

# Aukcje



# Spis treści

Ι.	Przegląd profili firmowych2
П.	a. Komponenty profili firmowych Zarządzanie efektywnością profili5
Ш.	Zarządzanie zdublowanymi profilami12
IV.	Audyt szczegółowych danych profilu12
V.	Zwiekszanie dokładności profilu17
VI.	<ul> <li>a. Opublikowane podsumowanie audytu</li> <li>b. Dokładność według źródła</li> <li>c. Kategoria realizacji według źródła</li> <li>Korzystanie z sugestii wydawcy</li></ul>
VII.	Edytowanie profili21
VIII.	<ul> <li>a. Jednorazowe edycje danych profilu</li> <li>b. Zbiorcze edycje danych profilu</li> <li>c. Dodawanie profili</li> <li>d. Dodawanie godzin otwarcia</li> <li>e. Dla identyfikatora miejsca</li> <li>Zarządzanie profilami działów</li></ul>
IX.	Zarządzanie pytaniami i odpowiedziami w Google
Х.	Rich Content
XI.	<ul> <li>a. Dodawanie najczęstszych pytań</li> <li>b. Dodawanie menu</li> <li>c. Dodawanie produktów</li> <li>Najczęstsze pytania dotyczące profili firmowych46</li> </ul>
XII.	Płatne usługi premium
XIII.	Dodatkowe zasoby
_	Locations         All         Georgia         Marietta         Attanta         clical Center         Cummings         thick at diagnostic imaging center         orlanda         Pensacola         erview       Updates         Reviews       Photos         Tailahassee         erview       Updates         Hamini         +803 more
<b>N</b> R	Reputation Directions call save share 19% Prev. Period: 5,718

Fix This Listing

Erase Duplicate

# Przegląd profili firmowych

Prześcignij konkurencję i zwiększ obroty dzięki wyszukiwaniu lokalnemu — zadbaj o doświadczenie klienta od samego początku.

Jeśli firma ma zduplikowane profile firmowe lub niedokładne informacje, może to prowadzić do potencjalnej dezorientacji lub utraty klienta. Dokładne dane oferty w sieci są niezbędne, aby Twoja firma wyróżniła się na tle konkurencji. "Wielka Piątka" źródeł reklamy, zgodnie z danymi poniżej, odpowiada za 91% ruchu z reklam — warto od tego zacząć.



Zakładka **Profile** pozwala monitorować i utrzymywać obecność online wszystkich Twoich lokalizacji w sieci w celu dopasowania ich do Twojego źródła prawdy. Korzyści z profili firmowych obejmują:

Wyróżnienie się w wynikach wyszukiwania	Odpowiedzi bez klikania	Grupowa aktualizacja profili
<ul> <li>Więcej wyświetleń dzięki aktualnym profilom</li> <li>Zwiększenie konwersji klientów i ruchu zarówno w sklepach tradycyjnych, jak i w kanale online</li> </ul>	<ul> <li>Umożliwienie klientom szybszego znalezienia tego, czego potrzebują</li> <li>Zapewnienie, że odpowiedzi na najczęstsze pytania pojawiają się w dotyczących Twojej firmy wynikach wyszukiwania</li> </ul>	<ul> <li>Wprowadzenie zmian w informacjach o Twojej firmie dla wszystkich lokalizacji</li> <li>Zapewnienie spójności wizerunku marki</li> </ul>

# Reputation

# Komponenty profili firmowych

Następujące komponenty wchodzą w skład rozwiązania Reputation dotyczącego profili firmowych:

Efektywność	<ul> <li>Zapewnia widoczność danych na temat liczby osób wyświetlających i reagujących na profile na Google, Bing i Facebook. Monitoruj następujące dane:</li> <li>Kliknięcia łączy do Twojej strony internetowej, połączenia telefonicznego i wskazówek dojazdu</li> <li>Wyświetlenia profilu</li> <li>Rodzaje wyszukiwań, które wywołują Twoje profile, załadowania i wyświetlenia Twoich mediów Google</li> <li>Wyświetlenia postów w Google w czasie</li> </ul>
Dokładność profilu	Umożliwia śledzenie działań podejmowanych w celu zarządzania dokładnością profili. Pogrupuj opublikowane, oczekujące lub niezrealizowane profile, aby sprawdzić liczbę prawidłowych, nieprawidłowych i poprawionych punktów danych dla Twoich wybranych lokalizacji. Sprawdzaj dokładność i metryki poprawionych punktów danych w popularnych źródłach takich jak Google i Bing.
Szczegóły profilu	Pozwala na szybkie znalezienie rozbieżności między Twoimi lokalizacjami. Możesz sprawdzić ostatnią datę audytu Twoich profili na platformie. Kliknij dowolną lokalizację, aby porównać swoje źródło prawdy z bieżącymi danymi w topowych witrynach źródłowych. Przeglądaj dane profilowe dla każdej lokalizacji i dodawaj, zmieniaj lub usuwaj istniejące punkty danych.
Sugestie wydawcy	Pomagają zachować dokładność danych w Twoich profilach na podstawie opinii przekazywanych przez użytkowników i strony wydawcy. Możesz odrzucić lub zaakceptować sugerowaną zmianę. Jeśli zaakceptujesz zmianę, system automatycznie zaktualizuje źródło prawdy i opublikuje zmianę na wszystkich stronach wydawcy.

Reputation

#### Komponenty profili firmowych (c.d.):



Uwaga: Potrzebujesz pomocy w zarządzaniu swoją obecnością w Google? Zapoznaj się z ofertą płatnych usług premium.

# Zarządzanie efektywnością profili

Zrozum, w jaki sposób odbiorcy wchodzą w interakcje z Twoimi profilami.

Zakładka Efektywność w **Profilach** daje jasne zrozumienie charakterystyki odbiorców online i jak znajdują oni Twoją firmę na Google, Facebook oraz Bing. Odkryj, jak odbiorcy odnajdują Twoje profile i dowiedz się, jak poprawić profile i reklamować się w sposób bardziej skuteczny. Wyświetl przeglądowe dane dla wybranego przedziału dat.

## Wykres podsumowujący

U góry strony możesz zobaczyć podsumowanie wyświetleń profili na Facebooku, w Google i Bing oraz łączną liczbę działań podjętych przez odwiedzających Twoje profile w wybranym okresie. Odwiedziny witryny obejmują wszystkie kliknięcia na urządzeniach mobilnych i niemobilnych.



# Wyświetlenia profilu

Podział odsłon na profile wyświetlane na Facebooku, w Bing i Google (w tym Wyszukiwarka i Mapy). W przypadku braku dostępnych danych źródło jest niewidoczne.



# Reputation

# Działania (Google i Facebook)

Podział działań podejmowanych przez wyświetlających profile: połączenie telefoniczne, wskazówki dojazdu i odwiedziny strony internetowej. Oprócz wglądu w liczbę odsłon profili zyskujesz dane pozwalające obliczyć współczynniki konwersji osób przeglądających w zaangażowanych użytkowników.



# Wyświetlenia wyszukiwań bezpośrednich, wyszukiwań według marki oraz wyszukiwań według kategorii w Google

Porównanie liczby wyszukiwań według nazwy lokalizacji, marki i kategorii.



# Wyszukiwania w Mapach Google vs Szukaj w Google



Podział wyników wyszukiwania na wyświetlenia w Mapach Google i wyszukiwania bezpośrednie.

# Dzień tygodnia, gdy ludzie dzwonią do Ciebie

Podział dni, kiedy ludzie korzystają z przycisku "Zadzwoń" na Twoich profilach. Wykres pokazuje łączną liczbę połączeń zrealizowanych z Twoich profili w wybranym przedziale dat w podziale na dni tygodnia.



## Godzina, gdy ludzie dzwonią do Ciebie

Rozkład godzin dnia, w których ludzie dzwonią do Twojej lokalizacji. Wykres przedstawia połączenia w godzinach od 5.00 do 21.00. Wszelkie połączenia poza tymi godzinami nie są uwzględnione na wykresie.



**C**zy przewodnik okazał się przydatny? Podziel się swoją opinią:

https://bit.ly/rep-guides

## Zapytania o wskazówki dojazdu – miejscowości z najwyższymi wynikami

Ogólny wgląd w miejsca, w których odwiedzający Twoje profile w Google pytają o wskazówki dojazdu. Kolumny ułożone są kaskadowo na poziomie kraju, stanu, hrabstwa i miejscowości. Etykiety kolumn (nazwy lub numery) są przekazywane bezpośrednio przez Profil Firmy w Google (dawniej Google Moja Firma).



## Przesyłane media w Google

Dodawane multimedia ogółem (pliki wideo i obrazy) w Twoich profilach w GBP (dawniej Google Moja Firma), w podziale na przesyłane przez klientów i sprzedawcę.



# Wyświetlenia przesyłanych mediów w Google



Wyświetlenia multimediów ogółem (pliki wideo i obrazy) w Twoich profilach GBP, w podziale na przesyłane przez klientów i przesyłane przez sprzedawcę.

## Wyświetlenia postów w Google w czasie

Podział odsłon postów w Profilach Firmy w Google.

![](_page_9_Figure_6.jpeg)

## Kliknięcia przycisków działań w postach w Google w czasie

Rozkład kliknięć przycisków działań w postach w Profilach Firmy w Google.

![](_page_9_Figure_9.jpeg)

# Zarządzanie zdublowanymi profilami

Skonsoliduj obecność online dla Twoich lokalizacji, zarządzając duplikatami profili.

Menedżer duplikatów pomaga wykrywać, oceniać i usuwać ewentualne duplikaty profili dla danej lokalizacji. Ostatecznie Ty decydujesz, czy profil jest duplikatem. <u>Kiedy</u> potwierdzisz taki potencjalny duplikat, wprowadzana zmiana ma charakter trwały!

