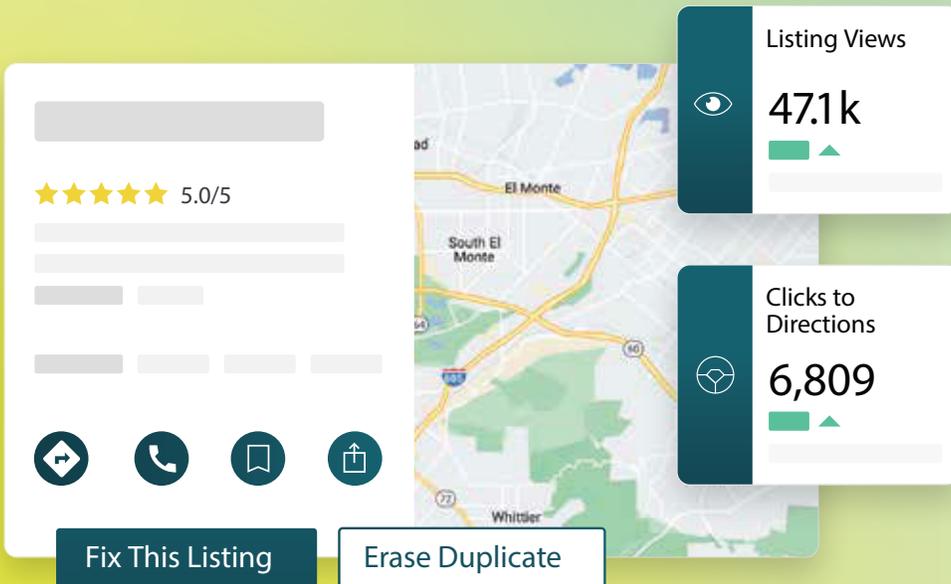


# Anúncios

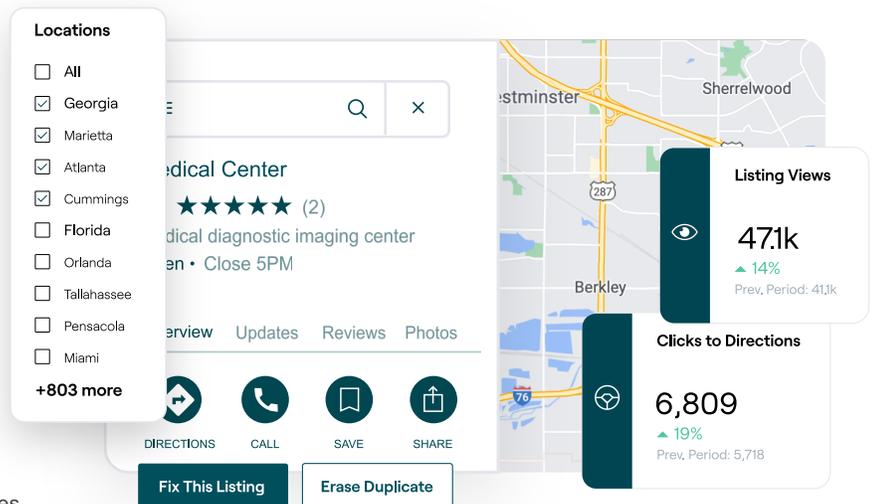


The image shows a screenshot of a listing interface. On the left, there is a listing card with a 5.0/5 star rating and a 'Fix This Listing' button. In the center, a map shows the location of the listing in El Monte, California. On the right, two performance metrics are displayed: 'Listing Views' at 47.1k and 'Clicks to Directions' at 6,809. Below the map, there is an 'Erase Duplicate' button.

Metric	Value
Listing Views	47.1k
Clicks to Directions	6,809

# Índice

- I. Visão geral dos anúncios de empresas.....2
  - a. Componentes dos anúncios de empresas
- II. Gerenciar o desempenho dos anúncios.....5
- III. Gerenciar anúncios duplicados.....11
- IV. Auditoria dos detalhes dos anúncios.....13
- V. Melhorar a precisão dos anúncios.....19
  - a. Resumo da auditoria publicada
  - b. Precisão por fonte
  - c. Categoria de realização por fonte
- VI. Usando sugestões do editor.....22
- VII. Editando perfis de anúncios.....23
  - a. Edições pontuais de dados do perfil
  - b. Edições em massa de dados do perfil
  - c. Adicionando perfis
  - d. Adicionando horários de funcionamento
  - e. Para o Identificador de lugares
- VIII. Gestão de anúncios de departamentos.....30
- IX. Gestão das Perguntas e Respostas do Google.....32
- X. Conteúdo rico.....35
  - a. Adicionando Perguntas Frequentes
  - b. Adicionando menus
  - c. Adicionando produtos
- XI. Perguntas Frequentes de anúncios de empresas.....48
- XII. Serviços pagos premium.....53
- XIII. Recursos adicionais.....54



# Visão geral dos anúncios de empresas

Supere os concorrentes e gere mais negócios através da busca local — e comece a experiência de seus clientes da maneira certa.

Quando uma empresa tem anúncios duplicados ou informações incorretas, isso pode gerar confusão nos clientes e perda de negócios. A precisão dos dados dos anúncios na web é essencial para que sua empresa se encontre acima dos seus concorrentes. As fontes de anúncio das "cinco grandes", como mostramos abaixo, representam 91% do tráfego de anúncios e são um ótimo lugar para começar.



Google



Google Maps



Perfil da Empresa no Google (conhecido anteriormente como Google Meu Negócio)



Apple Maps



Microsoft Bing

A guia "**Anúncios**" permite que você monitore e mantenha a presença on-line de todas as suas localidades na web para corresponder à sua fonte de verdade. Os benefícios de usar anúncios de empresas incluem:

## *Destaque-se nas Buscas*

- Alcance mais visualizações com anúncios atualizados
- Aumente a conversão e o tráfego de clientes, seja na loja ou on-line

## *Respostas sem cliques*

- Permita que os clientes encontrem o que procuram rapidamente
- Garanta que as respostas a Perguntas Frequentes apareçam em suas páginas de resultados de pesquisa

## *Atualize anúncios em escala*

- Faça mudanças nas informações da sua empresa em todas as localidades
- Garanta a consistência da marca

## Componentes dos anúncios de empresas

Os seguintes componentes formam a solução de anúncios de empresas da Reputation:

### Desempenho

Permite saber quantas pessoas veem e agem em seus anúncios no Google, Bing, e Facebook. Monitore o seguinte:

- Cliques para seu site, chamadas telefônicas, e rotas de carro
- Visualizações de anúncios
- Tipos de buscas que fazem com que seus anúncios sejam exibidos, uploads e visualizações de suas mídias no Google
- Impressões dos Google Posts ao longo do tempo.

### Precisão dos anúncios

Permite que você monitore as ações realizadas para gerenciar a precisão de seus anúncios.

Divida anúncios publicados, pendentes ou não realizáveis em grupos para visualizar quantos pontos de dados estão corretos, incorretos e corrigidos para seus locais selecionados. Visualize métricas corrigidas de precisão e pontos de dados em fontes de alto tráfego, como Google e Bing.

### Detalhes dos anúncios

Permite que você veja rapidamente onde existem discrepâncias em cada uma de suas localidades. Monitore quando a plataforma auditou seus anúncios pela última vez.

Clique em qualquer localidade para comparar sua fonte de verdade com os dados ativos dos principais sites de origem. Visualize os dados de perfil de cada localidade e adicione, altere ou exclua pontos de dados existentes.

### Sugestões do editor

Ajuda você a manter a precisão dos dados de seus anúncios com base no feedback recebido dos usuários e dos sites dos editores.

Você pode rejeitar ou aceitar a alteração sugerida. Se você aceitar, o sistema atualizará automaticamente sua fonte de verdade e publicará em todos os sites de editores.

Componentes dos anúncios de empresas continuam:

### Anúncios duplicados



Permite que você monitore os possíveis anúncios duplicados, e aja com o objetivo de removê-los.

Os possíveis anúncios duplicados são identificados com base em nome, localidade, descrição, e outros fatores internos, permitindo que você indique se eles são duplicados ou não. Com base na resposta, é tomada uma ação para remover o anúncio duplicado ou deixá-lo como está.

### Perguntas e Respostas



Permite que você monitore uma lista de perguntas postadas por usuários em seus anúncios, além de métricas relativas a perguntas Respondidas e Não respondidas.

