

Ghiduri pentru reprezentarea afacerii dumneavoastră pe Google

Dacă afacerea dumneavoastră are o locație fizică pe care clienții o pot vizita sau călătoriți la clienții acolo unde se află ei, puteți crea un Profil de Afaceri pe Google. Pentru a vă asigura că profilul dumneavoastră de afaceri nu va fi suspendat, vă solicităm să:

- Evitați conținutul și comportamentul interzis. Aceste politici se aplică tuturor conținuturilor profilului dumneavoastră de afaceri.
- Reflectați cu acuratețe afacerea dumneavoastră.
- Respectați liniile directoare ale produsului descrise în acest articol.
- Înțelegeți liniile directoare de bază.

Pentru a menține informații de înaltă calitate pe Google, urmați această listă de ghiduri pentru afacerile locale. Aceste liniile directoare vă pot ajuta să evitați problemele comune, inclusiv modificările informațiilor dumneavoastră sau, în unele cazuri, eliminarea informațiilor despre afacerea dumneavoastră de pe Google.

Pentru cele mai bune rezultate în gestionarea Profilului dumneavoastră de Afaceri:

- Reprezentați afacerea dumneavoastră așa cum este recunoscută și reprezentată în mod constant în lumea reală, prin semnalistică, papetărie și alte elemente de branding.
- Asigurați-vă că adresa și/sau zona de serviciu sunt precise și corecte.
- Alegeți cel mai mic număr de categorii necesare pentru a descrie activitatea principală a afacerii dumneavoastră.
- Ar trebui să existe un singur profil per afacere, deoarece acest lucru poate cauza probleme în modul în care informațiile dumneavoastră sunt afișate pe Google Maps și Search.

Descrierea Afacerii

Utilizați câmpul de descriere a afacerii pentru a oferi informații utile despre serviciile și produsele oferite, precum și despre misiunea și istoria afacerii dumneavoastră. Ar trebui să fiți deschis și sincer în legătură cu informațiile furnizate, concentrându-vă pe conținutul relevant și util pentru clienții dumneavoastră, pentru a înțelege afacerea dumneavoastră. Conținutul care este irelevant pentru afacerea dumneavoastră sau care nu are o asociere clară cu aceasta nu este permis.

În plus față de liniile noastre directoare generale privind conținutul interzis și restricționat, asigurați-vă că descrierea afacerii dumneavoastră nu:

- Afișează conținut de calitate scăzută, irelevant sau care distrag atenția. De exemplu, greșeli de ortografie, utilizarea gimmicky a caracterelor, balbism, etc.
- Se concentrează pe promoții speciale, prețuri și oferte de vânzare. Exemple de conținut nepermis includ, "Totul la vânzare, -50%" și "Cele mai bune baghete din oraș la 5 dolari!"
- Afișează linkuri. Nu sunt permise linkuri de niciun fel.

Nume

Pentru a ajuta clienții să găsească afacerea dumneavoastră online, reprezentați cu exactitate numele afacerii. Numele ar trebui să reflecte numele real al afacerii dumneavoastră, așa cum este utilizat în mod constant pe fațada magazinului, pe site-ul web, pe materialele de papetărie și așa cum este cunoscut de clienți. Adăugați detalii suplimentare precum adresa, zona de serviciu, orele de funcționare și categoria în alte secțiuni ale informațiilor afacerii dumneavoastră. De exemplu, dacă creați un Profil de Afaceri pentru o cafenea deschisă 24 de ore din centrul orașului San Francisco numită Shelly's Coffee, ar trebui să introduceți informațiile afacerii astfel:

- Numele afacerii: Shelly's Coffee
- Adresa: 3247 Poppy Street, San Francisco, CA 94102
- Ore: Deschis 24 de ore
- Categorie: Cafenea

Includerea de informații inutile în numele afacerii nu este permisă și ar putea duce la suspendarea Profilului dumneavoastră de Afaceri. Consultați exemplele specifice de mai jos pentru a determina ce puteți și ce nu puteți include în numele afacerii.