Problemem duplikatów profili warto zająć się szybko, ponieważ duplikaty często:

- Negatywnie wpływają na ranking wyników wyszukiwania i sprawiają, że recenzje pojawiają się na wielu stronach.
- Wprowadzają klientów w błąd.
- Zawierają nieaktualne lub nieprawidłowe informacje o Twojej firmie.

Uwaga: Zarządzanie duplikatami dotyczy tylko profili w Google i na Facebooku. Platforma wyświetla ewentualne duplikaty Foursquare wyłącznie w celach informacyjnych.

## Wyszukiwanie duplikatów

Usługa automatycznego Wyszukiwania duplikatów polega na skanowaniu sieci w poszukiwaniu ewentualnych duplikatów raz na 90 dni. Potencjalne duplikaty są wykrywane, jeśli profil nie jest zarządzany przez Twoje konto i ma co najmniej jedną z poniższych cech przy porównaniu z aktywnie zarządzanym profilem:

- Taka sama lub podobna nazwa
- Takie same lub bardzo podobne dane adresowe/położenie (z dokładnością do 800 metrów)
- Taka sama branża, kategoria lub usługa
- Taki sam numer telefonu
- Taka sama strona internetowa

# Podjęcie działania

Potencjalny duplikat pozostanie w Menedżerze duplikatów do czasu podjęcia przez Ciebie działania. Wykrycie duplikatu bywa łatwe, ale ich potwierdzenie wymaga działania ręcznego. Na przykład możesz celowo mieć dwa profile z tymi samymi nazwą, adresem i numerem telefonu, które służą różnym celom (np. dział sprzedaży vs działy serwisowe).

![](_page_10_Picture_18.jpeg)

#### Aby podjąć działanie w sprawie potencjalnych duplikatów:

- 1. W zakładce **Profile** kliknij **Duplikaty**.
- **2.** Użyj górnych filtrów, aby zawęzić wyszukiwanie. Domyślny status został ustawiony jako "Potencjalny".
  - a. Potencjalny: Potencjalny duplikat
  - **b.** Potwierdzony: Dzierżawca kliknął, że potwierdza, że to duplikat, ale go jeszcze nie usunął
  - c. Odrzucony: Dzierżawca kliknął, że odrzuca potencjalny duplikat
  - **d. Usunięty**: Duplikat zostaje formalnie połączony z drugim wpisem lub usunięty

SOURCE	E	-					
∽ Hide	e Filters 🛛 C R	leset Filters					0
Duplie	cates (0)				[	Status: Potential 👦	Ŧ
	Source 🔤	Status 🔤	Location Code	Listing Managed by Reputation.com	Potential D	Status: All Status: Potential	~
Cong	ratulations! You	Status: Confirmed Status: Dismissed Status: Suppressed					

- **3.** Porównaj dane w zarządzanym profilu z danymi z potencjalnego duplikatu; kliknij nazwę każdego z profili, aby je otworzyć w celu weryfikacji.
- 4. Wybierz jedną z opcji:
  - **Nie duplikat** Nie podejmuj żadnego działania względem profilu. Taki przypadek otrzyma status "Odrzucony" w Menedżerze duplikatów.
  - Duplikat Połącz profil, którą uznasz za duplikat, z zarządzanym profilem. Po potwierdzeniu recenzje z duplikatu profilu zostaną przeniesione do profilu zarządzanego, a ruch, który wcześniej był kierowany do duplikatu, zostanie przekierowany do profilu zarządzanego. Taki przypadek otrzyma status "Potwierdzony" w Menedżerze duplikatów.

Możesz zarządzać wieloma duplikatami jednocześnie, korzystając z pól wyboru i przycisków do operacji zbiorczych u góry strony.

Uwaga! Po kliknięciu Duplikat pojawi się ekran z potwierdzeniem. Po potwierdzeniu wyboru proces usuwania duplikatów rozpocznie się w ciągu 48 godzin i zostanie przesłany do witryny źródłowej. Obecnie Reputation nie jest w stanie powiadamiać ani potwierdzać, że zdublowany profil został faktycznie usunięty.

Uwaga: Usuwanie duplikatu z sieci witryny źródłowej może zająć do kilku tygodni. Reputation nie gwarantuje, że wszystkie pozycje przesłane na potrzeby usuwania duplikatów zostaną zidentyfikowane lub zatwierdzone; jeśli masz problem z usunięciem duplikatu, skontaktuj się z zespołem wsparcia technicznego Reputation.

![](_page_11_Picture_16.jpeg)

# Audyt szczegółowych danych profilu

Możesz wykrywać i aktualizować nieprawidłowe dane w najwyżej notowanych witrynach w danej lokalizacji.

Zakładka **Dane szczegółowe profilu** w sekcji **Profile** informuje, które profile są spójne z Twoim źródłem prawdy dla każdej lokalizacji, a które zawierają rozbieżności. Platforma Reputation automatycznie co 24 godziny dokonuje audytu Twoich profili firmowych.

Choć my zbieramy dane z połączonych źródeł codziennie, niektóre źródła zbierają dane raz w tygodniu lub raz na trzy tygodnie, tzn. nasze dane są w najlepszym wypadku tak aktualne jak dane źródła.

### Lokalizacje

Siatka lokalizacji pozwala szybko wykryć rozbieżności i sprawdzenie daty ostatniego audytu. Filtruj, żeby wyświetlać lokalizacje Wszystkie, AutoSynced lub Tylko audyt.

Location	Address	G	f	Ь	Ś		Last Audited	AutoSynced
		$\oslash$	Ø	Ø	1	0	1 day	-
		۲	1	1	1	0	3 days	-
		$\oslash$	$\oslash$	$\oslash$	()	•	1 day	-

Siatka lokalizacji Profili zawiera następujące kolumny:

Nazwa	Opis								
Lokalizacja	Nazwa lokalizacji, do której masz dostęp. Kliknij nazwę, aby zobaczyć szczegółowe dane audytu.								
Adres	Adres lokalizacji zgodny ze źródłem prawdy na platformie.								
Korygowalne witryny	Google, Facebook i Bing to przykładowe witryny, które można korygować. Jeśli źródło profilu na Twoim koncie obejmuje te witryny i jeśli witryny te mają odpowiednie połączenia, status informacji jest określany jako Spójne () lub Niespójne ().								
Obsługiwane witryny	Jeśli źródło profilu na Twoim koncie obejmuje te witryny, status informacji pojawia się po najechaniu myszką na wielokropki. Wszelkie witryny z brakującym adresem URL oznaczono taką ikoną: CareDash DocSpot Foursquare HeatthGrades Here Judy's Book Wszelkie witryny z brakującym adresem URL oznaczono taką ikoną:								
Data ostatniego audytu	Liczba dni, które upłynęły od ostatniego porównania witryn profili tej lokalizacji ze źródłem prawdy.								
AutoSynced	Dane źródła prawdy ustawiono na automatyczne poprawianie nieprawidłowych informacji.								

Uwaga! Aby dodawać lub modyfikować źródła profili, potrzebujesz uprawnień administratora dla swojego konta. Jeśli potrzebujesz pomocy, skontaktuj się z kierownikiem ds. Customer Success lub zespołem wsparcia technicznego.

## Wybrana lokalizacja

Po wybraniu lokalizacji z siatki lokalizacji możesz szybko przejrzeć wyniki audytu, porównując je z najważniejszymi witrynami profili. Dane prezentowane w każdej powiązanej witrynie profili są dostępne w dwóch formatach:

#### Widok karty

![](_page_14_Figure_4.jpeg)

#### Widok listy

![](_page_14_Figure_6.jpeg)

# **Status Wysłany**

Profil może mieć status Wysłany z następujących przyczyn.

- Opublikowano w źródle Dane zostały wysłane do źródła i zweryfikowane jako prawidłowe.
- Wysłano do źródła Dane zostały wysłane do źródła.

Uwaga: Kiedy dane zostaną przesłane za pośrednictwem platformy Reputation, od uznania każdego konkretnego źródła zależy, kiedy informacje zostaną opublikowane.

# Status W toku

Profil może mieć status W toku z następujących przyczyn.

- W trakcie aktualizacji Przesłano aktualizację i oczekuje ona na wdrożenie do źródła.
- **Brakujące/nieprawidłowe dane** W profilu brakuje danych wymaganych przez źródło lub istniejące dane nie spełniają wymogów aktywnie zarządzanego źródła.
- W trakcie weryfikacji Status używany dla źródeł, które nie wymagają weryfikacji kodem PIN, ale oczekują na weryfikację innymi metodami.
- W trakcie weryfikacji kodem PIN Konieczność wysłania karty pocztowej z kodem PIN.
- **Prośba o weryfikację kodem PIN** Karta pocztowa z kodem PIN została wysłana, oczekujemy na odesłanie kodu przez klienta.
- **Brakujące/nieprawidłowe poświadczenia** Dane poświadczające wymagane do wypełnienia profilu nie zostały dostarczone lub są błędne.
- **Błąd źródła** Komunikat pojawiający się po otrzymaniu odpowiedzi o błędzie API z danego źródła.
- **Duplikat** Profil oznaczony jako duplikat przez źródło.
- Zawieszono Profil zawieszony lub wyłączony przez źródło.
- Odrzucono Dane zostały odrzucone przez źródło/źródło stwierdziło, że nie można aktualizować profilu.

# Status Niemożliwy do zrealizowania

Profil może mieć status Niemożliwy do zrealizowania z następujących przyczyn.

