

#23 Wizytówka Google dla Twojej Organizacji - Poradnik Krok po Kroku

[Speaker 1]

Chcesz wreszcie zacząć realizować marzenia swojej organizacji pozarządowej?

[Speaker 2]

To świetnie, bo słuchasz podcastu Granty to nie wszystko! realizowanego przez Miedziowe Stowarzyszenie Przedsiębiorczości, Karolinę Duchyńską i Joannę Szyniec-Mazur.

[Speaker 1]

No to zapraszamy Was do 24. ekspresowego odcinka.

[Speaker 2]

Trzeciego.

[Speaker 1]

Trzeciego, widzicie, już bym nabroiła.

[Speaker 2]

Karolina się spieszy, więc mamy 10 minut na ten odcinek, a dzisiejszy odcinek, słuchajcie, o tym jak ważna jest wizytówka Google'a i jak ją dobrze zrobić, tak żeby być widocznym na mapie Google'a.

[Speaker 1]

Dobra, słuchajcie, pierwsza rzecz to jest taka, że wizytówka Google'a jest darmowa. Nam się już niejednokrotnie zdarzyło, że namawialiśmy przedsiębiorców czy NGO'sy do tego, żeby założyły wizytówkę i po jakimś roku, półtora otrzymywali telefon, że należy opłacić wizytówkę Google'a. To od razu Wam mówimy, że to są naciągacze i wizytówka Google'a jest darmowa.

Więc nie płaciecie za nią ani w momencie zakładania, ani później? Chyba, że zdecydujecie się skorzystać z pomocy jakiejś firmy zewnętrznej do założenia tej wizytówki, natomiast jest to, słuchajcie, tak proste i intuicyjne, że zachęcamy do tego, żeby zrobić to jednak samemu. I teraz tak, to jest jedna ważna rzecz.

Druga ważna rzecz jest taka, że wizytówkę Google'a, czyli to bycie na mapie Google'a mogą zrobić organizacje i firmy, które mają swoją siedzibę. Organizacja każda ma swoją siedzibę, natomiast nie można tego zrobić dla takich biznesów czy działalności, które działają wirtualnie. Dlatego, że to jest pokazanie na mapie Google'a, gdzie fizycznie się dane miejsce znajduje.

Więc tam trafią Wasi klienci, tam trafią Wasi odbiorcy, tam trafią Wasi beneficjenci. Więc dobrze jest to miejsce wskazać konkretne. Różne są możliwości, czasami można na przykład podpisać umowę z jakimś biurem wirtualnym i tam umiejscowić wizytówkę Google'a.

Czasami można umówić się z kimś, że po prostu wskazujecie jego adres. Natomiast dobrze jest mieć, po prostu nie przejdziecie weryfikacji Google'a, jeżeli nie wskażecie konkretnego fizycznego adresu. To jest ważne, dlatego że Google bardzo dużą wagę przywiązuje faktycznie do weryfikacji.

I na adres, który wskażecie, na którym ta pinetka na mapie Google'a się pojawi, przyjdzie najczęściej w postaci listu fizycznego taki dokument do weryfikacji, w którym przyjdzie kod, który będziecie musieli wpisać, żeby ta Wasza wizytówka już pojawiła się i była widoczna. Bo to musi być mocno zweryfikowane. Różne są systemy weryfikacji, Google jednak cały czas najbardziej lubi ten taki klasyczny.

No bo to jest takie potwierdzenie, że faktycznie w tym miejscu jesteście. Jeżeli jesteście firmą, która ma swoją stronę www i działa od bardzo dawna, to Google może się okazać tak, że nie będzie w ogóle Was zweryfikował. Bo już macie tą historię w Google, macie stronę www i oni po prostu tam ich te, jak to nazwać?

Mechanizmy. Mechanizmy, tak, już Was rozpoznają, zweryfikują, uwiarygodnią.

[Speaker 2]

Też po lokalizacjach, nie? Jak tam ludzie... Tak.