Exemple de nume de afaceri:

În exemplele de mai jos, numele sau părțile de nume scrise cu italice nu ar fi permise

- 1. Sloganuri de marketing**
 - **Inacceptabil:** TD Bank, America's Most Convenient Bank; GNC Live Well
 - **Acceptabil:** TD Bank; GNC
- 2. Coduri ale magazinelor**
 - **Inacceptabil:** The UPS Store - 2872
 - **Acceptabil:** The UPS Store
- 3. Semne comerciale/înregistrate**
 - **Inacceptabil:** Burger King®
 - **Acceptabil:** Burger King
- 4. Cuvinte scrise complet cu majuscule**
 - **Inacceptabil:** SUBWAY
 - **Acceptabil:** Subway, KFC, IHOP, JCPenney
- 5. Informații despre orele de funcționare**
 - **Inacceptabil:** Regal Pizzeria Open 24 hours; Sears Outlet (Closed)
 - **Acceptabil:** Regal Pizzeria; Sears Outlet
- 6. Numere de telefon sau URL-uri ale site-urilor web**
 - **Inacceptabil:** Airport Direct 1-888-557-8953; webuyanycar.com
 - **Acceptabil:** Airport Direct; 1-800-Got-Junk
- 7. Caractere speciale sau termeni legali irelevanți**
 - **Inacceptabil:** Shell Pay@Pump; Re/Max, LLC; LAZ Parking Ltd; Toys "R" Us
 - **Acceptabil:** Shell; Re/Max; LAZ Parking; H&M; T.J.Maxx
- 8. Informații despre servicii sau produse**
 - **Inacceptabil:** Verizon Wireless 4G LTE; Midas Auto Service Experts
 - **Acceptabil:** Verizon Wireless; Midas; Best Buy Mobile; Advance Auto Parts; JCPenney Portrait Studios
- 9. Informații despre locație**

- **Inacceptabil:** Holiday Inn (I-93 at Exit 2); U.S. Bank ATM - 7th & Pike - Parking Garage Lobby near Elevator; Equinox near SOHO
- **Acceptabil:** Holiday Inn Salem; U.S. Bank ATM; Equinox SOHO; University of California Berkeley

10. Informații despre conținere

- **Inacceptabil:** Chase ATM (in Duane Reade); Apple Store at Stanford Shopping Center; Benefit Brow Bar - Bloomingdales; Sam's Club Tire & Battery (part of Sam's Club)
- **Acceptabil:** Chase ATM; Apple Store; Benefit Brow Bar; Sam's Club Tire & Battery; Geek Squad

Adresă

Utilizați o adresă precisă și exactă și/sau o zonă de serviciu pentru a descrie locația afacerii dumneavoastră. Cutiile poștale sau cutiile de corespondență situate în locații îndepărtate nu sunt acceptabile. Creați Profilul de Afaceri pentru locația dumneavoastră reală, din lumea reală. Numerele de apartament, etajele, numerele clădirilor și așa mai departe pot fi de asemenea incluse. Includeți informații precum intersecțiile și reperele apropiate doar în regiunile unde adresa oficială nu localizează precis afacerea. Dacă trebuie să specificați un număr de cutie poștală sau de apartament:

- Introduceți adresa fizică ca „Linia de adresă 1.”
- Introduceți numărul cutiei poștale sau de apartament ca „Linia de adresă 2.”
- Dacă afacerea dumneavoastră închiriază o adresă poștală fizică, dar nu operează din acea locație, cunoscută și sub numele de birou virtual, acea locație nu este eligibilă pentru un Profil de Afaceri.
- Afacerile nu pot lista un birou într-un spațiu de co-working, cu excepția cazului în care acel birou menține o semnalizare clară, primește clienți la locație în timpul orelor de lucru și este deservit în timpul orelor de lucru de către personalul afacerii.
- Nu includeți informații în liniile de adresă care nu se referă la locația fizică a afacerii, cum ar fi URL-urile sau cuvintele cheie.
- Nu creați mai mult de o pagină pentru fiecare locație a afacerii dumneavoastră, fie într-un singur cont, fie în conturi multiple.
- Practicienii individuali și departamentele din cadrul afacerilor, universităților, spitalelor și clădirilor guvernamentale pot avea pagini separate.
- Afacerile care își arată adresa pe Google ar trebui să mențină o semnalizare fixă permanentă a numelui afacerii la adresă. Dacă adresa dumneavoastră nu are un număr de stradă, sau sistemul nu o poate găsi, puteți plasa locația afacerii direct pe hartă.
- Afacerile în zona de serviciu, sau afacerile care deservește clienți la locațiile lor, ar trebui să aibă un singur profil pentru biroul central sau locația cu o zonă de serviciu desemnată.
- Afacerile în zona de serviciu nu pot lista un „birou virtual” decât dacă acel birou este deservit în timpul orelor de lucru.
- Unele afaceri, cum ar fi atelierile auto care au un garaj pentru reparații și oferă servicii pe marginea drumului, sunt afaceri hibride în zona de serviciu. Aceste afaceri pot arăta adresa lor și pot desemna o zonă de serviciu pe Profilul lor de Afaceri. Dacă deserviți clienți la adresa dumneavoastră și doriți să setați o zonă de serviciu, locația afacerii

dumneavoastră ar trebui să fie deservită de echipa dumneavoastră și să fie capabilă să primească clienți în timpul orelor de lucru declarate.