- **Tylko audyt** Lokalizacja jest poddawana audytowi w źródle, ale nie jest aktywnie zarządzana.
- **Anulowana** Lokalizacja była aktywnie zarządzana na potrzeby profili firmowych, ale już nie jest.
- Zamknięta Lokalizacja, która została zamknięta.
- **Publikacja niemożliwa** Profil zawiera brakujące pole, które jest wymagane dla wybranego źródła (np. Facebook wymaga opisu). Profil może mieć taki status także wtedy, gdy jest publikowany w źródle ze względu na ograniczenia krajowe lub branżowe.
- **Zrezygnowano** Lokalizacja, która zrezygnowała z korzystania z profili firmowych Reputation.
- Inne Do tej kategorii zaliczają się lokalizacje, które mają status Niemożliwy do zrealizowania z innych przyczyn.

![](_page_15_Picture_26.jpeg)

# Brakujące lub nieprawidłowe poświadczenia

Zakładka Poświadczenia w pozycji Ustawienia administracyjne zawiera uwierzytelnienia na poziomie lokalizacji dla zewnętrznych witryn, które są niezbędne do zarządzanych profili, odpowiadania na recenzje i/lub publikowania na kontach w mediach społecznościowych. Platforma oferuje dwa rodzaje uwierzytelnienia dla większości źródeł: połączenie i poświadczenie:

- Połączenie Połączenie wykorzystuje bezpieczną metodę dostępu za pośrednictwem tokenu OAuth, dzięki czemu same poświadczenia nie są wymagane przy każdym zapytaniu o uwierzytelnienie. Po ustanowieniu połączenia publikowanie z poziomu platformy zajmuje mniej czasu. Nie dla wszystkich witryn źródłowych można ustanowić połączenie.
- Poświadczenia Poświadczenia to nazwa użytkownika i hasło, używane do uwierzytelnienia użytkownika witryny zewnętrznej. Jeśli nie jest dostępne połączenie interfejsu API, platforma używa poświadczeń w celu umożliwienia różnych działań związanych z publikacją.

#### Połączenia

Najlepszym sposobem jest dodanie połączeń dla wszystkich dostępnych źródeł w każdej lokalizacji oraz poświadczeń. Połączenia są preferowane zawsze, gdy tylko to możliwe. Aby dodać źródło:

- 1. Kliknij Ustawienia w prawym górnym rogu platformy.
- 2. Na pasku nawigacji po lewej stronie kliknij Poświadczenia.
- 3. Otworzy się nowe okno przeglądarki z instrukcją uwierzytelnienia wymaganego w witrynie źródłowej. Wybierz profil, z którego chcesz korzystać (może wymagać wprowadzenia poświadczeń) i wyraź zgodę na warunki korzystania z interfejsu API. Połączenie zostanie dodane do listy źródeł w zakładce menu Poświadczenia w panelu Ustawienia administracyjne.

#### Poświadczenia

Aby dodać poświadczenie:

- 1. Kliknij Ustawienia w prawym górnym rogu platformy.
- 2. Na pasku nawigacji po lewej stronie kliknij Poświadczenia.
- **3.** Kliknij Dodaj dane, a następnie najedź myszką na Połączenia. Kliknij źródło, które chcesz połączyć.
- 4. Zmień następujące ustawienia.
- Kliknij Zapisz. Poświadczenie zostanie dodane do wybranej witryny źródłowej. Żeby edytować poświadczenia, kliknij witrynę źródłową, a następnie znak plus (+) po prawej stronie, aby dodać dane.

## AutoSynced

Aby źródło nie było poddawane automatycznym aktualizacjom, przełącz przycisk AutoSynced. Aby wszystkie źródła dla danej lokalizacji nie były uwzględniane w automatycznych aktualizacjach, przełącz przycisk AutoSynced z poziomu siatki lokalizacji.

Location	Address	G	f	Ь	Ś		Last Audited	AutoSynced
BDP - Lake Havasu		Ø	Ø	$\odot$	8	0	1 day	AutoSynced

![](_page_16_Picture_20.jpeg)

# Zwiększenie dokładności profilu

Określ wartość zarządzanych profili i obszary wymagające poprawy.

Zakładka Dokładność profilu w menu Profile umożliwia szybki wgląd w punkty danych zarządzane na platformie i określa procentowy poziom dokładności w źródłach o dużym natężeniu ruchu, takich jak Google i Bing.

### Opublikowane podsumowanie audytu

Przeglądaj działania związane z profilami w panelu:

![](_page_17_Figure_6.jpeg)

Sortuj lokalizacje profili i podsumowanie audytu według statusu Opublikowany, W toku i Niemożliwy do zrealizowania w górnym prawym rogu panelu Dokładność profilu. Zaplanuj lub prześlij dalej dane bądź pobierz plik PDF, klikając wielokropek.

Fulfillment Category:	Published	Pending	Not Fulfillable
			Download PDF
			③ Schedule
			🕼 Forward

![](_page_17_Picture_9.jpeg)

Następujące dane zostaną uwzględnione w Opublikowanym podsumowaniu audytu:

Dane ujęte w Podsumowaniu audytu	Opis
Lokalizacje	Liczba lokalizacji w co najmniej jednym z poniższych źródeł.
Profile ogółem	Liczba przypadków poddanych audytowi w źródłach określonych poniżej jako "AutoSynced".
AutoSynced	Liczba punktów danych, które są monitorowane w źródłach określonych poniżej jako "AutoSynced".
Brakujące	Liczba możliwych do skontrolowania punktów danych (np. godziny otwarcia, numer telefonu itp.), których brakuje na Twoich profilach na platformie.
Poprawne	Liczba i udział procentowy bieżących punktów danych, które są zgodne ze źródłem prawdy. System dopuszcza niewielkie różnice, takie jak wielkość liter lub "ulica" zamiast "ul.".
Niepoprawne	Liczba i udział procentowy bieżących punktów danych, które nie są zgodne ze źródłem prawdy.
Poprawione	Liczba punktów danych, które platforma automatycznie poprawiła od momentu rozpoczęcia gromadzenia danych dla Twoich profili. Punkty danych mogą być niedokładne z wielu przyczyn, więc kontrolerzy monitorują ich poprawność i dokonują autokorekty na bieżąco.

#### Dokładność według źródła

Pod statystykami Podsumowania można sprawdzić status każdego źródła profilu w podziale na punkty danych. Twoim celem powinna być stuprocentowa dokładność w Google. Strony nieoparte na interfejsie API mogą mieć niższy średni poziom dokładności.

![](_page_18_Figure_5.jpeg)

![](_page_18_Picture_6.jpeg)

## Kategoria realizacji według źródła

Bez problemu możesz sprawdzić, ile profili należy do kategorii: opublikowane, w toku lub niemożliwe do zrealizowania, w podziale na poszczególne źródła.

Bing AUTOSYNCED 2,652 Listings				Pending • Listings: 56 Published 2,520 (95.09 Not Fulfillable 76 (2.86 • Pending 56 (2.11%)						
Kliknij na wykresy, aby sprawdzić, które profile miesz się w poszczególnych kategoriach (opublikowane, w i niemożliwe do zrealizowania) i jakie działania należy podjąć, aby rozwiązać ewentualne problemy. Poniżej możesz zobaczyć lokalizacje oczekujące na aktualiza danych po kliknięciu na powyższy wykres.								ieszczą e, w toku ależy niżej alizacje		
Locations P	endir	ng on Bing (!	56)							×
								D	ownload A	udit Data
Location	\$	Status	$\triangleleft \triangleright$	⊞	0	ð	1	0	$\bigcirc$	ď
		PENDING UPDAT	TE	$\oslash$	$\oslash$	$\oslash$	$\oslash$	8	$\oslash$	$\otimes$
		PENDING UPDAT	re	$\oslash$	$\oslash$	۲	$\oslash$	$\oslash$	$\oslash$	$\otimes$
		PENDING UPDAT	re	${\boldsymbol{ \oslash}}$	8	$\oslash$	${\boldsymbol{\oslash}}$	۲	8	$\otimes$
		PENDING UPDAT	TE	$\oslash$	$\oslash$	$\oslash$	$\oslash$	۲	$\oslash$	$\otimes$

# Korzystanie z sugestii wydawcy

Dzięki sugerowanym zmianom możesz poprawić dokładność danych w Twoich profilach.

Zakładka **Sugestie wydawcy** w sekcji Profile pomaga zachować poprawność danych w Twoich profilach na podstawie opinii przekazywanych przez użytkowników i strony wydawcy. Możesz odrzucić lub zaakceptować zmianę. Jeśli zaakceptujesz zmianę, system automatycznie zaktualizuje Twoje informacje profilowe (źródło prawdy) i opublikuje je na wszystkich stronach wydawcy.

Uwaga: Sugestie pochodzą aktualnie tylko z Google. Inne źródła wydawcy nie są jeszcze dostępne.

Location Details	Source	Data Field	Existing Data	Suggested Data	Actions
<b>BDP - Uptown (B021)</b> 4520 North 2nd Ave, #200, Phoenix, AZ 85013	Google	Hours	Mon: 09:00 - 17:00 Tues: 09:00 - 17:00 Wed: 09:00 - 17:00 Thu: 09:00 - 17:00 Fri: 09:00 - 17:00 Sat: Closed Sun: Closed	Mon: 09:00 - 17:00 Tues: 09:00 - 17:00 Wed: 09:00 - 17:00 Thu: 09:00 - 17:00 Fri: 09:00 - 17:00 Sat: 09:00 - 12:00 Sun: Closed	

Proponowana jest jedna sugestia na dane pole. Jeśli pole zawiera wiele sugestii (np. Kategoria), oznacza to wybór opcji "wszystko albo nic". Na przykład, jeśli sugestia zawierała 10 propozycji kategorii, ale chcesz zachować tylko 2 z nich, musisz odrzucić sugestię, a następnie ręcznie dodać/edytować 2 zmiany kategorii do profilu lokalizacji.

![](_page_20_Picture_7.jpeg)

# Edytowanie profili

Możesz z łatwością aktualizować dane jednostkowe lub zbiorcze dla swojej lokalizacji.