Może się też tak zdarzyć, że ta Wasza wizytówka w Google'ach już będzie zrobiona przez kogoś innego i wtedy też jest taki mechanizm, który Wam pozwoli odzyskać kontrolę nad tą wizytówką. Jest tam taki guzik, jakby zgłosił się jako właściciel i on wtedy będzie weryfikował, czy faktycznie Wy jesteście właścicielem, a nie ktoś inny, bo takie sytuacje też się zdarzały. Tak, mogą zdarzyć.

[Speaker 1]

Znaczy ja też miałam taką sytuację, sama sobie taką sytuację zrobiłam, więc po prostu zmieniałam ten sam adres, ale zmieniałam działalność.

[Speaker 2]

No, więc tutaj to warto zrobić. Natomiast taka ważna rzecz a propos tego, że po co Google sprawdza tą lokalizację? Dlatego, że nie wiem czy zwróciliście, na pewno korzystaliście z tej funkcji na mapach, że na przykład szukacie, jesteście gdzieś, nie wiem, turystycznie nawet w jakimś mieście i chcecie mieć, dostać jakąś usługę, nie wiem, salę zabaw i wpisujecie w Google, w mapy Google sala zabaw i jest przycisk sprawdź na tym obszarze.

No i dla Google'a jest ważne, żeby faktycznie te wszystkie sale zabaw, które się pojawiają na tym obszarze, żeby faktycznie one tam były. Stąd też ta weryfikacja.

[Speaker 1]

Z jakiegoś powodu korzystamy z tego Google'a, nie? Bo szybko i łatwo dostajemy prawdziwe informacje.

[Speaker 2]

Zauważcie też, że możecie zapytać Google'a, czy lit na ulicy Słodowej jest otwarty dzisiaj albo do której otwartej i on wam zazwyczaj odpowie w 99% poprawnie.

[Speaker 1]

I słuchajcie, jest link, który wam tutaj wrzucimy www.google.com łamane na biznes i jak sobie tam wejdziecie albo wejdziecie do swojej, jakby zalogujecie się do Google'a, to też tam w takiej kwadraciku z kropeczkami będziecie mieli możliwość utworzenia tej wizytówki. Nazywa się Google moja firma. Google moja firma, logujecie się tam i zostajecie przeniesieni do formularza, który będzie was pytać o konkretne właśnie informacje i o to faktyczne miejsce waszej firmy i po kolei musicie to wypełniać.

Jakby im dokładniej wypełnicie, tym szybciej ta weryfikacja przebiegnie. Zwróćcie uwagę też na nazwę, jaką nadajecie, bo ta nazwa się po prostu pojawi potem na tej pinesce, to już będzie, oczywiście ją można zmieniać, ale potem ta zmiana może trwać jakiś czas, więc dobrze jest tą nazwę po prostu tak doprecyzować, żeby ona też była jasna dla klienta, nie? Czyli na przykład sala, zabaw, nie wiem, kubusz po chatach, nie?

Żeby to było bardzo czytelne i jasne. I potem przy końcu zostaniecie właśnie poproszeni o podanie tych danych adresowych po to, żeby właśnie była możliwość ta weryfikacji autentyczności i sprawdzenia, że faktycznie jeżeli Google was umieści na tej mapie, to Google też nie straci wiarygodności u osób, które korzystają z Google i szukają rozwiązań, bo to może być sala zabaw, ale to może być mechanik, to może być stacja paliw, to może być restauracja, to może być, nie wiem, gabinet dentystyczny, jak jesteście gdzieś na wakacjach i boli was ząb.

Natomiast na pewno jest tak, że ludzie korzystają z mapy Googla, korzystają z przycisku trasa, żeby zaprowadzić do tego miejsca, korzystają z przycisku zadzwoń teraz, więc jakby bycie na tej, opłaca się to wypełnić i to naprawdę nie jest trudne, ani nie jest też długi proces. Jak już wypełnicie ten formularz, on idzie do Google i właśnie czekacie na tą weryfikację, może to być właśnie w postaci tego kodu, który dostaniecie na wasz adres fizyczny listem, a może to być tak, że dostaniecie SMS-em, telefon, albo w ogóle tej weryfikacji nie będziecie przechodzić, na pewno dostaniecie informację, że jesteście już na mapie Googla, że wasza wizytówka została zweryfikowana. I potem będziecie tworzyć wasz profil i ten profil, słuchajcie, też tworzy się bardzo intuicyjnie.