- Google determină cel mai bine cum să afișeze adresa afacerii dumneavoastră pe baza informațiilor despre afacere și a informațiilor din alte surse.
- **Afaceri cu fațadă versus afaceri în zona de serviciu** Dacă afacerea dumneavoastră nu are o fațadă cu semnalizare clară, dar călătorește la clienți la locațiile lor fizice, aveți voie un singur Profil de Afaceri în zona de serviciu.
- Dacă aveți locații diferite pentru afacerea dumneavoastră de servicii, cu zone de serviciu separate și personal separat la fiecare locație, aveți voie câte un profil pentru fiecare locație.
- Nu puteți seta zona dumneavoastră de serviciu ca o distanță în jurul afacerii dumneavoastră. Dacă ați configurat anterior zona de serviciu în acest mod, nu o puteți edita. În schimb, trebuie să specificați zona de serviciu prin oraș, cod poștal sau alt tip de zonă.

Țineți cont de următoarele:

- Puteți avea până la 20 de zone de serviciu.
- Limitele zonei dumneavoastră generale nu ar trebui să se extindă la mai mult de aproximativ 2 ore de timp de conducere de la locul unde este bazată afacerea dumneavoastră.

Dacă schimbați tipul afacerii dumneavoastră de la un magazin cu fațadă la o afacere în zona de serviciu sau o afacere hibridă, țineți cont de următoarele:

- Dacă deserviți clienți la adresa afacerii dumneavoastră și aveți, de asemenea, o zonă de serviciu: Introduceți atât adresa cât și zona de serviciu.
- Dacă nu deserviți clienți la adresa afacerii dumneavoastră: Goliți câmpul adresei și introduceți doar zona de serviciu.

Website și telefon

Furnizați un număr de telefon care să se conecteze la locația individuală a afacerii dumneavoastră sau furnizați un site web care să reprezinte locația individuală a afacerii.

Utilizați un număr de telefon local în loc de un număr central de asistență telefonică ori de câte ori este posibil. Nu furnizați numere de telefon sau URL-uri care redirectionează sau „referă” utilizatorii către pagini de aterizare sau numere de telefon care nu sunt cele ale afacerii reale, inclusiv pagini create pe site-uri de socializare. Numărul de telefon trebuie să fie sub controlul direct al afacerii. Pot fi utilizate numere de telefon suplimentare pe site-urile Google Business Profile și alte suprafețe locale. Numerele de telefon cu tarif premium nu sunt permise. Aceste numere de telefon taxează apelantul cu tarife ridicate.

Orele de funcționare

Furnizați orele regulate de funcționare orientate către clienți. Dacă este cazul, puteți utiliza orele sezoniere curente ca ore obișnuite. De asemenea, puteți specifica ore speciale pentru zile particulare, cum ar fi sărbătorile sau evenimentele speciale.

Anumite tipuri de afaceri nu ar trebui să furnizeze ore, inclusiv acelea cu ore variate (cum ar fi programele pentru diferite tipuri de activități, inclusiv orele de spectacol, serviciile religioase sau clasele) și acelea care funcționează doar pe bază de programare. Exemple de afaceri care nu ar trebui să furnizeze ore includ, dar nu se limitează la:

- Cazare în spații interioare, cum ar fi: hoteluri, moteluri și clădiri de apartamente/complexe
- Școli și universități
- Cinematografe
- Servicii de transport și aeroporturi
- Locații pentru evenimente și caracteristici naturale

Dacă afacerea dumneavoastră are departamente, furnizați orele de funcționare pentru fiecare departament pe Profilul de Afaceri separat al aceluia departament și furnizați orele de funcționare pentru afacerea principală pe Profilul de Afaceri principal. Aflați despre departamente.