Zakładka **Profile** w sekcji **Profile** pozwala na zarządzanie profilami z jednego miejsca poprzez wprowadzanie szybkich poprawek lub zbiorczych zmian. Profil jest wymagany dla każdej lokalizacji (obiektu lub osoby) zawartej w spisie lub katalogu. Każdy wpis profilowy odpowiada wpisowi "lokalizacji" w ustawieniach administracyjnych (zakładka Lokalizacja).

Wszelkie aktualizacje danych profilowych – w tym nowe godziny otwarcia lub numer telefonu – powodują wysyłanie informacji do zarządzanych witryn z profilami i agregatorów danych w celu zapewnienia spójności w całej sieci.

![](_page_21_Figure_5.jpeg)

Uwaga! Edycje wprowadzone w profilu na platformie Reputation będą uwzględniane w powiązanym profilu w spisie, natomiast edycje profilu w spisie NIE będą uwzględniane w profilu katalogu.

#### Jednorazowe edycje danych profilu

Z poziomu platformy można wprowadzać proste poprawki bezpośrednio w danych profilowych.

Aby edytować profil bezpośrednio:

- 1. Na stronie Profile użyj filtra Lokalizacja lub zacznij wpisywać nazwę profilu, który chcesz edytować, w polu wyszukiwania.
- 2. Wybierz ikonę Edytuj z listy wyników wyszukiwania.

Formatted Name	Code $\ominus$	Status 🔤	Profile Type 🕏	Address	¢	Actions Edit
BDP - Lake Havasu		Cleansed	Rooftop	40 Capri Blvd, Lake Havasu City, AZ 86403	[	
		Cleansed	Rooftop			∂ ×

- **3.** Wprowadź zmiany w profilu z poziomu profilu.
  - Pola oznaczone czerwoną gwiazdką są wymagane.
  - Korzystaj z zakładek po lewej stronie, aby przechodzić do poszczególnych kategorii profilu.
  - Kliknij, aby wyświetlić dostępne witryny, w których możliwa jest publikacja.
  - Zobacz historię zmian.
- 4. Po zakończeniu kliknij Wyślij.

Publishable to 7 source	▼ (2			C Show history
Profile Information				
Status	Cleansed			
Туре	Rooftop			
Location Code*				
AutoSync	YES NO			
Profile Definition Name*	RoofTop			
Parent Location ①	Parent Location			
GMB UTM Tracking	YES NO			
Linked Profiles 🚯	No linked profiles			
		Cancel	Save As Draft	Submit

Zmiany spowodują automatyczną aktualizację obsługiwanych witryn/katalogów profili.

## Zbiorcze edycje danych profilu

Poza dokonywaniem jednorazowych edycji profili na platformie możesz też zbiorczo edytować profile.

Żeby edytować profil na platformie Reputation:

- 1. Z zakładki Profile wybierz Profile.
- Zaznacz pola dla odpowiednich profili, żeby pojawiły się opcje Edytuj lub Usuń.

You	have 2 profile(s) selected.	🖉 Edit 🔹	De	lete 🚯			
	Formatted Name	Attributes Business Hours Photos	٩Þ	Status 👌	Profile Type ⊖	Address $\Leftrightarrow$	Actions
	BDP - Lake Havasu	Descriptions Site Enable		Cleansed	Person	40 Capri Blvd, Lake Havasu City, AZ 86403	∂ ×
	BDP - Lake Havasu	B022		Cleansed	Person	4520 North 2nd Ave, #301, Phoenix, AZ 85013	& ×
	BDP - Lake Havasu	B023		Cleansed	Person	21917 N 97th Dr. #200, Peoria, AZ 85383	ø ×

**3.** Kliknij **Edytuj**, żeby zmienić wybrane atrybuty, godziny otwarcia, zdjęcia, opisy lub witryny (źródła danych).

Profiles Count	
Attributes	
Reservations	<ul> <li>⊘ Accepts Reservations</li> <li>⊕ Walk Ins</li> <li>⊕ Appointments Only</li> <li>⊕ Reservations Only</li> </ul>
Ambiance	<ul> <li>⊕ Traditional</li> <li>⊕ Casual</li> <li>⊕ Romantic</li> <li>⊕ Upscale</li> <li>⊕ Trendy</li> </ul>
Good For	<ul><li></li></ul>

4. Kliknij Aktualizuj.

![](_page_23_Picture_10.jpeg)

Użyj opcji Importuj/Pobierz ze strony Profile, aby zastosować zmiany do wielu profili, korzystając z formatu arkusza kalkulacyjnego.

Aby wprowadzić zmiany w profilu, stosując import z arkusza kalkulacyjnego:

- 1. Z zakładki Profile wybierz Profile.
- 2. Kliknij Pobierz.
- **3.** Wybierz profile do pobrania i kolumny, które mają zostać włączone. Format arkusza kalkulacyjnego jest ustawiony domyślnie jako CSV.

Download Profiles		×
Select Profiles to Download:		
All Profiles (129)		
Select Columns to Include:		
○ Live Fields ③ ○ All Fields ●	Selected Columns	
	All	
	Filter	
Spreadsheet format:	All	
.csv (Comma-separated values)	□ None	
	Public Location Name	
	Parent Location	
	🗌 Job Title	Download Cancel

- 4. Kliknij Pobierz.
- **5.** Otwórz plik CSV i wprowadź zmiany w wybranych profilach w trybie edycji arkusza kalkulacyjnego.
- 6. Po wprowadzeniu zmian zapisz plik.
- 7. Na platformie kliknij Importuj.
- 8. Załącz zapisany plik CSV i wybierz Mapowanie importu.

Import Profiles	5			×
	£	Drop file to attach, or <b>browse</b> Accepted formats: csv,xlsx		
Import Mapping		Default Mapping		Ŧ
		Cancel	1	Import File

**9.** Skonfiguruj mapowanie nagłówków kolumn i zaznacz pola wyboru dla pomijania normalizacji strony oraz ignorowania niemapowanych kolumn, w zależności od preferencji. Kliknij **Importuj**.

![](_page_24_Picture_14.jpeg)

- **10.** Zapisz nowe mapowanie, zapisz zmiany w dotychczasowym mapowaniu lub nie zapisuj zmian i kontynuuj.
- **11.** Przejrzyj dane importu w poszczególnych zakładkach.
  - Platforma zignoruje nieprawidłowe punkty danych i opublikuje pozostałe, prawidłowe dane.
  - Zobacz, gdzie znaleziono błędy i podejmij działania naprawcze lub pobierz plik z błędami, aby zapisać zmiany bez błędów i śledzić zmiany, które nie zostały zapisane z uwagi na błędy.
- 12. Kliknij Zamknij.

Platforma automatycznie zastosuje zmiany do obsługiwanych witryn lub katalogów profili.

### Dodawanie profili

Należy określić typ każdego z profili jako Obiekt (nadrzędny) lub Lekarz (indywidualny). Możesz utworzyć wiele oddziałów w ramach jednego profilu dla lekarzy, którzy pracują w więcej niż jednym obiekcie. Ponadto możesz posłużyć się Identyfikatorem miejsca, aby połączyć informacje o lokalizacji obiektu z wieloma profilami lekarskimi/zawodowymi.

Aby dodać nowy profil dla nowej lokalizacji:

1. Na stronie Profile kliknij Dodaj profil.

Profiles (129)			
Profile Statuses: 1 s *	යි Import	& Download	🕀 Add Profile
		Q Search Profiles	

2. W oknie Dodaj profil wpisz kod lokalizacji w polu Kod.

Add Profile	· ×
	New Location Existing Location
Code	
Definition	Select ~
	Cancel 🗸 Create

- 3. Z rozwijanego menu Definicja wybierz Obiekt (nadrzędny) lub Lekarz.
- **4.** Kliknij **Utwórz**.
- 5. Wpisz pozostałe informacje w profilu.

**C**zy przewodnik okazał się przydatny? Podziel się swoją opinią:

https://bit.ly/rep-guides

## Dodawanie godzin otwarcia

Często godziny otwarcia firmy mogą zmieniać się na cały sezon lub wakacje, co wymaga zmian w profilu firmowym. Jak zaktualizować godziny otwarcia z poziomu platformy?

Aby dodać nowy profil dla nowej lokalizacji:

1. Na stronie **Profile** kliknij lokalizację, dla której chcesz skorygować lub dodać specjalne godziny otwarcia.

Formatted Name	\$ Code 🔤	Status 🔤	Profile Type
BDP - Uptown (B021)	B021	Cleansed	Rooftop

- 2. Kliknij Oddziały, żeby wyświetlić dane i godziny otwarcia poszczególnych oddziałów. Następnie kliknij Edytuj.
- **3.** Skorzystaj z zielonego przycisku, żeby wskazać, czy lokalizacja jest otwarta czy zamknięta oraz żeby, w razie potrzeby, edytować godziny.
- 4. Kliknij Prześlij do zatwierdzenia.

10/31/2021	Ö	Open	1:00 PI - 4:00 PI ×
12/25/2021	Ö	Open	9:00 Ał - 4:00 Ał ×
07/04/2022	Ö	Close	$\times$
09/05/2022	Ö	Close	×
	usiness	Hours	

Uwaga: Platforma przesyła zmiany do źródła zwykle w ciągu 24 godzin. W tym czasie na platformie będzie figurować status "Wysłano do źródła". Kiedy zmiana zostanie wprowadzona, status zmieni się na "Opublikowano w źródle". Sugerujemy dodawanie wakacyjnych godzin otwarcia do wszystkich profili na początku roku, żeby zapewnić sobie odpowiedni czas na publikację, ponieważ od źródła zależy, kiedy zmiany zostaną faktycznie opublikowane.

