zastanawiasz się zapewne, jakie informacje należy podać, aby móc założyć profil firmowy w Google. Już tłumaczymy! Otóż po zalogowaniu się i podaniu nazwy swojej firmy, zobaczysz prosty kreator. Przeprowadzi Cię on przez kolejne etapy zakładania wizytówki. Zostaniesz poproszony o podanie m.in.:

- kategorii, obejmującej Twoją firmową działalność – np. obsługa ślubów, sklep meblowy czy agencja reklamowa,
- lokalizacji Twojego biura/placówki (opcjonalnie), aby móc pokazywać ją w Mapach Google,
- rejonów, w jakich świadczysz swoje usługi lub sprzedajesz produkty (miasta, dzielnice itd.),
- numeru telefonu,
- adresu strony internetowej.

Google Moja Firma

← Czy chcesz dodać lokalizację, którą klienci mogą odwiedzić, np. sklep lub biuro?

Ta lokalizacja wyświetli się w wyszukiwarce i Mapach Google klientom, którzy będą szukać Twojej firmy.

Tak

Nie

Dalej

Grupa TENSE Polska sp. z o.o. sp. k.  
ul. Wolsztyńska 7/3  
60-361 Poznań

NIP: 5272880176  
KRS: 0000767411  
REGON: 382400887

[www.grupa-tense.pl](http://www.grupa-tense.pl)

tel: +48 61 866 77 27  
biuro@grupatense.pl



Warto uzupełnić te dane i upewnić się, że wszystko zostało wpisane poprawnie. Dzięki temu potencjalni klienci będą mogli skomunikować się z Tobą na kilka sposobów!

## Wizytówka w Google Moja Firma – weryfikacja

Aby gotowa wizytówka przyczyniła się do wzrostu popularności Twojej firmy, trzeba ją jeszcze zweryfikować. Proces ten ma na celu zadbanie o dokładność wpisywanych danych. Google dba o to, aby podawane informacje były zgodne ze stanem rzeczywistym i nie wprowadzały odbiorców w błąd.

Weryfikacji można dokonać zaraz po założeniu profilu. Najlepiej, idąc za ciosem, zrobić to od razu. Dlaczego? Najczęściej stosowany sposób weryfikacji to opcja pocztowa. Polega ona na tym, że na podany adres firmowy wysyłana jest pocztówka ze specjalnym, 5-cyfrowym kodem. Czas oczekiwania na kartkę trwa zazwyczaj dwa tygodnie. Po otrzymaniu kodu należy podać go na swoim koncie i zatwierdzić.

Niektóre firmy mają możliwość zweryfikowania wizytówki w inny sposób. Może się okazać, że po podaniu niezbędnych informacji pojawi się u Ciebie opcja weryfikacji:

- mailowej,
- telefonicznej,
- natychmiastowej (gdy np. masz już zatwierdzone konto w Google Search Console),
- zbiorczej, gdy istnieje sporo lokalizacji firmy (liczne oddziały i placówki).

Więcej o tym, jak przebiega weryfikacja wizytówki, przeczytasz w [pomocy Google](#).

## Aktualizowanie danych i zarządzanie wizytówką

Konto już założone, weryfikacja przebiegła pomyślnie. Czy zatem wszystko gotowe? Niekoniecznie. Warto dbać o to, aby wizytówka była zawsze aktualna. Dobrze jest zastanowić się, kto ma mieć do niej dostęp i jakie osoby będą w stanie wprowadzać w niej ewentualne zmiany.

## Modyfikowanie wizytówki

Raz stworzony profil firmowy w Google powinien co pewien czas być sprawdzany pod kątem poprawności wszelkich danych. Chodzi o takie informacje jak godziny otwarcia biura/lokalu czy też dane kontaktowe. Muszą one być spójne we wszystkich miejscach w sieci, w których istnieje Twoja firma. Gdy bowiem klient zobaczy inne godziny pracy na Facebooku, a inne w Google – będzie zdezorientowany. Wówczas albo zrezygnuje z wizyty, albo będzie zmuszony dzwonić i dopytywać się o tę kwestię.

Ponadto warto co pewien czas zaktualizować fotografie – zwłaszcza gdy nastąpiły większe zmiany wizualne. Wiele osób, zakładających firmowe wizytówki, korzysta także z możliwości przygotowania dla internautów spaceru wirtualnego. Opcja ta pozwala zobaczyć np. daną restaurację czy kawiarnię w środku, bez wychodzenia z domu i fizycznego zaglądnienia do niej.

## Firma w Google: kto odpowiada za jej profil?

Okazuje się, że zarządzać wizytówką może nie tylko ten, kto ją założył. Właściciel wizytówki ma bowiem prawo wyznaczyć dodatkowe osoby, odpowiedzialne chociażby za odpowiadanie na opinie czy zamieszczanie nowych zdjęć. Google pozwala na wyznaczenie takich osób w trzech stopniach uprawnień:

1. Właściciel – może tu być jeden główny zarządca oraz kilku innych. Mają oni jednakowe możliwości, jeśli chodzi o edycję wizytówki.
2. Menedżer – ma spore pole manewru, ale nie może np. usunąć całego profilu firmy.
3. Menedżer lokalizacji – osoba o znacznie mniejszych uprawnieniach w zakresie edycji wizytówki, ale mająca dostęp do niektórych funkcji.