Macie tam listę pytań i teraz uwaga, jeżeli im lepiej ten profil wypełnicie, im bardziej szczegółowo, im odpowiecie na większą liczbę pytań, którą Google będzie wam zadawał, tym wyżej będziecie w wizytówce Googla. I wiecie, tak jak w małych miejscowościach, to jeszcze nie ma takiej konkurencji na tych wizytówkach, tak w dużych ta konkurencja już jest bardzo duża. I tutaj każdy szczegół może mieć znaczenie, żeby być bardziej widocznym.

A wiecie, o co nam chodzi? Żeby być widocznym na pierwszej stronie. I tak czy siak warto o to zadbać, żeby się jak najwyżej w tej wizytówce wyświetlać.

Co jest ważne? Ważne jest właśnie wypełnienie całego tego formularza, który was tam czeka. Ważne jest dodanie zdjęć, zdjęć zarówno z zewnątrz, jak wygląda wasze miejsce, co ułatwi klientowi, odbiorcy znalezienie tego miejsca, jak jest zdjęć z wewnątrz, z tego jak wygląda wasz lokal, biuro, sklep, gabinet od środka.

Czyli ta liczba zdjęć jest dość ważna. Google już teraz na tyle to automatyzuje, że często też daje zdjęcia satelity.

[Speaker 2]

Ale też często pewnie widzieliście, że ludzie też dodają zdjęcia pod jakieś lokalizacje.

[Speaker 1]

Tak, sami klienci dodają. Użytkownicy też tak się zdają. Więc tutaj ważne jest, żeby dodać te zdjęcia.

Ważne, żeby właśnie godziny pracy, tak jak Aśka powiedziała, bardzo często sprawdzamy, czy jakaś restauracja, sala zabaw w jakich godzinach jest otwarte. Więc to jest bardzo ważne. Tam w związku z COVID-em też Google mocno dopytuje o to właśnie, czy macie jakieś dodatkowe zastrzeżenia, jakieś obostrzenia związane z COVID-em.

I co jeszcze? Co jest ważne z punktu widzenia wizytówki Google'a? Ważne jest dodawanie aktualności.

Czyli trochę to działa, słuchajcie, tak jak Facebook, że ważne jest, żeby tam na bieżąco, jak już zrobicie tą wizytówkę, ona się pojawi, będzie uzupełniona. To, żeby ona też się w miarę wysoko pozycjonowała, była widoczna. Ważne jest, żebyście dodawali tam to, co dzieje się u was w firmie, w waszej organizacji.

Jeżeli jakieś wydarzenia, to dodajecie wydarzenia. Jeżeli macie jakąś ofertę, dodajecie ofertę. Dodajecie usługi, produkty.

Możecie podać ceny tego, opis tych produktów i usług, zdjęcia do tego. Możecie dodawać właśnie wszystkie nowości, które się pojawiają. Ale to, co jest bardzo ważne i chyba takie najważniejsze, jeżeli chodzi o zbudowanie wiarygodności, to są opinie waszych klientów.

[Speaker 2]

No i to jest coś, o co należy zadbać w firmie. My mamy taką technikę, że zawsze prosimy trzy razy. Jakby zawsze mówimy na końcu, że to jest dla nas bardzo ważne.

I no wiadomo, jakby tam pewnie 10% tych ludzi to wypełnia. Myślę, że nie więcej. Natomiast te opinie w Google'ach są ważne, bo raz, że one nas pozycjonują, a dwa, też tak nasi klienci podejmują decyzję o tym, czy coś kupić, czy nie.