## Identyfikator miejsca:

Identyfikator miejsca umożliwia połączenie profili lekarzy z konkretnymi nadrzędnymi profilami obiektu. W ten sposób, jeśli zmienią się informacje pochodzące z lokalizacji nadrzędnej – takie jak adres lub godziny pracy –zmiany te zostaną powielone w każdym profilu lekarza, który jest połączony z tym Identyfikatorem miejsca.

- 1. W polu **Identyfikator miejsca** zacznij wpisywać nazwę obiektu, w którym pracuje dany lekarz/pracownik. Wszystkie pasujące obiekty, które są ustawione jako obiekty danego dzierżawcy, pojawią się jako opcja do wyboru w rozwijanym menu.
- Jeśli nie zostały jeszcze wypełnione żadne pola Oddziały, dane z wybranego Identyfikatora miejsca (obiektu macierzystego) zostaną skopiowane do tego profilu. Ikona kłódki obok każdego pola w sekcji Oddział wskazuje, że wartość pola pasuje do obiektu macierzystego.
- 3. Jeśli sekcja Oddział została już wypełniona, istniejące dane NIE zostaną nadpisane danymi z wybranego Identyfikatora miejsca. Przy każdym polu wyświetla się ikona otwartej kłódki, która oznacza, że wartość pola NIE pasuje do obiektu macierzystego.
- **4.** Jeśli chcesz nadpisać wartości z bieżącego profilu, aby dopasować je do profilu macierzystego, kliknij łącze **Resetuj**.
- 5. Adresy profilowe nie są powiązane, jeśli którekolwiek z pól różni się od pola macierzystego (np. numer sali).
- 6. Po zakończeniu kliknij Wyślij.

Profile Information	Offices	
Basic	Place ID	
Offices	ा	Place ID
Categories	Office	Andrew Primary
Attributes	Name	
Medical	Office Status	Open 👻
Descriptions	Address*	Street 122 S Wester
Education & Affiliations		Address* Map []
Social Media		Address #200 Satellite cade PI
Photos & Logos		Line 2
Tags		City* Chicago
Payment Types		State* Illinois -
Location Fields		ZIP* 38120
		Country* United Sta
		Latitude 41.8802819 r Factory Chicago with city
		Longitude -87.6366012
	Service Area	Is this a service area business? YES NO
	Business Hours	✓ Primary Business Hours
		Cancel Save As Draft Submit

Reputation

# Zarządzanie profilami działów

#### Zarządzaj profilami Twoich działów bez problemu.

## Czym są profile działów?

Google zachęca lokalne firmy posiadające wiele działów do tworzenia wielu profili – jednego dla strony głównej lokalizacji i po jednym dla każdego z działów. Na platformie Reputation możesz przypisać każdy z profili, główny lub podrzędny (dział), do lokalizacji na platformie.

#### Główne funkcje

#### Typ lokalizacji działu

Do każdego z profili działów w Google można przyporządkować lokalizacje działów.

![](_page_28_Picture_8.jpeg)

Wybierz typ lokalizacji w zależności od branży, np. w branży samochodowej dostępne typy lokalizacji to: Serwis, Części, Kolizja, Wymiana oleju itp.

#### Powiązanie kodem grupowym

Główne lokalizacje można powiązać z lokalizacjami działów na platformie poprzez nadanie takiego samego kodu grupowego dla lokalizacji głównej i lokalizacji działów. Umożliwia to stworzenie hierarchii pomiędzy lokalizacjami głównymi i lokalizacjami działów na potrzeby obliczania wskaźnika reputacji i gromadzenia danych.

![](_page_28_Figure_12.jpeg)

#### Nienaruszony wskaźnik reputacji

Przekazuj recenzje z lokalizacji działów do lokalizacji głównej, aby zapewnić, że wskaźnik reputacji lokalizacji głównej nie ucierpi z powodu mniejszej ilości recenzji w lokalizacjach głównych.

Wskaźnik reputacji dla lokalizacji działów nie jest dostępny.

#### Filtr w rozwijanym menu lokalizacji

Wyłącz lokalizacje działów, filtrując rozwijane menu lokalizacji. Gdy korzystasz z filtra Lokalizacja, domyślnie wyświetlają się także wszystkie dane dotyczące lokalizacji działów.

Wybierz **Typ lokalizacji** w celu dalszego filtrowania danych na dowolnej stronie według typu lokalizacji.

![](_page_28_Picture_19.jpeg)

# Tworzenie lokalizacji działów

Współpracuj ze swoim kierownikiem ds. Customer Success i zespołem ds. usług profesjonalnych Reputation w celu aktywowania profili działów. W międzyczasie możesz przygotować swoje konto, tworząc **lokalizacje działów**.

Uwaga: Podczas tworzenia lokalizacji działów możesz także skorzystać z pomocy zespołu ds. usług profesjonalnych Reputation.

Aby utworzyć lokalizacje działów:

- 1. Kliknij Ustawienia w prawym górnym rogu platformy.
- 2. Na pasku nawigacji po lewej stronie kliknij Lokalizacje.
- 3. Kliknij odpowiednią lokalizację.
- 4. Kliknij ikonkę z ołówkiem, aby przejść do edycji.
- 5. Przewiń w dół i dodaj Kod grupy i Typ.
  - Kod grupy lokalizacja główna i lokalizacje działów są ze sobą powiązane kodem grupy. Kod grupy powinien być zawsze taki sam w lokalizacji głównej i lokalizacjach powiązanych z nią działów. Domyślnie kod grupy jest taki sam jak kod lokalizacji. W przypadku lokalizacji działów kod grupy należy zaktualizować, aby był taki sam jak kod grupy lokalizacji głównej.
  - Typ pole Typ określa, jakiego rodzaju działu dotyczy dana lokalizacja. W przypadku lokalizacji głównej należy wybrać ustawienie typu Główna. Tylko jedna lokalizacja dla danego kodu grupy może być oznaczona typem Główna. W przypadku lokalizacji działów należy dokonać wyboru typu.
- 6. Kliknij Zapisz.

![](_page_29_Picture_13.jpeg)

# Zarządzanie pytaniami i odpowiedziami w Google

Zarządzaj pytaniami i odpowiedziami przesyłanymi w panelach wiedzy Profilu Firmy w Google (GBP) w Twoich lokalizacjach w jednym miejscu.

**Pytania i odpowiedzi w Google** dostarczają konsumentom szczegółowych informacji na temat firmy, umożliwiając im podejmowanie szybkich decyzji dotyczących wyboru dostawcy w Google. Pytania i odpowiedzi mogą nawet pojawiać się bezpośrednio w wynikach wyszukiwania Google.

Uwaga: Pytania i odpowiedzi z największą liczbą polubień będą wyświetlane na szczycie listy.

Zakładka Pytania i odpowiedzi umożliwia monitorowanie i odpowiadanie na ukierunkowane na klienta i pochodzące od użytkowników najczęstsze pytania z paneli wiedzy Google w Twoich lokalizacjach.

# Filtry

Górne filtry wpływają na to, jakie dane są wyświetlane w zakładce. Filtry dodatkowe stają się aktywne po kliknięciu na dane zawarte w interaktywnym wykresie.

MARKET-DMA		DISCONTINUED-O	PS	TYPE		REGION	
All	•	All	•	All	•	HD Chicago	•
DISTRICT		MARKET		STATE		LOCATION	
All	•	All	•	All	•	All	•
DATE RANGE							
Current Year	•						

# Podsumowanie

Sekcja Pytania określa status pytań, które otrzymano, niezależnie od tego, czy udzielono na nie odpowiedzi. Kliknięcie łączy widocznych w sekcji Pytania powoduje przejście do wykresu i listy pytań.

![](_page_30_Picture_11.jpeg)

![](_page_30_Picture_12.jpeg)

# Wykres

Zobacz trend dotyczący liczby pytań przesłanych w wybranym okresie w wybranych lokalizacjach. Wykres dzieli pytania na te bez odpowiedzi w kolorze szarym i z odpowiedzią w kolorze pomarańczowym. Liczą się też odpowiedzi od innych użytkowników Google, niekoniecznie od właściciela firmy.

![](_page_31_Figure_3.jpeg)

# Pytania

Sekcja Pytania wyświetla wszystkie pytania dla wybranych filtrów lub wybranych elementów wykresu. Pytania są wyświetlane w czasie zbliżonym do rzeczywistego. Wszystkie pytania są wyświetlane i sortowane domyślnie w kolejności Od najnowszego.

# Odpowiedzi

Kliknij w okienko odpowiedzi, aby odpowiedzieć na pytanie (wymóg posiadania poświadczeń/połączenia). Odpowiedzi są publikowane na bieżąco w czasie zbliżonym do rzeczywistego.

![](_page_31_Figure_8.jpeg)

Uwaga: Dopuszczalna długość odpowiedzi w Profilu Firmy w Google to 440 znaków. Postaraj się zamieszczać krótsze odpowiedzi, aby mieć pewność, że wyświetli się cała treść odpowiedzi.

# Reputation

#### W przypadku pytań i odpowiedzi w Google pamiętaj, że:

Wpisywanie przez firmę treści we własnej rubryce Pytania i odpowiedzi jest postępowaniem całkowicie dopuszczalnym i wskazanym. Dodawaj pytania bezpośrednio przez panel wiedzy GBP i odpowiadaj z poziomu platformy.

Ustaw specjalne powiadomienia dotyczące pytań i odpowiedzi dla użytkowników odpowiedzialnych za dodawanie odpowiedzi.

Możesz dodać wiele odpowiedzi (od innych użytkowników na Twoim koncie), ale Google wyświetli tylko jedną odpowiedź od Właściciela firmy na dane pytanie. Ostatnia opublikowana odpowiedź będzie widoczna jako odpowiedź Właściciela firmy.