Também lhe proporciona a possibilidade de postar suas próprias respostas a estas perguntas.

### Perfis



Permite que você veja rapidamente onde existem discrepâncias em cada uma de suas localidades. Monitore quando a plataforma auditou seus anúncios pela última vez.

Clique em qualquer localidade para comparar sua fonte de verdade com os dados ativos dos principais sites de origem. Visualize os dados de perfil de cada localidade e adicione, altere ou exclua pontos de dados existentes.

**Observação:** precisa de ajuda para gerenciar sua presença no Google? Dê uma olhada na oferta de ajuda de nossos Serviços pagos premium

# Gerenciando o desempenho dos anúncios

Entenda como as pessoas interagem com seus anúncios.

A guia "Desempenho" em "**Anúncios**" proporciona uma compreensão de seu público on-line e de como eles encontram sua empresa no Google, Facebook, e Bing. Descubra como eles agem ao encontrar seus anúncios e aprenda como melhorá-los e como fazer um marketing mais efetivo. Veja insights no intervalo de datas selecionado ou ao longo do tempo.

## Gráfico de resumo

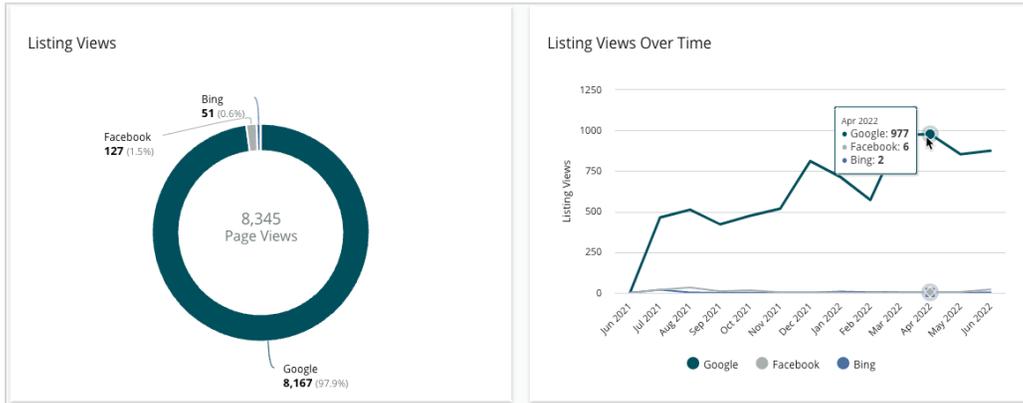
Na parte superior da página, visualize um resumo das impressões em seus anúncios do Facebook, Google e Bing, e o número total de ações realizadas pelos visitantes nesses anúncios no intervalo de datas especificado. As visitas ao site incluem todos os cliques de celulares e outros dispositivos.

Listing Views	Clicks to Phone Calls	Clicks to Directions	Clicks to Website																														
 <b>8,345</b> <small>▲ 38%</small> Prev. Period: 6,045	 <table border="0"> <tr> <td>Conversions</td> <td>Conversion Rate</td> </tr> <tr> <td><b>17</b></td> <td><b>0.2%</b></td> </tr> <tr> <td><small>▼ 47%</small></td> <td><small>▼ -0.3%</small></td> </tr> <tr> <td><small>Prev. Period: 32</small></td> <td><small>Prev. Period: 0.5%</small></td> </tr> <tr> <td></td> <td><small>Industry Average 2.7%</small></td> </tr> </table>	Conversions	Conversion Rate	<b>17</b>	<b>0.2%</b>	<small>▼ 47%</small>	<small>▼ -0.3%</small>	<small>Prev. Period: 32</small>	<small>Prev. Period: 0.5%</small>		<small>Industry Average 2.7%</small>	 <table border="0"> <tr> <td>Conversions</td> <td>Conversion Rate</td> </tr> <tr> <td><b>14</b></td> <td><b>0.2%</b></td> </tr> <tr> <td><small>▼ 50%</small></td> <td><small>▼ -0.3%</small></td> </tr> <tr> <td><small>Prev. Period: 28</small></td> <td><small>Prev. Period: 0.5%</small></td> </tr> <tr> <td></td> <td><small>Industry Average 1.0%</small></td> </tr> </table>	Conversions	Conversion Rate	<b>14</b>	<b>0.2%</b>	<small>▼ 50%</small>	<small>▼ -0.3%</small>	<small>Prev. Period: 28</small>	<small>Prev. Period: 0.5%</small>		<small>Industry Average 1.0%</small>	 <table border="0"> <tr> <td>Conversions</td> <td>Conversion Rate</td> </tr> <tr> <td><b>52</b></td> <td><b>0.6%</b></td> </tr> <tr> <td><small>▼ 49%</small></td> <td><small>▼ -1.1%</small></td> </tr> <tr> <td><small>Prev. Period: 101</small></td> <td><small>Prev. Period: 1.7%</small></td> </tr> <tr> <td></td> <td><small>Industry Average 1.4%</small></td> </tr> </table>	Conversions	Conversion Rate	<b>52</b>	<b>0.6%</b>	<small>▼ 49%</small>	<small>▼ -1.1%</small>	<small>Prev. Period: 101</small>	<small>Prev. Period: 1.7%</small>		<small>Industry Average 1.4%</small>
Conversions	Conversion Rate																																
<b>17</b>	<b>0.2%</b>																																
<small>▼ 47%</small>	<small>▼ -0.3%</small>																																
<small>Prev. Period: 32</small>	<small>Prev. Period: 0.5%</small>																																
	<small>Industry Average 2.7%</small>																																
Conversions	Conversion Rate																																
<b>14</b>	<b>0.2%</b>																																
<small>▼ 50%</small>	<small>▼ -0.3%</small>																																
<small>Prev. Period: 28</small>	<small>Prev. Period: 0.5%</small>																																
	<small>Industry Average 1.0%</small>																																
Conversions	Conversion Rate																																
<b>52</b>	<b>0.6%</b>																																
<small>▼ 49%</small>	<small>▼ -1.1%</small>																																
<small>Prev. Period: 101</small>	<small>Prev. Period: 1.7%</small>																																
	<small>Industry Average 1.4%</small>																																

**Observação:** "conversões" significa o número de vezes que um cliente clicou para ligar, obter rotas de carro ou visitar o site a partir do anúncio da empresa. A taxa de conversão é o número de vezes em que a ação foi clicada dividido pelo número de visualizações no Google.

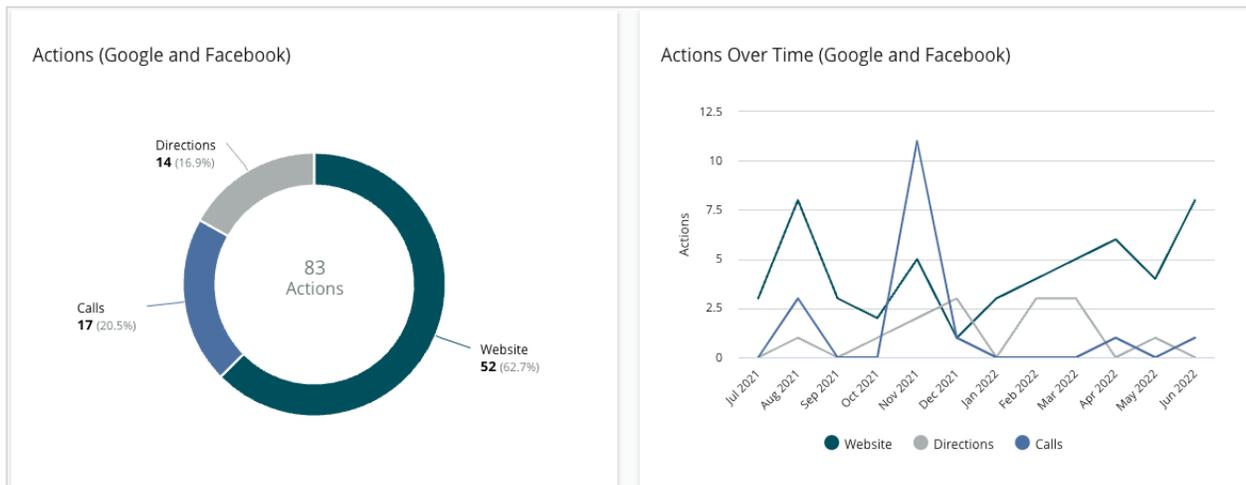
## Visualizações de anúncios

Um detalhamento do total de visualizações de páginas de anúncios do Facebook, Bing e Google (inclui Pesquisa e Mapa). Uma fonte não é mostrada se nenhum dado estiver disponível.