Seturi de ore

Dacă afacerea dumneavoastră are mai multe seturi de ore, consultați aceste linii directoare pentru industrii specifice:

- Dealeri auto: Utilizați orele de vânzare a mașinilor. Dacă orele pentru vânzările de mașini noi și cele second-hand diferă, utilizați orele pentru vânzările de mașini noi.
- Stații de benzină: Utilizați orele pentru pompele de benzină.
- Restaurante: Utilizați orele când clienții pot sta la masă și pot lua masa în restaurantul dumneavoastră. Altfel, utilizați orele pentru takeout. Dacă niciuna dintre aceste opțiuni nu este posibilă, utilizați orele pentru drive-through sau, ca ultimă soluție, orele pentru livrare.
- Facilități de depozitare: Utilizați orele de birou. Altfel, utilizați orele porții principale.

Pentru a evidenția timpurile pentru servicii specifice, puteți seta și Mai multe ore. În general, ar trebui să setați Mai multe ore ca un subset al orelor principale.

Orele sezoniere Dacă afacerea dumneavoastră are ore sezoniere, utilizați următoarele linii directoare:

- În timpul sezonului când afacerea dumneavoastră este deschisă, setați orele regulate de funcționare. Puteți seta ore speciale pentru sărbători, închideri temporare sau alte evenimente.
- De asemenea, puteți indica faptul că afacerea dumneavoastră este deschisă doar pentru o perioadă sezonieră specifică în descrierea afacerii.
- În afara sezonului, puteți marca afacerea dumneavoastră ca fiind temporar închisă.
- Setați orele regulate de funcționare ale afacerii dumneavoastră când afacerea se redeschide.

Categorii Categoriile ajută clienții să găsească rezultate precise și specifice pentru serviciile care îi interesează. Pentru a păstra informațiile afacerii dumneavoastră precise și actualizate, asigurați-vă că:

- Utilizați cât mai puține categorii posibil pentru a descrie activitatea principală a afacerii dumneavoastră din lista furnizată.
- Alegeți categorii cât mai specifice posibil, dar care să reprezinte afacerea principală.
- Nu folosiți categoriile doar ca cuvinte cheie sau pentru a descrie atributele afacerii dumneavoastră.
- Nu folosiți categorii care se aplică altor afaceri care sunt în apropiere sau legate, cum ar fi o afacere fizic situată în interiorul afacerii dumneavoastră sau o entitate care conține afacerea dumneavoastră.

Selectați categoria

- Alegeți categorii care completează afirmația: "Această afacere ESTE" mai degrabă decât "această afacere ARE". Scopul este de a descrie afacerea dumneavoastră în mod holistic, nu doar o listă a tuturor serviciilor pe care le oferă, produselor pe care le vinde sau facilităților pe care le prezintă.
- Concentrați-vă în principal pe adăugarea celor mai specifice categorii pentru afacerea dumneavoastră; noi vom face restul în culise. De exemplu, când selectați o categorie specifică, cum ar fi "Complex de golf", Google include implicit categorii mai generale, cum ar fi "Hotel de vacanță", "Hotel" și "Teren de golf". Puteți sări peste adăugarea oricărei categorii care pare redundantă cu o categorie mai specifică pe care ați selectat-o. Dacă nu găsiți o categorie potrivită pentru afacerea dumneavoastră, alegeți una mai generală. Google poate, de asemenea, să detecteze informații despre categorii de pe site-ul dumneavoastră web și din mențiuni despre afacerea dumneavoastră în întreaga rețea.

Scenarii

- **Categorie corectă**
- **Categorie incorectă**
 - "Papa John's" oferă pizza la pachet și livrare, dar nu oferă servicii de luat masa la fața locului.
 - Livrare Pizza
 - Restaurant de Livrări
 - "Navy Federal Credit Union"
 - Credit Union Federal
 - Bancă
 - "Super 8" este un motel cu piscină la fața locului.
 - Motel
 - Hotel
 - "24-Hour Fitness"
 - Club de Sănătate
 - Sală de Fitness

Dacă afacerea dumneavoastră conține o altă afacere pe care organizația dumneavoastră nu o deține și nu o operează, utilizați doar categorii care reprezintă afacerea dumneavoastră.

- Exemple:
 - "Starbucks" funcționează în interiorul "Barnes and Nobles."
 - Categorie "Starbucks": "Cafenea"
 - Categorie "Barnes and Nobles": "Librărie." Nu ar trebui să adauge "Cafenea" ca categorie.
 - "Cardtronics ATM" funcționează în interiorul "7-Eleven."
 - Categorie "Cardtronics ATM": "ATM"
 - Categorie "7-Eleven": "Magazin de Conveniență." Nu ar trebui să adauge "ATM" ca categorie.