Nie możesz usuwać odpowiedzi publikowanych przez innych użytkowników Google. Na platformie takie odpowiedzi mogą wyglądać na usunięte, ale zostaną przywrócone po zakończeniu codziennego audytu.

Skuteczne zarządzania pytaniami i odpowiedziami w Google oraz odpowiadanie na pytania wpływa pozytywnie na ranking w wynikach wyszukiwania. Google uwzględnia, czy Twoi konsumenci uznają treści za istotne, dokładne, aktualne i łatwe do zrozumienia oraz czy zostały one opracowane przez prawdziwą osobę, a nie bota.

![](_page_32_Picture_11.jpeg)

# **Rich Content**

#### Publikuj treści w profilach na szeroką skalę.

Zakładka **Rich Content** umożliwia jednorazowe utworzenie treści i przypisanie jej do wszystkich lokalizacji niezbędnych do późniejszej publikacji na szeroką skalę. Upewnij się, że role mają włączone uprawnienia Rich Content do wyświetlania, edytowania, dodawania i/lub usuwania treści.

Uwaga: Rich Content nie obsługuje obecnie obrazów.

Rich Content obejmuje trzy zakładki:

- Najczęstsze pytania
- Menu
- Produkty

## Najczęstsze pytania

Przejmij kontrolę nad swoją marką dzięki stworzeniu listy najczęściej zadawanych pytań i odpowiedzi odnoszących się do grup lokalizacji, które można publikować w sieci na szeroką skalę.

		_	Address: 21917 N 97th Dr #200, Peoria, AZ 85383
Name 🤤	Action		Hours: Open · Closes 5PM · More hours Updated by this business 1 week ago
			Health & safety: Mask required · Temperature check
BDP Southern AZ	ØX		required · Staff wear masks · Staff get temperature checks · Staff required to disinfect surfaces between visits · More details
			Phone: (480) 269-5649
BDP Northern AZ	$\land$ $\lor$		Suggest an edit · Own this business?
		r r	Questions & answers Q: Do you speak another language in Ask a question
			your office?
BDP Central AZ	ØX		A: Our staff at this location is fluent in English and Spanish. We are happy to accommodate other See all questions (124)

Widok z platformy Reputation

Widok z Google

**BDP** - Uptown

4.7 ★★★★ \$1 Google reviews Optometrist in Peoria, Arizona

Website Directions Save Call

![](_page_33_Picture_14.jpeg)

#### Krok 1: Dodaj Najczęstsze pytania

Stwórz listę Najczęstszych pytań dla każdej grupy lokalizacji, np. północna AZ i południowa AZ, aby wskazać, które pytania powinny być publikowane w profilach poszczególnych grup lokalizacji.

#### Aby dodać pytanie:

- 1. Z poziomu platformy kliknij Profile.
- 2. Kliknij Rich Content.
- 3. Kliknij zakładkę Najczęstsze pytania.
- 4. Kliknij Dodaj pytanie.

Uwaga: Obecnie nie można dokonywać zbiorczego importu Najczęstszych pytań.

- 5. Zmień ustawienia Najczęstszych pytań:
  - Nazwa: Nazwij swój zestaw pytań.
  - Data rozpoczęcia-zakończenia: Opcjonalnie wpisz datę rozpoczęcia i zakończenia. Pytania i odpowiedzi związane z Najczęstszymi pytaniami będą publikowane zgodnie z datą rozpoczęcia i automatycznie usuwane zgodnie z datą zakończenia.

Uwaga: Jeśli pole to będzie puste, pytania związane z tym zestawem Najczęstszych pytań nie będą usuwane, dopóki nie zostaną usunięte indywidualnie.

- Powiązane z: Wybierz filtr dla powiązania. Dostępne opcje: Stan, Miasto, Lokalizacja i niestandardowe filtry. Po dokonaniu wyboru zaznacz pole obok lokalizacji lub grupy lokalizacji, które chcesz powiązać z Najczęstszymi pytaniami.
- Źródła: Wybierz miejsca publikacji Najczęstszych pytań.

Uwaga: Ta funkcja obejmuje obecnie tylko Google.					
FAQs Menus Produc Edit Title * Start-End Date * Associate With *	BDP Southern AZ Jul 06, 2022 Jul 06, 2022 Location Filter All   None BDP - Uptown	Selected Locations (All): Show Locations			
Sources *	Google ×	Cancel 🗸 Save			

6. Kliknij Zapisz.

![](_page_34_Picture_17.jpeg)

#### Krok 2: Dodaj grupy

Użyj grup, aby uporządkować swoje pytania w kategorie, np. Obsługa posprzedażowa lub Przyjęte ubezpieczenie, w celu uproszczenia zarządzania.

Uwaga: Grupy są wyświetlane tylko na platformie; nie są publikowane w profilach.

#### Aby dodać grupy:

- 1. W zakładce Najczęstsze pytania kliknij wybrane pytanie.
- 2. Kliknij Dodaj grupę.
- 3. Wpisz nazwę i kliknij Wyślij.

BDP We	stern AZ 🖉		
Title		BDP Western AZ	
Start - E	End Date	7/11/2022 - 8/31	/2022
Source	S	G Google	
Associa	ate With	<ul> <li>B012</li> <li>B004</li> <li>B005</li> <li>B007</li> <li>B021</li> </ul>	
Section	IS		
		Add Group	Add Question
Create	Group		×
FAQ Title	BDP Western AZ		
Title *	Insurance		
		C	ancel Submit

#### Krok 3: Dodaj pytania

Wybierz najczęściej zadawane pytania i przyporządkuj im odpowiedzi dla każdej z grup lub kategorii w Najczęstszych pytaniach. Pytania i odpowiedzi są publikowane w profilach wszystkich lokalizacji uwzględnionych w Najczęstszych pytaniach.

#### Aby dodać pytania:

- 1. W zakładce Najczęstsze pytania kliknij wybrane pytanie.
- 2. Kliknij Dodaj pytanie.
- 3. Wpisz nazwę, pytanie, odpowiedź i wybierz lub dodaj grupę.
- 4. Kliknij Wyślij.

![](_page_36_Picture_8.jpeg)

Reputation

#### O czym należy pamiętać, dodając Najczęstsze pytania:

Przesłane pytania i odpowiedzi są publikowane codziennie.

Strony Profilu Firmy w Google muszą być połączone z platformą, aby możliwa była publikacja Najczęstszych pytań w profilach lokalizacji.

Najczęstsze pytania można edytować i usuwać, podczas gdy Grupy oraz Pytania i odpowiedzi można tylko edytować.

![](_page_37_Figure_7.jpeg)

![](_page_37_Picture_8.jpeg)

#### Menu

Wygodnie definiuj i publikuj menu dla profili GBP z poziomu platformy na szeroką skalę.

Krok 1: Dodaj menu

Stwórz menu na każdą porę roku lub okazję, np. menu jesienne i zimowe, aby określić, które pozycje menu powinny być publikowane w profilach grup lokalizacji.

#### Aby dodać menu:

- 1. Z poziomu platformy kliknij Profile.
- 2. Kliknij Rich Content.
- 3. Kliknij zakładkę Menu.
- 4. Kliknij Dodaj menu.
- **5.** Zmień ustawienia Menu:
  - Nazwa: Nazwij swoje Menu.
  - **Data rozpoczęcia-zakończenia:** Wpisz datę rozpoczęcia i zakończenia publikacji menu.

Uwaga: Jeśli menu, którego data ważności wygasła, nie zostanie zastąpione innym, takie menu pozostanie w GBP. Jeśli dwa menu mają taką samą datę rozpoczęcia, obydwa zostaną opublikowane.

- Powiązane z: Wybierz filtr dla powiązania. Po dokonaniu wyboru zaznacz pole obok lokalizacji lub grupy lokalizacji, które chcesz powiązać z Najczęstszymi pytaniami.
- Źródła: Wybierz, gdzie menu będzie publikowane. (Funkcja obecnie obejmuje tylko Google).
- Adres URL z treścią: Dołącz łącze do menu na Twojej stronie internetowej do publikacji.
- 6. Kliknij Zapisz.

FAQs Menus	Products	
Menus / Winter M	enu / Edit	
Title *	Winter Menu	
Start-End Date *	Dec 01, 2021 Feb 28, 2022	
Associate With <b>*</b>	Select 👻	Selected Locations (All):
	Filter	Show Locations
Sources *	Google ×	~
Content URL		
		Cancel 🗸 Save

![](_page_38_Picture_19.jpeg)

#### Krok 2: Dodaj sekcje

Dziel swoje menu na sekcje i twórz grupy pozycji, np. Przystawki, Makarony i Desery.

#### Aby dodać sekcje:

- 1. W zakładce Menu kliknij wybrane Menu.
- 2. Kliknij Dodaj sekcję.
- 3. Wpisz nazwę i kliknij Wyślij.

	Menus / Winter Menu 🖉	9
	Title	Winter Menu
	Start - End Date	12/1/2020 - 2/28/2021
	Sources	G Google
	Content URL	
	Associate With	<ul> <li>B003</li> <li>B014</li> <li>B006</li> <li>B008</li> <li>B015</li> <li>B013</li> </ul>
	Sections	Appetizers Cheesy Garlic Bread Pasta
		Spaghetti & Meatballs
		Desserts Chocolate Chip Cheesecake
		Add Section Add Item
Add	Section	×
Menu	Title Winter Menu	
Title *	Entree	
		Cancel Submit

#### Krok 3: Dodaj pozycje

Skompiluj szczegółowe informacje o pozycjach w menu i umieść je w sekcjach menu.

#### Aby dodać pozycje:

- 1. W zakładce Menu kliknij wybrane Menu.
- 2. Kliknij Dodaj pozycję.
- **3.** Dodaj szczegółowe informacje dotyczące pozycji. Dostępne opcje: Nazwa, Opis, Cena, Ostrość, Alergeny, Dieta, Typ kuchni, Sekcja.
- 4. Kliknij Wyślij.