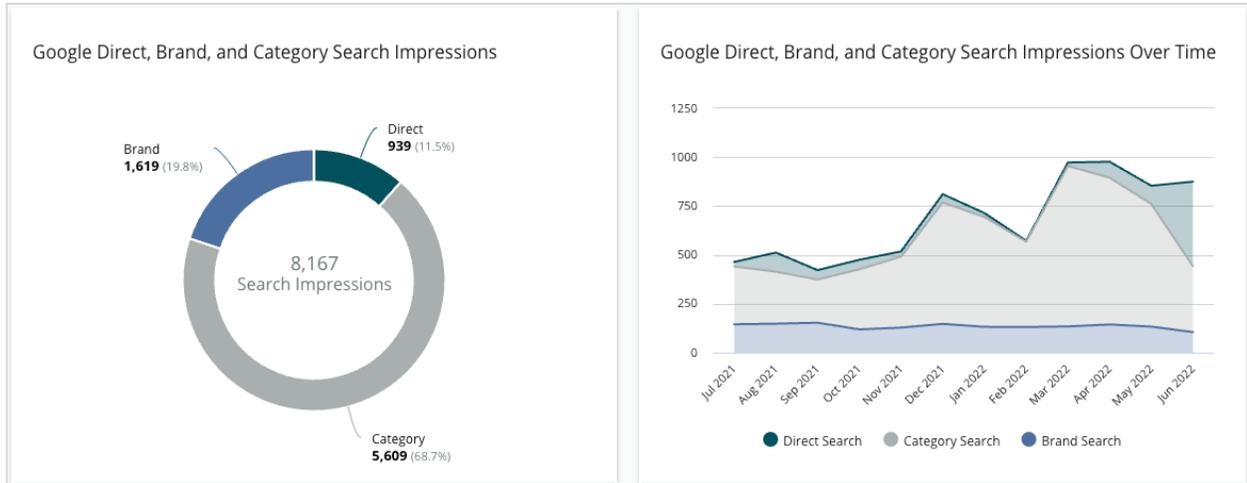
## Ações (Google e Facebook)

Uma decomposição do número de ações que as pessoas realizam em seus anúncios: chamada telefônica, rotas de carro e visitas ao site. Em conjunto com o número de visualizações em seus anúncios, pode ajudar você a calcular as taxas de conversão de visualizadores em usuários engajados.



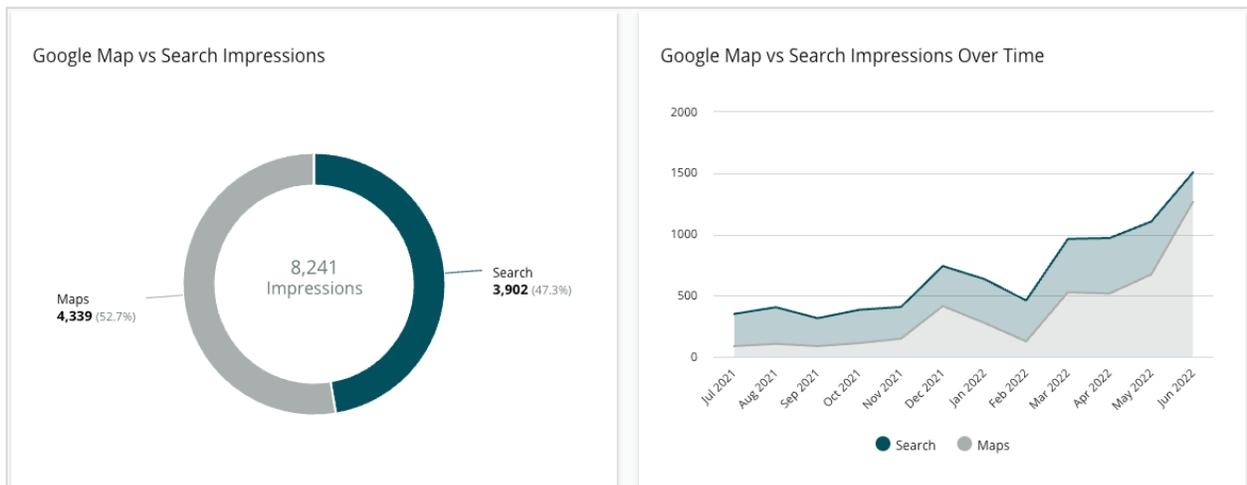
## Impressões de pesquisa do Google (Direta, Marca e Categoria)

Um detalhamento das impressões de pesquisa do nome da localidade em comparação com a marca e com a categoria.



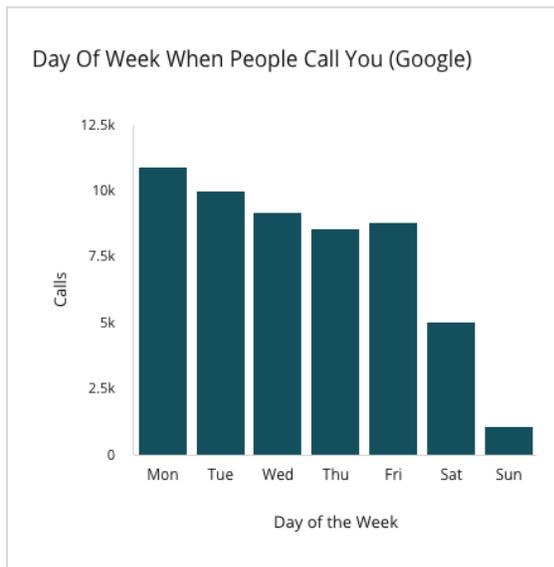
## Google Maps versus Impressões de pesquisa

Um detalhamento das impressões de pesquisa do Google Maps em comparação com a pesquisa direta.



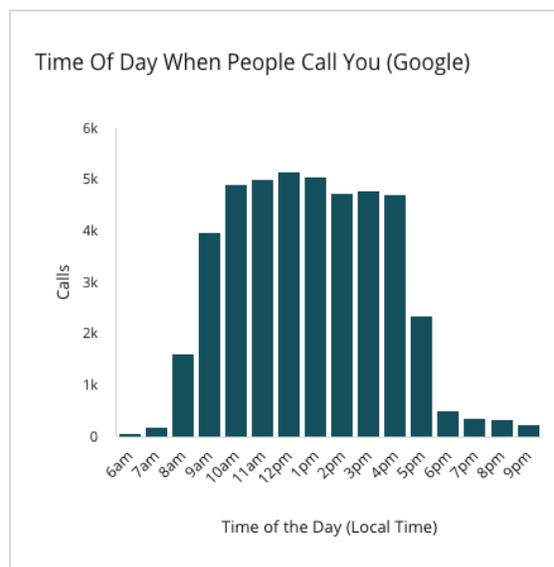
## Dia da semana em que as pessoas ligam para você

Uma decomposição dos dias em que as pessoas tocam no botão "Ligar" em seus anúncios. O gráfico mostra o número total de ligações feitas a partir de seus anúncios no intervalo de datas selecionado, agrupado por dia da semana.



## Hora do dia em que as pessoas ligam para você

Um detalhamento dos horários em que as pessoas ligam para sua localidade, agrupados por hora do dia. O gráfico inclui ligações das 5 h às 21 h. Qualquer ligação feita fora destes horários não é incluída no gráfico.

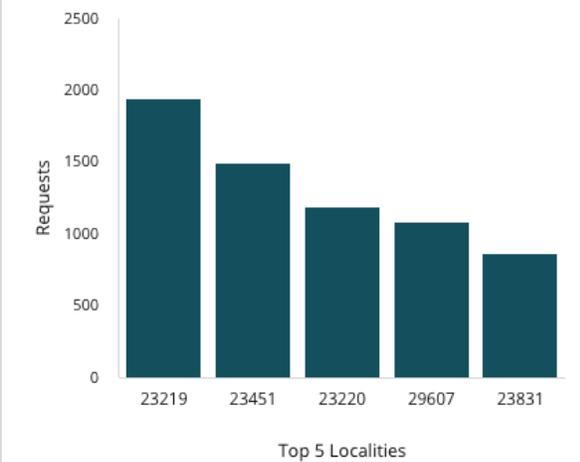


## Principais localidades para solicitações de rotas de carro

Uma visualização geral dos lugares onde os visitantes de seus anúncios do Google solicitam rotas de carro. As colunas fornecem uma visualização em cascata em nível de país, estado, distrito e cidade. Os rótulos de Coluna (nomes ou números) são fornecidos diretamente pelo Perfil da Empresa no Google (conhecido anteriormente como Google Meu Negócio).