Rebranding Profilul dvs. de Afaceri poate fi eligibil pentru rebranding (definit ca o schimbare eligibilă a numelui fără a crea un nou Profil de Afaceri) dacă faceți o schimbare minoră a numelui, în care substantivele proprii și serviciile descrise în numele afacerii rămân neschimbate și categoria afacerii rămâne neschimbată. De asemenea, puteți fi eligibil pentru rebranding dacă aveți mai multe locații și numele afacerii se schimbă. Dacă afacerea dumneavoastră îndeplinește criteriile de rebranding de mai sus, puteți actualiza numele afacerii atunci când editați informațiile afacerii. Dacă afacerea dumneavoastră își schimbă numele, dar nu îndeplinește criteriile de mai sus, atunci este considerată o afacere nouă. Trebuie să marcați Profilul de Afaceri existent ca închis și apoi să creați un nou Profil de Afaceri cu noul nume al afacerii dumneavoastră. Aflați cum să marcați un profil ca închis. Dacă întâmpinați probleme cu rebrandingul, contactați echipa noastră de suport. De asemenea, puteți pune întrebări și obține răspunsuri de la experți în Comunitatea Profilului de Afaceri. Sfat: Dacă preluați proprietatea unui Profil de Afaceri, trebuie mai întâi să aveți proprietarul anterior care să vă adauge ca proprietar și să vă transfere proprietatea.

Departamente în cadrul altor afaceri, universități sau instituții Departamentele din cadrul afacerilor, universităților, spitalelor și instituțiilor guvernamentale pot avea propriile lor Profile de Afaceri pe Google. Dealerii auto și furnizorii de servicii medicale au linii directoare specifice și separate. Începeți cu Profile de Afaceri pentru dealerii auto și furnizorii de servicii medicale. Departamentele care interacționează direct cu publicul și funcționează ca entități distincte ar trebui să aibă propria lor pagină. Numele exact al fiecărui departament trebuie să fie diferit de cel al afacerii principale și de cel al altor departamente. De obicei, astfel de departamente au o intrare separată pentru clienți și ar trebui să aibă categorii distincte. Orele lor pot diferi uneori de cele ale afacerii principale. Acceptabil (ca Profile de Afaceri distincte):

- "Walmart Vision Center"
- "Sears Auto Center"
- "Massachusetts General Hospital Department of Dermatology" Inacceptabil (ca Profile de Afaceri distincte):
- Secțiunea de produse Apple de la Best Buy
- Barul de mâncare caldă din interiorul Whole Foods Market

Pentru fiecare departament, categoria care reprezintă cel mai bine acel departament trebuie să fie diferită de cea a afacerii principale și de cele ale altor departamente. Afacerile principale "Wells Fargo" au categoria "Bancă", în timp ce departamentul "Wells Fargo Advisors" are

categoria "Consultant financiar". Afacerile principale "South Bay Toyota" au categoria "Dealer Toyota", în timp ce "South Bay Toyota Service & Parts" are categoria "Atelier de reparații auto" (plus categoria "Magazin de piese auto"). Afacerile principale "GetGo" au categoria "Magazin de conveniență" (plus categoria "Sandwich Shop"), în timp ce departamentul "GetGo Fuel" are categoria "Stație de benzină", iar departamentul "WetGo" are categoria "Spălătorie auto".

Practicieni individuali Un practician individual este un profesionist care interacționează direct cu publicul, având de obicei propria bază de clienți. Medicii, dentiștii, avocații, planificatorii financiari și agenții de asigurări sau imobiliari sunt toți practicieni individuali. Profilurile de Afaceri pentru practicieni pot include titlul sau certificarea gradului (de exemplu, Dr., MD, JD, Esq., CFA). Un practician individual ar trebui să creeze propriul său Profil de Afaceri dedicat dacă:

- Operează într-un rol care interacționează direct cu publicul. Personalul de suport nu ar trebui să creeze propriile Profile de Afaceri.
- Poate fi contactat direct la locația verificată în timpul orelor stabilite. Un practician nu ar trebui să aibă mai multe Profile de Afaceri pentru a acoperi toate specializările sale. Asociații de vânzări sau agenții de generare de lead-uri pentru corporații nu sunt practicieni individuali și nu sunt eligibili pentru un Profil de Afaceri.