Menus / Winter Menu	Ø		
Title	Winter Menu		
Start - End Date	12/1/2020 - 2/28/2021		
Sources	G Google		
Content URL			
Associate With	<ul> <li>B003</li> <li>B014</li> <li>B006</li> <li>B008</li> <li>B015</li> <li>B013</li> </ul>		
	- 2013	Add Menu	Item ×
Sections	Appetizers Cheesy Garlic Bread	Menu Title	Winter Menu
	Pasta	Title *	Chicken Alfredo
	Desserts Chocolate Chip Cheesecake	Description	Large helping of fettuccini pasta with a creamy white sauce, topped with seasoned chicken.
	Add Section Add Item	Price	16 US Dollar (USD) 🗸
		Spiciness	Mild 🗸
		Allergens	Dairy ×
		Cuisines	Italian 🗸
		Dietary Restrictions	Q Search 🗸
		Section *	Pasta V Add Section
			Cancel Submit

#### O czym należy pamiętać, dodając menu:

Zawartość menu jest publikowana codziennie.

\_\_\_\_\_

Strony Profilu Firmy w Google muszą być połączone z platformą, aby możliwa była publikacja Menu w profilach lokalizacji.

Google wyświetla menu przy każdym wyszukiwaniu na urządzeniu mobilnym, podczas gdy bardzo rzadko lub wcale nie pokazuje menu, gdy wyszukiwanie odbywa się na komputerze stacjonarnym.

-----

Menu w usłudze Reputation jest dostępne dla wszystkich branż, jednak Google może, ale nie musi, publikować menu z branż innych niż hotelarska lub restauratorska.

Menu, Sekcje oraz Pozycje można w razie potrzeby edytować i usuwać.

![](_page_41_Picture_11.jpeg)

## Produkty

Niektóre firmy mogą teraz prezentować swoje usługi w GBP w szybki i skalowalny sposób, co ułatwia potencjalnym klientom wyszukiwanie na urządzeniach mobilnych.

#### Krok 1: Dodaj produkty

Utwórz Produkt dla każdego typu produktu lub usługi, np. jeden produkt dla egzaminów, a drugi dla artykułów detalicznych, aby określić, które produkty powinny być publikowane w poszczególnych profilach grup lokalizacji.

#### Aby dodać produkty:

- 1. Z poziomu platformy kliknij Profile.
- 2. Kliknij Rich Content.
- 3. Kliknij zakładkę Produkty.
- 4. Kliknij Dodaj produkt.
- 5. Zmień ustawienia Produktów:
  - Nazwa: Nazwij swój Produkt.
  - Data rozpoczęcia-zakończenia: Opcjonalnie wpisz datę rozpoczęcia i zakończenia. Pozycje powiązane z tym Produktem zostaną opublikowane zgodnie z datą rozpoczęcia i automatycznie usunięte zgodnie z datą zakończenia.

Uwaga: Jeśli pole to będzie puste, pozycje związane z tym Produktem nie będą usuwane, dopóki nie zostaną usunięte indywidualnie.

- **Powiązane z**: Wybierz filtr dla powiązania. Po dokonaniu wyboru zaznacz pole obok lokalizacji lub grupy lokalizacji, które chcesz powiązać z Produktem.
- Źródła: Wybierz miejsca publikacji Produktu. Ta funkcja zawiera obecnie tylko opcję Google.
- Adres URL treści: Dołącz łącze do produktów ze swojej strony internetowej w celach publikacji.

#### 6. Kliknij Zapisz.

Title *	Retail	
Start-End Date *	Start Date End Date	
Associate With *	Assoiciate By:	
	Location 👻	Selected Locations (None):
	Filter	
	All None BDP - Uptown	
	Reset Selections	
Sources	Google ×	Ý
Content URL	https://sites.google.com/view/bdpuptown/home	
		Cancel 🗸 Save

Reputation

#### Krok 2: Dodaj sekcje

Pogrupuj swoje pozycje Produktów według sekcji, np. Okulary, Szkła kontaktowe i Zestawy podróżne.

#### Aby dodać sekcje:

- 1. W zakładce Produkty kliknij wybrany Produkt.
- 2. Kliknij Dodaj sekcję.
- 3. Wpisz nazwę i kliknij Wyślij.

Products / I	Retail 🖉			
Title		Retail		
Start - End I	Date	0		
Sources		G Google		
Content UR	L	https://sites.googl	e.com/view/bdpu	iptown/home
Associate W	/ith	• B021		
Sections		Glasses BDP Glasses Ray Sunglasses Contact Lenses Perfect Fit Lens All Natural Lens Travel Sets Contact Lens Tr Glasses Travel S Add Section	es 5 Cleaner ravel Set 5et Add Item	
Add Sec	tion			×
Product Title	Retail			
Title *	Blue Light G	lasses		
			Cancel	Submit

#### Krok 3: Dodaj pozycje

Skompiluj szczegółowe informacje o poszczególnych pozycjach w sekcjach dla kategorii danego Produktu.

#### Aby dodać pozycje:

- 1. W zakładce Produkty kliknij wybrany Produkt.
- 2. Kliknij Dodaj pozycję.
- **3.** Dodaj szczegółowe informacje dotyczące pozycji. Dostępne opcje: Nazwa, Opis, Cena, Sekcja.

Uwaga: Jedyne wymagane pola to Nazwa i Sekcja. Dostępne pola szczegółów pozycji odpowiadają polom publikacji w Google.

4. Kliknij Wyślij.

Products / Retail 🖉				
Title	Retail			
Start - End Date	0			
Sources	G Google			
Content URL	https://sites.google.com/view/bdpuptowr	n/home		
Associate With	• B021			
Sections	Glasses BDP Glasses Ray Sunglasses Contact Lenses Perfect Fit Lenses All Natural Lens Cleaner			
	Travel Sets	Add Produc	ct ltem	×
	Contact Lens Travel Set Glasses Travel Set	Product Title	Retail	
	Add Section Add Item	Title *	Round	
		Description		
	V	Price		Select 🗸
		Section *	Glasses	✓ Add Section
				Cancel Submit

#### O czym należy pamiętać, dodając produkty:

Treści dotyczące produktów są publikowane codziennie.

Strony Profilu Firmy w Google muszą być połączone z platformą, aby możliwa była publikacja Produktów w profilach lokalizacji.

Produkty są obsługiwane przez Google tylko na urządzeniach mobilnych.

Produkty, Sekcje oraz Pozycje można w razie potrzeby edytować i usuwać.

![](_page_45_Picture_9.jpeg)

# Najczęstsze pytania dotyczące profili firmowych

Oto najczęstsze pytania dotyczące korzystania z zarządzanych profili firmowych.

# Co dzieje się, gdy ktoś inny zasugeruje zmianę moich godzin pracy?

Aktualizując dane, Google polega zarówno na informacjach od konsumentów, jak i firm.

Program Przewodnicy Google oferuje zachęty dla konsumentów, aby skłonić ich do odpowiadania na pytania dotyczące firm w celu usprawnienia procesu wypełniania i zatwierdzania profili firm.

W przypadku takich elementów jak fotografie i recenzje, treści przesyłane przez użytkowników są doskonałym sposobem na zwiększenie widoczności Twojego profilu! Takie dane jak godziny otwarcia lub adres często są mniej mile widziane.

Jeśli użytkownik zasugeruje zmianę godzin otwarcia lub adresu, zmiany w profilu mogą zostać wprowadzone na bieżąco, niemalże od razu. Jednak jeśli Twoja firma korzysta z zarządzanych profili oferowanych przez Reputation, Twoje źródło prawdy skoryguje te zmiany podczas kolejnego automatycznego audytu (zazwyczaj raz na 24 godziny).

# W jaki sposób atrybuty wpływają na wyszukiwanie?

Atrybuty pozwalają klientom zobaczyć, co oferuje Twoja firma, w tym na przykład czy w restauracji jest Wi-Fi lub stoliki na zewnątrz lub czy przedsiębiorstwem zarządzają kobiety. Dodanie odpowiednich atrybutów

![](_page_46_Picture_10.jpeg)

wykraczających poza Twoją kategorię biznesową pomoże Ci zwrócić uwagę klientów, którzy trafią na Twoją firmę w Google.

Przykład: "Hej Google, gdzie jest najbliższy okulista oferujący dostęp dla osób na wózkach inwalidzkich"?

Uwaga: Twoja kategoria biznesowa determinuje to, jakie atrybuty są dostępne dla Twojego profilu. Na przykład możesz zobaczyć atrybuty dotyczące akceptowanych form płatności i opcji dostępności lub tego, czy firma jest przyjazna dla osób LGBTQ.

Reputation

# Czy mogę odpowiadać na własne pytania / dodawać odpowiedzi w sekcji Pytania i odpowiedzi?

Wpisywanie przez firmę treści we własnej rubryce Pytania i odpowiedzi jest postępowaniem całkowicie dopuszczalnym (i wskazanym). Zastanów się, o co często pytają klienci lub zadaj pytanie dotyczące usług, których *nie* świadczysz. Opublikuj pytanie w formie głosu klienta, lecz odpowiadaj w tonie firmowym. Upewnij się, że posty są zrozumiałe – nie powinny być odebrane jako wpis marketingowy.

Pytania/odpowiedzi z największą liczbą polubień wyświetlają sie jako pierwsze, więc pamiętaj, aby dodawać polubienia przy dobrych odpowiedziach innych użytkowników. Jeśli razem z użytkownikiem odpowiecie na to samo pytanie i otrzymacie tyle samo polubień, odpowiedź konsumenta będzie faworyzowana, więc wyświetli się wyżej.