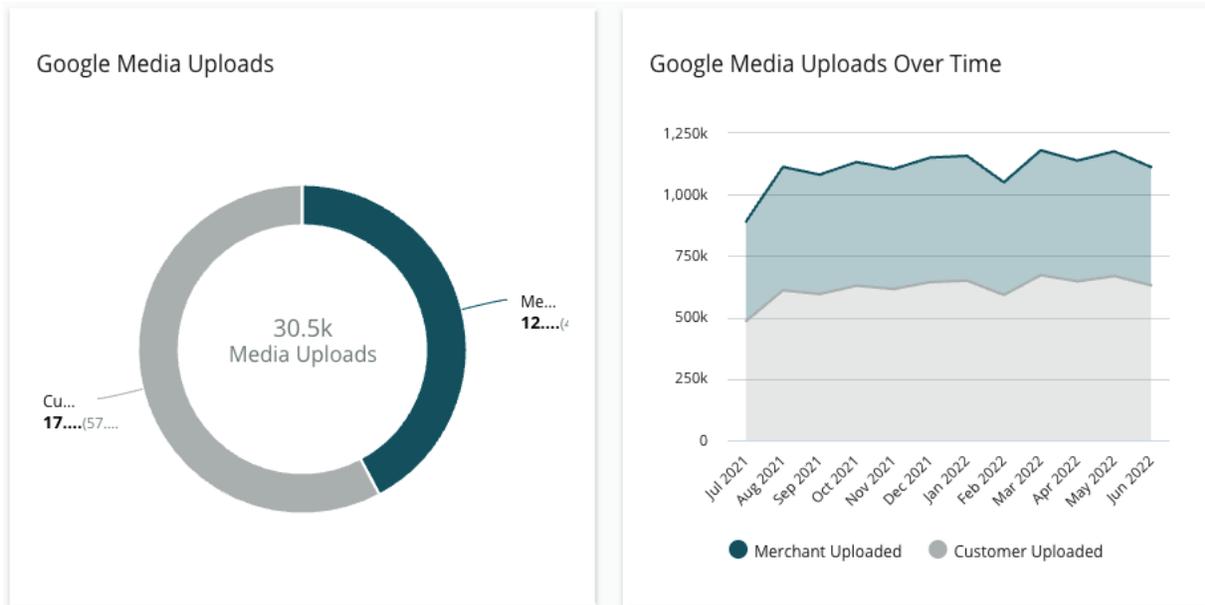
### Top Localities For Driving Requests (Google)

Data is pulled directly from Google. Some localities are broader because more specific location data is not available.



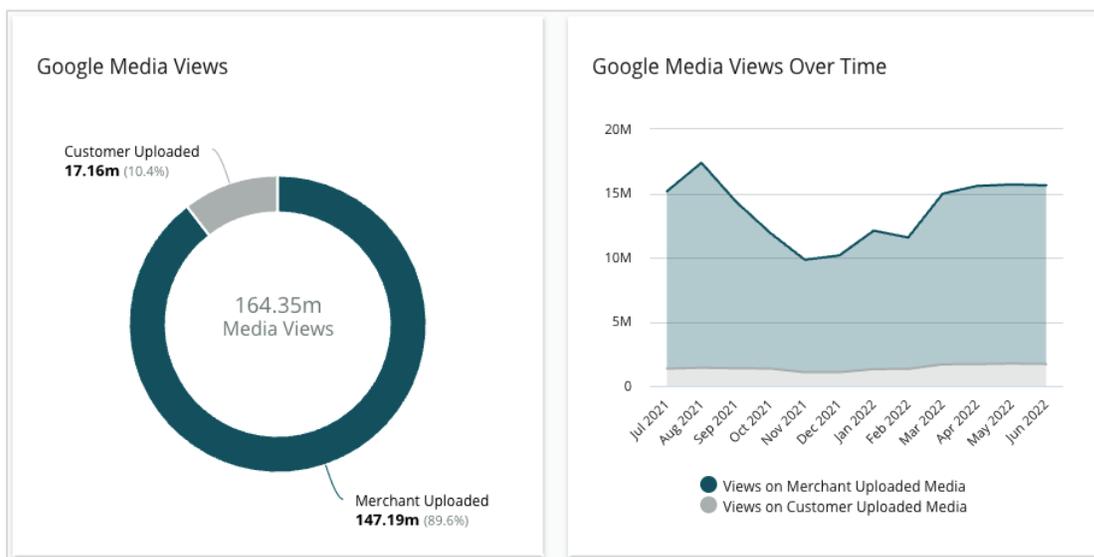
## Uploads de mídia do Google

Total de carregamentos de mídia (vídeos e imagens) em seus anúncios do Perfil da Empresa no Google (conhecido anteriormente como Google Meu Negócio) detalhados por carregamentos de clientes e de comerciantes.



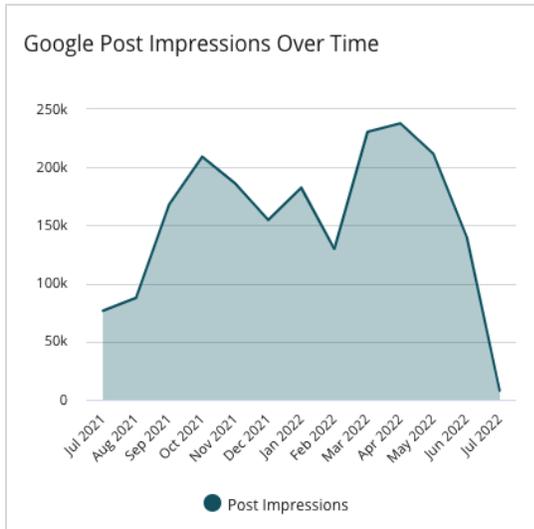
## Visualizações de mídia do Google

Total de visualizações de mídia (vídeos e imagens) em seus anúncios do Perfil da Empresa no Google, detalhadas por mídia carregada pelos clientes e mídia carregada pelo comerciante.



## Impressões dos Google Posts ao longo do tempo

Uma decomposição das impressões de postagens do Perfil da Empresa do Google.



## Cliques de chamada à ação dos Google Posts ao longo do tempo

Uma decomposição dos cliques de chamada à ação provenientes das postagens de Perfis de Empresa do Google.



# Gerenciando anúncios duplicados

Gerencie anúncios duplicados e garanta uma presença on-line consolidada para suas localidades.

O Gerenciador de anúncios duplicados ajuda a identificar, avaliar e resolver possíveis anúncios duplicados de localidades. Você decide se um anúncio é duplicado ou não. Cuidado, pois quando você confirmar um possível anúncio duplicado, a mudança será permanente!

É importante resolver imediatamente os anúncios duplicados porque eles muitas vezes:

- Afetam negativamente as posições nas pesquisas e dividem as avaliações em várias páginas.
- Criam confusão entre os clientes.
- Exibem informações desatualizadas ou incorretas sobre sua empresa.

**Observação:** o gerenciamento de duplicidade se aplica apenas aos anúncios do Google e do Facebook. A plataforma exibe possíveis anúncios duplicados do Foursquare para fins de conscientização.

## Busca de anúncios duplicados

O serviço automatizado de Busca de anúncios duplicados procura possíveis anúncios duplicados na web a cada 90 dias. Os possíveis anúncios duplicados serão identificados se o anúncio não for gerenciado por sua conta e tiver pelo menos uma das seguintes características em comparação com um anúncio gerenciado ativamente:

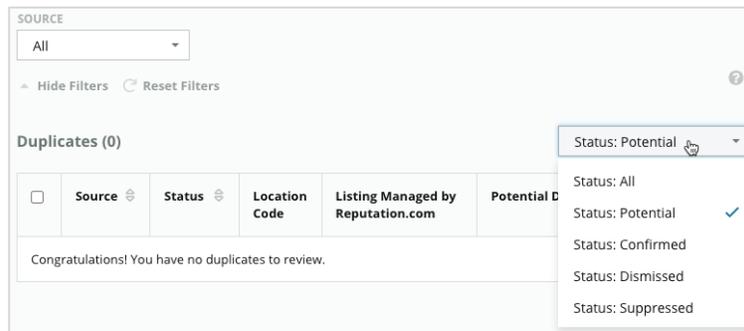
- Nome igual ou semelhante
- Endereço/geografia igual ou muito próximo (menos de 0,8 km)
- Mesmo setor, categoria ou serviços
- Mesmo número de telefone
- Mesmo site

## Como agir

Uma possível correspondência permanece no Gerenciador de anúncios duplicados até que você aja. Embora alguns anúncios duplicados possam ser óbvios, a confirmação de duplicidade requer uma consideração manual. Por exemplo, você pode ter intencionalmente dois anúncios com o mesmo nome, endereço e número de telefone que atendem a propósitos diferentes (por exemplo, vendas e serviços).