Natomiast a propos tego aktualizowania tej wizytówki Google'ów, te nowości i tak dalej, to jest coś, o którym wszyscy wiedzą, ale nikt tego prawie nie robi. I nawet my mocno o tym zapominamy. A tam jest na tym Google moja firma, jest taki przycisk, który mówi utwórz post, dokładnie tak samo jak na Facebooku.

I możecie po prostu dodać te nowości, które u was się dzieją. Co ciekawe, ja się już też trafiłam na takie miejsca, że na przykład jeżeli wpisałam jakąś miejscowość, na przykład Radwanice powiedzmy, to jeżeli ktoś zadbał o to, żeby do wizytówki Google'a dodać jakieś wydarzenie, które się będzie działo w najbliższym czasie w tym miejscowości, to po prawej stronie pojawiało mi się, jakie wydarzenia będą się tam działy. Więc słuchajcie, to w ogóle możecie zwiększyć swoją widoczność swojej firmy.

Organizacji. Tak, organizacji. Przez wizytówkę Google'a też możecie zrobić bardzo prostą reklamę tego, co sprzedajecie.

Pamiętajcie też, że można się też postarać o budżet na reklamy za darmo od Google'a jako organizacja pozarządowa. Więc jakby trzeba wrócić do tego tematu.

[Speaker 1]

To są proste, słuchajcie, narzędzia, ale skuteczne. To, co jeszcze tylko podpowiem, że tam, gdzie macie przycisk do otrzymywania recenzji od waszych odbiorców, jest też link do pobrania. Czyli możecie, słuchajcie, skopiować ten link i wysłać waszym ludziom, którzy skorzystali z waszej oferty, z prośbą.

Tutaj pod tym linkiem proszę zostaw opinię na temat naszej działalności.

[Speaker 2]

Jeszcze na koniec, już tak na koniec, koniec. Odcinek wcześniej mówiliśmy o tym, że przez Google'a można zrobić swoją stronę www. I jakby wizytówka Google'a to też jest takie jedno miejsce, w którym łatwo tą stronę www sobie zrobić.

I a propos tego, że wizytówka Google'a nie jest płatna, ona nie jest płatna, ale możecie sobie wykupić domenę, którą się płaci raz do roku. To jest koło 100 zł rocznie. No to wtedy jakby już płacicie bezpośrednio albo tej instytucji, w której domenę wykupiliście, albo Google'owi.

Więc to wtedy w takiej sytuacji ona może być płatna.

[Speaker 1]

Tak, tak, to jest prawda, bo normalnie macie na przykład nazwę, nie wiem, coachglogów.business. Boże, biznes chyba tam jest tylko. A możecie mieć www.coachglogów.pl. Tak jest, możecie mieć swoją, tak, swoją domenę. Więc i to nie są duże pieniądze.

To nie są duże pieniądze. Natomiast to, o czym dzisiaj mówiliśmy, to jest rzecz bardzo prosta. To zrobiona w dwie godziny, jak macie przygotowane zdjęcia, produkty, usługi i jakieś krótkie opisy tego.

I bardzo zachęcamy, żeby o to zadbać i regularnie wrzucać aktualności, bo to pozwoli Wam być na górze w tej wyszukiwarce Google'a. A ja nie wiem, słuchajcie, wydaje mi się, że nikt nigdzie indziej nie szuka, jak czegoś potrzebuje.

[Speaker 2]

Tak, słuchajcie, ale w ogóle tworząc wizytówkę w Google'a, wejdźcie w buty swojego klienta, zastanówcie się, co on by się chciał o Was dowiedzieć w momencie, kiedy wyszukuje takiej usługi, jak Wy, nie?

[Speaker 1]

Tak, tylko pamiętajcie o tym, że Google bardzo Was prowadzi za rękę i Google już wie, czego ludzie szukają i o to będzie Was tam pytał. Tak, ale też chodzi mi o zdjęcia, czy takie rzeczy mieć warto już przygotować. Tam jest wszystko, słuchajcie, napisane, tak jak powiedziała Aśka przy Facebooku, wystarczy uważnie czytać.

Czytać ze zrozumieniem. Dziękujemy bardzo, do zobaczenia. Do zobaczenia.