## Jak korzystać z wpisów społecznościowych w GBP?

Firma Google zarezerwowała ogromną powierzchnię na umieszczanie postów w GBP w ramach Panelu Wiedzy. To bezprecedensowa okazja, aby przyciągnąć uwagę klienta podczas wyszukiwania. Wpisy w GBP funkcjonują nieco inaczej niż na tradycyjnych platformach społecznościowych.

- Korzystaj z prostych, kolorowych obrazów bez tekstu. Najlepsza jest wysoka jakość (co najmniej 750 pikseli x 540 pikseli). Można dodać tekst na obrazku, ale może on zostać ucięty na urządzeniach mobilnych. Najlepiej nie używać nakładek tekstowych. Pliki filmów nie są obsługiwane.
- **Zwięzłe, treściwe opisy.** Możesz użyć 1500 znaków, ale najlepiej ogranicz się do 100– 120. Opisy są ucinane w wynikach wyszukiwania.
- **Zrozumiałe przyciski CTA.** Urozmaicaj treść swoich wpisów, korzystając z tych opcji: Zarezerwuj, Zamów online, Kup, Więcej, Zarejestruj się, Uzyskaj ofertę. Skorzystaj z opcji śledzenia kliknięć (UTM) w swoich adresach URL, aby śledzić swoje sukcesy.
- Stosuj nagłówki zachęcające do działania (tylko wydarzenia). Ważność wszystkich wpisów w GBP wygasa po maks. 7 dniach, ale posty dotyczące wydarzeń mają swoje terminy rozpoczęcia i zakończenia. Gdy publikujesz z poziomu platformy, możesz zamieszczać wpisy w maksymalnie 9 lokalizacjach na post. Musisz jednak posiadać unikalne poświadczenia na platformie dla każdej lokalizacji.

# Jak doprowadzić do usunięcia recenzji?

Jeśli wiesz, że dana recenzja została omyłkowo wystawiona Twojej firmie (tzn. była przeznaczona dla innej firmy) lub zawiera pomówienia / niestosowny język, możesz zgłosić naruszenie. W oknie recenzji Google możesz najechać kursorem na flagę przy treści recenzji.

![](_page_47_Picture_12.jpeg)

Pamiętaj, aby nie wnioskować o usunięcie recenzji, która nie narusza zasad witryny. Innymi słowy, nie proś o usunięcie recenzji tylko dlatego, że Ci się nie podoba. Niektóre witryny z recenzjami zaczynają pokazywać, kiedy właściciel firmy poprosił o usunięcie recenzji, która nie narusza wytycznych.

![](_page_47_Picture_14.jpeg)

#### Do czego wykorzystuje się rezerwacyjny adres URL?

Rezerwacyjne adresy URL zapewniają łącze w ramach profilu firmy kierujące użytkownika do strony internetowej dedykowanej planowaniu wizyty lub rezerwacji (na przykład: wizyty u lekarza, pokazu nieruchomości na wynajem, rezerwacji stolika w restauracji).

#### Na czym polega zaawansowane zarządzanie kategoriami?

Reputation pozwala firmom na publikację kategorii dla ich lokalizacji w szeregu różnych zewnętrznych katalogów (zwanych także stronami wydawców) takich jak Google, Facebook, Apple, Bing itd. Obecnie firmy widzą tylko kategorie Reputation, które są wewnętrznie zmapowane z kategorami katalogu. Tego rodzaju podejście jest problematyczne dla użytkowników, ponieważ nie widzą, jakie kategorie są faktycznie publikowane w zewnętrznych katalogach.

Dzięki zaawansowanemu zarządzaniu kategoriami firmy mogą teraz korzystać z platformy Reputation do weryfikacji, jak ich kategorie Reputation są mapowane na kategorie w katalogach. Dotyczy to zarówno głównych, jak i dodatkowych kategorii. Użytkownicy będą mogli wyświetlać kategorie katalogu tak, jak wyświetlają lub dodają kategorie do swoich lokalizacji i profili.

Żeby skorzystać z tej funkcji:

- 1. Przejdź do Profili, a następnie Profili.
- 2. Kliknij **Profil**, a następnie **Edytuj** (Opcja 1 na obrazie) LUB kliknij ikonę edycji po prawej stronie Profilu (Opcja 2 na obrazie).

Formatted Name	<b>♦</b> Code	Status 🔤	Profile Type ⊖	Address 🔤	Actions
1 BDP - Uptown (B021)	B021	Cleansed	Rooftop	21917 North 97th Dr, #200, Peoria, AZ 85383 US	2 8

3. Kliknij Kategorie po lewej stronie panelu, a następnie Zaawansowane zarządzanie kategoriami.

Profiles > BDP - Uptown						
Profile Information	⊕ Add Office					
Basic						
Offices	Categories					
Categories	Categories*	Optometry	Primary			
Attributes		Add Category	Advanced Category			
Medical			Management			

- 4. Teraz możesz wyświetlać lub dodawać kategorie Reputation i kategorie katalogu.
- 5. Kliknij Zapisz zmiany.

# Co oznacza śledzenie UTM GMB?

Śledzenie UTM GMB polega na możliwości śledzenia działań, które klienci lub potencjalni klienci podejmują z Twojego profilu firmowego, takich jak połączenie telefoniczne, korzystanie ze wskazówek dojazdu lub wizyta w witrynie internetowej. Dodając lub edytując informacje w profilu firmowym na platformie Reputation, ustaw opcję śledzenia UTM GMB na "Tak", żeby monitorować powyższe działania.

# Jaki jest limit znaków w opisach Google?

Google ma limit 700 znaków. Niektóre źródła pozwalają na dodawanie zarówno krótkiej, jak i długiej wersji opisu. Krótkie wersje opisu są używane tylko na Facebooku lub jeśli długa wersja nie jest dostępna.

# Dlaczego obraz nie zostaje wysłany na profil?

Wysyłając zdjęcia i materiały wideo na profil firmowy, należy pamiętać o ograniczeniach obowiązujących w poszczególnych mediach społecznościowych.

#### Zalecane rozmiary na platformie Reputation:

- Tło, zdjęcie w tle Google, zdjęcie w tle Facebook: format JPEG, 1080 x 608 pikseli, proporcje obrazu 16:9
- Profil, zdjęcie profilowe Facebook, zdjęcie twarzy, dodatkowe: format JPEG, 720 x 720 pikseli, proporcje obrazu 1:1
- Logo, logo Google: format JPEG, 250 x 250 pikseli, proporcje obrazu 1:1

Jeśli zdjęcia nie są zgodne z zalecanymi rozmiarami, Reputation podejmie próbę ich publikacji w przypadku, gdy odpowiadają ograniczeniom nakładanym przez wydawcę:

#### Wymagania Profilu Firmy w Google

- Zdjęcie w tle: proporcje obrazu 16:9 (obowiązkowo), 480 x 270 pikseli minimum, 2120 x 1192 pikseli maksimum
- Zdjęcie logo: proporcje obrazu 1:1 (zalecane), 250 x 250 pikseli minimum, 5500 x 5400 pikseli maksimum
- Dodatkowe: proporcje obrazu 16:9 (zalecane), 250 x 250 pikseli minimum, 5200 x 5300 pikseli maksimum

#### Wymagania Facebook

- Zdjęcie profilowe: proporcje obrazu 1:1 (zalecane), minimum 180 x 180 pikseli
- Zdjęcie w tle: proporcje obrazu 2,7:1 (zalecane), 400 x 150 pikseli minimum

#### Wymagania Bing

• Zdjęcie: proporcje obrazu 4:3 (obowiązkowe), 480 x 360 minimum

Uwaga: Platforma Reputation nie jest obecnie w stanie powiadamiać użytkowników, czy ich multimedia zostały odrzucone przez źródło.

Reputation

# Płatne usługi premium

#### Skorzystaj z usług ekspertów naszej platformy w ramach płatnych usług premium.

Choć staramy się zapewnić największą intuicyjność i efektywność naszej platformy, rozumiemy, że czas jest cenny, a zasoby i szerokość pasma mogą podlegać ograniczeniom. W związku z tym Reputation posiada dedykowany zespół eksportów gotowych do pomocy przy zarządzaniu profilami, optymalizacji SEO oraz przygotowaniu, publikacji i moderacji postów w mediach społecznościowych – przy jednoczesnym zarządzaniu odpowiedziami na recenzje. Gwarantujemy doskonałą obsługę klienta dzięki zestawowi generujących wartość dodaną usług oferowanych przez naszą platformę i produkty. W czym mogą pomóc nasi eksperci:

- Wyjdź poza granice **dokładności** (zarządzane profile firmowe)
- Maksymalizuj **oddziaływanie** swoich profili firmowych (optymalizacja profilu w Google, dawniej zarządzane usługi dla Google)
- Wykorzystaj siłę mediów społecznościowych (zarządzane media społecznościowe)
- Marka, która wykazuje się największą troską, zwycięża (zarządzane odpowiedzi na recenzje)

![](_page_50_Figure_8.jpeg)

Skontaktuj się z Twoim opiekunem klienta, żeby uzyskać więcej informacji w następującym zakresie: Płatne usługi premium.

![](_page_50_Picture_10.jpeg)

# Dodatkowe zasoby

Zapoznaj się z naszym pełnym zestawem przewodników użytkownika, żeby dowiedzieć się więcej na temat platformy Reputation.

- Działania
- Administrator
- Marka w mediach społ.
- Panele główne
- Doświadczenie
- Skrzynka odbiorcza
- Aplikacja mobilna
- Strony i lokalizatory
- Rep Connect

- Wskaźnik reputacji
- Raporty
- Wnioski
- Recenzje
- Nasłuch mediów społ.
- Zestaw narzędzi społ.
- Ankiety
- Widżety

![](_page_51_Picture_20.jpeg)