**Para agir diante de possíveis anúncios duplicados:**

1. Na guia "**Anúncios**", clique em "**Anúncios duplicados**".
2. Use os filtros da parte superior para restringir seu foco. O status padrão é definido como "Possível".
  - a. **Possível**: um possível anúncio duplicado
  - b. **Confirmado**: o inquilino clicou em "Aceitar" e confirmou que é um anúncio duplicado, mas ainda não lidou com isso
  - c. **Dispensado**: o inquilino clicou em "Rejeitar"
  - d. **Removido**: o anúncio duplicado está oficialmente sendo mesclado ou removido



3. Compare os dados dos anúncios gerenciados e do possível anúncio duplicado; clique no nome de cada anúncio para abrir os anúncios ativos em questão.
4. Escolha uma das seguintes opções:
  - **Não está duplicado** – Não fazer nada com os anúncios. No Gerenciador de anúncios duplicados, os registros passarão para o status de "Dispensado".
  - **Duplicado**– Mesclar o anúncio identificado como duplicado com o anúncio gerenciado. Depois da confirmação, as avaliações do anúncio duplicado serão transferidas para o anúncio gerenciado, e todo o tráfego que costumava ir para o anúncio duplicado será redirecionado ao anúncio gerenciado. No Gerenciador de anúncios duplicados, os registros passarão para o status de "Confirmado".

É possível fazer ações em vários anúncios duplicados usando as caixas de seleção e os botões de ação em massa na parte superior da página.

**Atenção!** Após clicar em "Duplicado", será exibida uma tela de confirmação . Depois que você confirmar sua seleção, o processo de remoção de anúncios duplicados começará dentro de 48 horas, para envio ao site de origem. No momento, a Reputation não é capaz de notificar e confirmar que seu anúncio foi removido.

**Observação:** o site de origem poderá levar algumas semanas para remover o anúncio duplicado de sua rede. A Reputation não garante que todas as solicitações de remoção de anúncios duplicados serão identificadas ou aceitas; se você passar por problemas ao remover um anúncio duplicado, entre em contato com a Equipe de suporte da Reputation.

# Auditoria dos detalhes dos anúncios

Identifique e atualize dados imprecisos nos principais sites por localidade.

A guia "**Detalhes dos anúncios**" em "**Anúncios**" mostra quais anúncios correspondem ou não à sua fonte de verdade para cada localidade. A plataforma Reputation automaticamente realiza uma auditoria em seus anúncios de empresa a cada 24 horas.

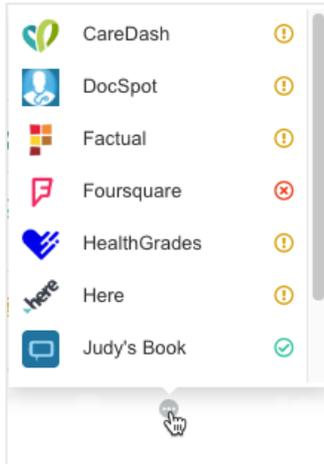
Enquanto nós coletamos dados das fontes conectadas diariamente, algumas fontes coletam dados uma vez por semana ou a cada três dias; ou seja, nossos dados só conseguem ser tão atualizados quanto os dados da fonte.

## Localidades

A grade de localidade permite que você identifique rapidamente onde existem discrepâncias e consulte há quanto tempo ocorreu a última auditoria. Filtre para ver localidades segundo os seguintes critérios: "Todas", "Sincronização automática" ou "Somente auditoria".

Location	Address	G	f	b	Apple	Google Maps	Last Audited	AutoSynced
		✓	✓	✓	⚠	⋮	1 day	🟢
		✗	⚠	⚠	⚠	⋮	3 days	🟢
		✓	✓	✓	⚠	⋮	1 day	🟢

A grade de localidade "**Anúncios**" contém as seguintes colunas:

Nome	Descrição
<b>Localidade</b>	O nome da localidade à qual você tem acesso. Clique no nome para ver os detalhes da auditoria.
<b>Endereço</b>	O endereço da localidade conforme listado na fonte de verdade da plataforma.
<b>Sites corrigíveis</b>	Google, Facebook e Bing são exemplos de sites corrigíveis. Se a fonte de anúncios da sua conta incluir esses sites e eles tiverem conexões apropriadas, as informações de status serão mostradas como Correspondência (✔) ou Sem Correspondência (✘).
<b>Sites compatíveis</b>	<p>Se a fonte de anúncios da sua conta incluir esses sites, as informações de status serão mostradas ao passar o cursor do mouse sobre as reticências.</p> <p>Qualquer site com URL em falta será indicado com este ícone: </p>  <p>Qualquer site com URL em falta será indicado com este ícone: </p>
<b>Última auditoria</b>	O número de dias desde que o sistema comparou pela última vez os sites de anúncios desta localidade com a fonte de verdade.
<b>Sincronização automática</b>	Os dados da Fonte de verdade são ajustados para corrigir informações erradas automaticamente.

**Atenção!** Você deve ter privilégios de administrador em sua conta para adicionar ou modificar fontes de anúncios. Se precisar de assistência, entre em contato com seu Gerente de sucesso do cliente ou a Equipe de suporte.

## Localidade específica

Ao clicar em uma localidade da grade de localidades, você pode rapidamente verificar os resultados da auditoria, comparando-os com os sites de anúncios mais importantes. Os dados mostrados em cada site de anúncios associado estão disponíveis em dois formatos:

### Visualização em cartão

### Visualização em lista

Source	Status	Formatted Name	Address	Phone	Website	Business Hours	Specialties	Description	AutoSynced	Last Audited
Google	<b>PUBLISHED TO SOURCE</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<input checked="" type="checkbox"/>	Jul 3, 2022
Facebook	<b>PUBLISHED TO SOURCE</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<input checked="" type="checkbox"/>	Jul 3, 2022
Bing	<b>PENDING UPDATE</b>	✓	✓	✓	✓	✗	✓		<input checked="" type="checkbox"/>	Jul 3, 2022
DocSpot	<b>AUDIT ONLY</b>	✗	✗	✗	✗	✗			<input type="checkbox"/>	Jun 30, 2022

## Status de envio

Os motivos a seguir podem se aplicar a um anúncio indicado como Enviado.

- **Publicado na fonte** – Os dados foram enviados à fonte e validados como precisos.
- **Enviado à fonte** – Os dados foram enviados à fonte.

**Observação:** depois do envio dos dados através da plataforma Reputation, fica a critério de cada fonte específica o momento em que a informação será publicada.

## Status Pendente

Os motivos a seguir podem se aplicar a um anúncio indicado como Pendente.

- **Atualização pendente** – Uma atualização foi enviada e agora está aguardando para ser aplicada na fonte.
- **Dados faltando/inválidos** – O perfil não possui dados exigidos pela fonte ou os dados existentes não atendem aos requisitos de uma fonte gerenciada ativamente.
- **Verificação pendente** – Usado para fontes que não exigem verificação por código PIN, mas estão aguardando verificação por outros meios.
- **Verificação do PIN pendente** – É necessário enviar o cartão postal com o código PIN.
- **Verificação com PIN solicitada** – O cartão postal com o PIN foi enviado; agora estamos aguardando que o cliente devolva o PIN.
- **Credenciais faltando/inválidas** – As informações de credenciamento exigidas para realizar um anúncio em uma fonte estão faltando ou são inválidas.
- **Erro na fonte** – Aparece quando uma resposta de erro de API é recebida de uma fonte.
- **Duplicado** – Um anúncio que foi sinalizado por uma fonte como duplicado.
- **Suspenso** – Um anúncio que foi suspenso ou desativado por uma fonte.
- **Rejeitado** – Os dados estão sendo rejeitados pela fonte ou a fonte disse que não pode atualizar o anúncio.

## Status não realizável

Os motivos a seguir podem se aplicar a um anúncio indicado como não realizável.

- **Somente auditoria** – Uma localidade que está sendo auditada em uma fonte, mas não está sendo gerenciada ativamente.
- **Cancelada** – Uma localidade que já foi gerenciada ativamente para Anúncios de empresa, mas não é mais.
- **Fechada** – Uma localidade que foi fechada.
- **Não publicável** – Falta no perfil um campo que é obrigatório para a fonte selecionada (por exemplo, o Facebook exige uma descrição). Um anúncio também pode ter esse status se não for publicado em uma fonte devido a restrições do país ou do setor.
- **Optou por sair** – Uma localidade que escolheu não usar os Anúncios de empresa da Reputation.
- **Outras** – As localidades não realizáveis por outros motivos se enquadram neste status.

## Credenciais faltando ou inválidas

A guia "Credenciais" em "Admin" contém autorizações em nível de localidade em sites de terceiros, as quais são necessárias para gerenciar anúncios, responder a sites de avaliação e/ou postar em contas de redes sociais. A plataforma oferece dois tipos de autenticação para a maioria das fontes: Conexão e Credenciais.

- **Conexão** – Uma conexão usa um método de acesso seguro via OAuth, de forma que as credenciais em si não sejam usadas para cada solicitação. Após a conexão ser estabelecida, as tarefas de postagem da plataforma geram um tempo de resposta mais rápido. Nem todos os sites de origem estão disponíveis para uma conexão.
- **Credenciais** – Credenciais referem-se ao nome de usuário e senha usados para autenticação em um site de terceiros. Se nenhuma conexão API estiver disponível, a plataforma dependerá de credenciais para realizar diferentes tarefas de postagem.

### Conexões

A prática recomendada é adicionar conexões para todas as fontes disponíveis em cada localidade, bem como credenciais. As conexões são preferíveis sempre que possível. Para adicionar uma fonte:

1. No canto superior direito da plataforma, clique em "Ajustes".
2. No navegador à esquerda, clique em "Credenciais".
3. Uma nova janela no navegador é aberta com as etapas de autenticação exigidas pelo site de origem. Selecione o perfil a ser usado (pode ser necessário inserir as credenciais) e concorde com os termos e serviços para usar a API. A conexão será adicionada abaixo, na lista de Fontes na guia "Credenciais" no painel "Admin".

## Credenciais

Para adicionar uma credencial:

1. No canto superior direito da plataforma, clique em "Ajustes".
2. No navegador à esquerda, clique em "Credenciais".
3. Clique em "Adicionar dados" e então passe o cursor do mouse sobre "Conexões". Então clique na fonte com a qual deseja se conectar.
4. Modifique os seguintes ajustes:
5. Clique em "Salvar". A credencial será adicionada sob o site de origem selecionado. Para editar as credenciais, clique no site de origem, e então clique no sinal de "mais" (+) à direita para adicionar dados.

## Sincronização automática

Para evitar que uma fonte seja incluída nas atualizações automáticas, desligue o botão "Sincronização automática". Para evitar que todas as fontes de uma determinada localidade sejam incluídas nas atualizações automáticas, desligue o botão "Sincronização automática" da grade "Localidades".

Location	Address						Last Audited	AutoSynced
BDP - Lake Havasu							1 day	<div style="border: 1px solid orange; padding: 2px;">           AutoSynced  </div>

# Melhorando a precisão dos anúncios

Quantifique o valor de seus anúncios gerenciados e identifique áreas a serem melhoradas.

A guia "Precisão dos anúncios" em "Anúncios" fornece um apanhado geral dos pontos de dados gerenciados pela plataforma, e divide sua porcentagem de precisão em fontes de alto tráfego como Google e Bing.

## Resumo da auditoria publicada

Veja um painel com a atividade de seus anúncios:

 <b>Published Audit Summary</b>	Locations ⓘ	AutoSynced ⓘ <b>15</b> Missing ⓘ <b>1</b>	Data Points		
	Total Listings ⓘ		Correct <b>15</b> 100%	Incorrect <b>0</b>	Fixed <b>18</b> Last year

Ordene localidades de anúncios e o resumo de auditoria por Publicado, Pendente, e Não realizável no canto superior direito do painel de Precisão dos anúncios. Agende ou encaminhe dados, ou faça download de um PDF clicando nas reticências.

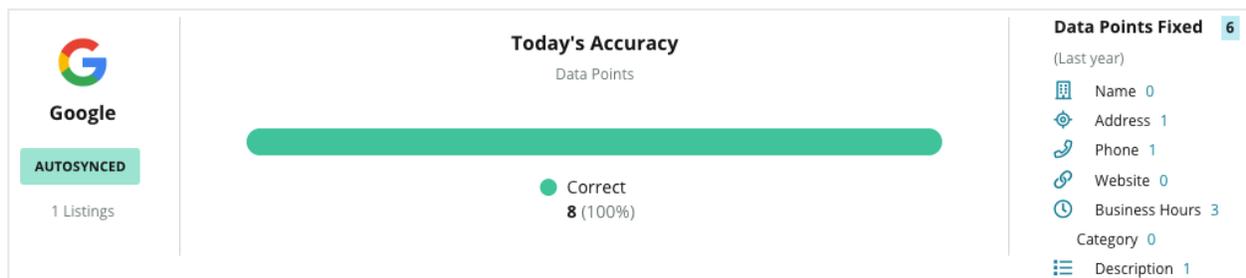
<b>Fulfillment Category:</b>	<b>Published</b>	Pending	Not Fulfillable	⋮
				 Download PDF  Schedule  Forward

Os seguintes dados são incluídos no Resumo da auditoria publicada:

Dados incluídos no Resumo da auditoria	Descrição
<b>Localidades</b>	O número de localidades em pelo menos uma das fontes abaixo.
<b>Total de anúncios</b>	O número de ocorrências que estão sendo auditadas nas fontes designadas abaixo como "Sincronização automática".
<b>Sincronização automática</b>	O número de pontos de dados que são monitorados nas fontes designadas abaixo como "Sincronização automática".
<b>Ausentes</b>	O número de pontos de dados auditáveis (por exemplo, horário comercial, número de telefone, etc.) que estão ausentes em seus perfis na plataforma.
<b>Corretos</b>	O número e a porcentagem de pontos de dados ativos que correspondem à fonte de verdade. O sistema considera leves diferenças, como capitalização e "avenida" ou "av.", como corretas.
<b>Incorretos</b>	O número e a porcentagem de pontos de dados ativos que não correspondem à fonte de verdade.
<b>Corrigidos</b>	O número de pontos de dados que a plataforma corrigiu automaticamente desde que começou a coletar dados para seus perfis. Os pontos de dados se tornam imprecisos por vários motivos, e é por isso que os auditores monitoram e corrigem automaticamente de modo constante.

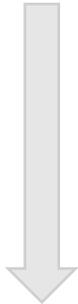
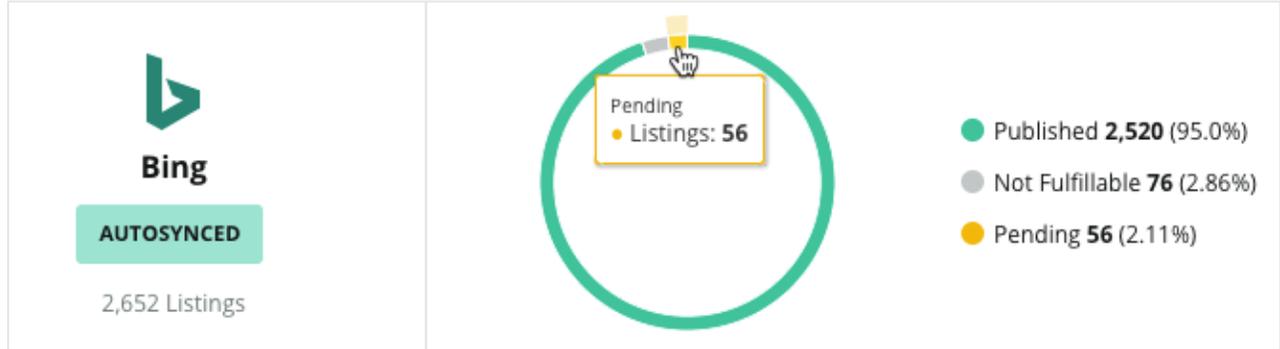
## Precisão por fonte

Abaixo das estatísticas do Resumo, você pode consultar o status de cada fonte de anúncio, detalhado por pontos de dados. Tente alcançar quase 100% de precisão no Google. Outros sites que não usam API podem ter uma precisão média inferior.



## Categoria de realização por fonte

Veja facilmente quantos anúncios se encontram publicados, pendentes e não realizáveis por fonte.



Clique nos gráficos para explorar quais anúncios se enquadram em cada segmento (Publicado, Pendente, e Não realizável), e que ação você precisa realizar para resolver eventuais problemas. Consulte as localidades com atualizações de dados pendentes clicando no gráfico acima.

**Locations Pending on Bing (56)** ✕

[Download Audit Data](#)

Location	Status	📄	📍	📞	📧	🕒	📌	✎
	PENDING UPDATE	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗
	PENDING UPDATE	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✗
	PENDING UPDATE	✓	✗	✓	✓	✗	✗	✗
	PENDING UPDATE	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗

# Usando sugestões do editor

Melhore a precisão dos dados de seus anúncios com as alterações sugeridas.

A guia "**Sugestões do editor**" em "Anúncios" ajuda você a manter a precisão dos dados de seus anúncios com base no feedback recebido de usuários e sites de editores. Você pode rejeitar ou aceitar a alteração. Se você aceitar, o sistema atualizará automaticamente as informações do seu perfil (fonte de verdade) e as publicará em todos os sites de editores.

**Observação:** no momento, as sugestões são apenas do Google. Outras fontes de editor ainda não estão disponíveis.

<input type="checkbox"/>	Location Details	Source	Data Field	Existing Data	Suggested Data	Actions
<input type="checkbox"/>	<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	 

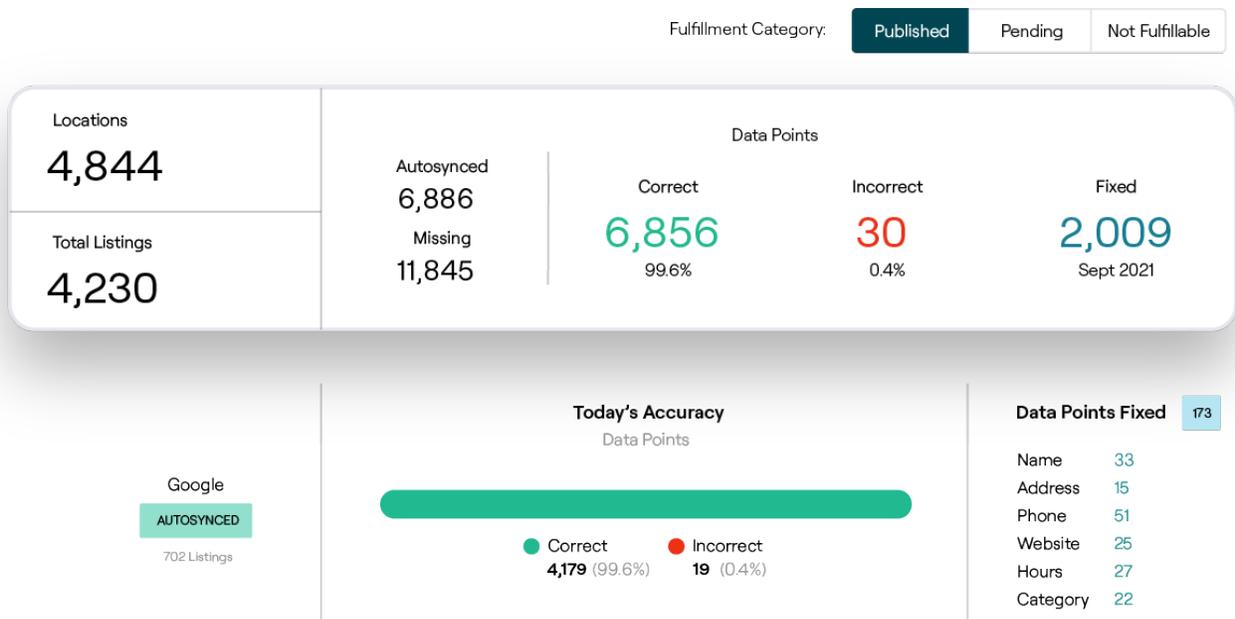
Uma sugestão por campo é fornecida. Se um campo tiver várias sugestões (por exemplo, Categoria), é uma opção "tudo ou nada". Por exemplo, se a sugestão incluir 10 sugestões de categorias, mas você desejar manter apenas duas delas, será necessário rejeitar a sugestão e então adicionar/editar manualmente as duas alterações de categoria no perfil da localidade.

# Editando perfis de anúncios

Atualize facilmente os dados de suas localidades, individualmente ou em massa.

A guia **"Perfis"** em **"Anúncios"** permite que você gerencie seus perfis a partir de um único local por meio de edições rápidas ou alterações em massa. É necessário um perfil para cada localidade (unidade ou pessoa) incluída em um anúncio ou diretório. Cada registro de perfil corresponde a um registro de "localidade" dentro dos ajustes do administrador (guia "Localidade").

Qualquer atualização que você fizer nos dados do perfil — como novo horário de funcionamento ou número de telefone — é enviada para sites de anúncios gerenciados e agregadores de dados para garantir a consistência em toda a web.



**Atenção!** Edições feitas em um perfil na plataforma Reputation serão transferidas para o perfil de anúncio relacionado, mas edições feitas em um perfil de anúncio NÃO serão transferidas para um perfil de diretório.

## Edições pontuais de dados do perfil

Por meio da plataforma, você pode fazer edições simples diretamente nos dados do perfil.

**Para editar um perfil diretamente:**

1. Na página "Perfis", use o filtro "**Localidade**" ou comece a digitar o nome do perfil que você deseja editar no campo de pesquisa.
2. Na lista de resultados, clique no ícone "**Editar**".

<input type="checkbox"/>	Formatted Name	Code	Status	Profile Type	Address	Actions
<input type="checkbox"/>	BDP - Lake Havasu		Cleansed	Rooftop	40 Capri Blvd, Lake Havasu City, AZ 86403	
<input type="checkbox"/>			Cleansed	Rooftop		

3. Dentro do perfil, faça as edições necessárias no perfil.
  - Os campos com um asterisco vermelho são obrigatórios.
  - Use as guias à esquerda para pular para diferentes categorias de perfil.
  - Clique para ver os sites publicáveis disponíveis.
  - Acesse um registro do histórico de alterações.
4. Quando terminar, clique em "**Enviar**".

Publishable to 7 source(s) Show history

### Profile Information

Status: Cleansed

Type: Rooftop

Location Code\*

AutoSync:  YES  NO

Profile Definition Name\*: Rooftop

Parent Location ⓘ

GMB UTM Tracking:  YES  NO

Linked Profiles ⓘ No linked profiles

As edições atualizarão automaticamente os sites/diretórios de anúncios compatíveis.

## Edições em massa de dados do perfil

Além de fazer edições pontuais no perfil, você também pode editar perfis em massa na plataforma.

**Para editar um perfil na plataforma Reputation:**

1. Na guia **"Anúncios"**, clique em **"Perfis"**.
2. Marque as caixas dos perfis relevantes para permitir que as opções **"Editar"** ou **"Excluir"** apareçam.

You have 2 profile(s) selected. **Edit** **Delete**

<input type="checkbox"/>	Formatted Name		Status	Profile Type	Address	Actions
<input checked="" type="checkbox"/>	BDP - Lake Havasu		Cleansed	Person	40 Capri Blvd, Lake Havasu City, AZ 86403	
<input checked="" type="checkbox"/>	BDP - Lake Havasu	B022	Cleansed	Person	4520 North 2nd Ave, #301, Phoenix, AZ 85013	
<input type="checkbox"/>	BDP - Lake Havasu	B023	Cleansed	Person	21917 N 97th Dr. #200, Peoria, AZ 85383	

3. Clique em **"Editar"** para ajustar atributos, horários de funcionamento, fotos, descrições, ou sites (fontes de dados) habilitados.

Profiles Count

**Attributes**

Reservations

Accepts Reservations  Walk Ins  Appointments Only

Reservations Only

Ambiance

Traditional  Casual  Romantic  Upscale  Trendy

Good For

Groups  Singles  Families  Couples

4. Clique em **"Atualizar"**.

Use as opções "Importar"/ "Fazer download" da página Perfis para aplicar alterações a vários anúncios usando um formato de planilha.

**Para editar um perfil mediante importação de planilhas:**

1. Na guia "**Anúncios**", clique em "**Perfis**".
2. Clique em "**Fazer download**".
3. Selecione perfis para baixar e colunas para incluir. O formato padrão da planilha é CSV.

**Download Profiles**

Select Profiles to Download:

All Profiles (129)  Filtered Profiles

Select Columns to Include:

Live Fields  All Fields  Selected Columns

Spreadsheet format:

.csv (Comma-separated values)

All

Filter

All

None

Public Location Name

Parent Location

Job Title

**Download** **Cancel**

4. Clique em "**Fazer download**".
5. Abra o arquivo CSV e faça alterações nos perfis desejados em um editor de planilhas.
6. Quando terminar suas alterações, salve o arquivo.
7. Na plataforma, clique em "**Importar**".
8. Anexe o arquivo CSV salvo e escolha seu Mapeamento de importação.

**Import Profiles**

Drop file to attach, or **browse**

Accepted formats: csv,xlsx

Import Mapping

Default Mapping

**Cancel** **Import File**

9. Configure o mapeamento do cabeçalho de coluna e marque as caixas para ignorar a normalização da página e ignorar as colunas não mapeadas, se desejar. Clique em "**Importar**".

10. Para continuar, salve o novo mapeamento, salve as alterações no mapeamento existente ou não salve.
11. Revise os detalhes da importação por guia.
  - A plataforma ignorará os pontos de dados inválidos e publicará os dados válidos restantes.
  - Veja onde erros foram encontrados e execute uma ação corretiva, ou baixe um arquivo de erros para salvar as alterações sem erros e controlar as alterações que não foram salvas devido a erros.
12. Clique em "**Fechar**".

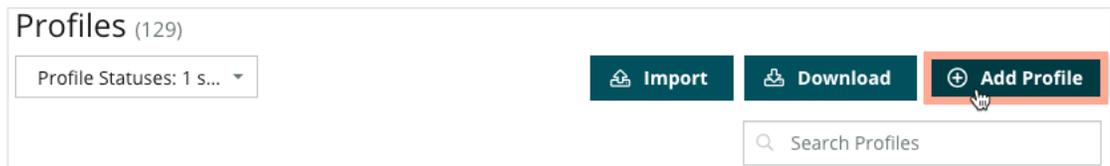
A plataforma enviará automaticamente as edições para os sites/diretórios de anúncios compatíveis.

## Adicionando perfis

Para cada perfil, você deve especificar a definição como Unidade (ou seja, teto) ou Médico (ou seja, indivíduo). Você também pode criar vários consultórios dentro do mesmo perfil para médicos que operam em mais de uma unidade. Além disso, você pode usar o Identificador de lugares para vincular as informações de localidade de uma unidade a vários perfis médicos/profissionais.

*Para adicionar um novo perfil a uma nova localidade:*

1. Na página "Perfis", clique em "**Adicionar perfil**".



2. Na janela "Adicionar perfil", insira o código da localidade na caixa **Código**.

3. No menu suspenso "**Definição**", escolha Unidade (teto) ou Médico.
4. Clique em "**Criar**".
5. Dentro do perfil, insira as informações restantes.

## Adicionando horários de funcionamento:

Muitas vezes, os horários de funcionamento de uma empresa podem mudar por uma estação inteira ou durante feriados específicos, exigindo que alterações sejam feitas em seu anúncio de empresa. Como é possível atualizar horários de funcionamento através da plataforma?

*Para adicionar um novo perfil a uma nova localidade:*

1. Na página "**Perfis**" page, clique na localidade para a qual você deseja ajustar ou adicionar um horário de funcionamento especial.

<input type="checkbox"/>	Formatted Name	Code	Status	Profile Type
<input type="checkbox"/>	<b>BDP - Uptown (B021)</b>	B021	Cleansed	Rooftop

2. Clique em "**Consultórios**" para ver detalhes e horários do consultório. Então clique em "**Editar**".
3. Alterne o botão verde para indicar se a localidade está aberta ou fechada, e edite os horários conforme necessário.
4. Clique em "**Enviar para aprovação**".

Special Business Hours

10/31/2021	<input checked="" type="checkbox"/>	Open	1:00 PI	-	4:00 PI	×
12/25/2021	<input checked="" type="checkbox"/>	Open	9:00 AM	-	4:00 AM	×
07/04/2022	<input type="checkbox"/>	Close				×
09/05/2022	<input type="checkbox"/>	Close				×

[+ Add Special Business Hours](#)

**Observação:** normalmente, a plataforma envia alterações à fonte em até 24 horas. Durante este tempo, você verá um status "Enviado à fonte" na plataforma. Quando a alteração ficar ativa, você verá um "Publicado na fonte". Nós sugerimos adicionar horários de feriado em todos os anúncios no começo do ano para assegurar que haja bastante tempo para publicar, pois o momento da publicação das alterações depende de cada fonte.

## Para o Identificador de lugares:

O Identificador de lugares permite que você conecte perfis de médicos a um perfil de teto específico de uma unidade. Dessa forma, se alguma informação da localidade de teto for alterada — como endereço ou horário de funcionamento —, as alterações serão aplicadas em cascata a cada perfil médico conectado a esse Identificador de lugares.

1. Na caixa "**Identificador de lugares**", comece a digitar o nome da unidade onde o médico/profissional trabalha. Todas as unidades correspondentes configuradas como unidade sob o inquilino aparecerão como opção de seleção em um menu suspenso.
2. Se você ainda não inseriu nenhum campo de Consultório, os dados do Identificador de lugares selecionado (unidade matriz) serão copiados para esse perfil. Um ícone de cadeado fechado próximo a cada campo na seção Consultório indica que o valor do campo corresponde à matriz.
3. Se você já inseriu informações na seção Consultório, os dados do Identificador de lugares selecionado **NÃO** substituirão os dados existentes. Um ícone de cadeado aberto aparece próximo a cada campo para indicar que o valor do campo **NÃO** corresponde à matriz.
4. Se você deseja substituir os valores do perfil atual para corresponder à matriz, clique no link "**Redefinir**".
5. Os endereços dos perfis não serão vinculados se algum campo for diferente da matriz (por exemplo, número da sala).
6. Quando terminar, clique em "**Enviar**".

Profile Information

Basic

**Offices**

Categories

Attributes

Medical

Descriptions

Education & Affiliations

Social Media

Photos & Logos

Tags

Payment Types

Location Fields

**Offices**

Place ID

Office Name   Primary

Office Status

Address\*

Street Address\*

Address Line 2

City\*

State\*

ZIP\*

Country\*

Latitude

Longitude

Map

Satellite

Service Area

Is this a service area business?

YES  NO

Business Hours

Primary Business Hours

Cancel Save As Draft Submit

# Gestão de anúncios de departamentos

Gerencie de forma prática a presença on-line de seus departamentos.

## O que são anúncios de departamentos?

O Google incentiva empresas locais com vários departamentos a criar vários anúncios, um para a página da localidade principal e um para cada departamento. Por meio da Reputation, você pode mapear cada anúncio, seja ele um anúncio principal ou um anúncio (secundário) de departamento, a uma localidade na plataforma.

## Principais funções

- 1** **Tipo de localidade de departamento**

Para cada anúncio de departamento no Google, você pode configurar localidades de departamentos.

Selecione o tipo da localidade com base no setor; por exemplo, no setor Automotivo, os tipos de localidades disponíveis incluem: Manutenção, Peças, Acidente, Troca de óleo, etc.
- 2** **Conexão do código de grupo**

Localidades principais podem ser vinculadas a localidades de departamento na plataforma por meio do Código de grupo, que será o mesmo para as localidades principais e de departamento. Isso ajuda a criar uma hierarquia entre as localidades principais e as localidades de departamento para o cálculo da Pontuação de Reputação e a compilação de dados.
- 3** **Pontuação de reputação intacta**

A compilação das avaliações da(s) localidade(s) de departamento para a localidade principal garante que a Pontuação de reputação da localidade principal não seja afetada pela diminuição do volume de avaliações nas localidades principais.

*A Pontuação de reputação não está disponível para as localidades de departamento.*
- 4** **Filtro de localidades, com menu suspenso**

Exclua as localidades de departamento do filtro de localidades. Quando o filtro de Localidade for usado, todos os dados vinculados com as localidades de departamento também serão mostrados por padrão.

Escolha um **Tipo de localidade** para filtrar ainda mais os dados em qualquer página pelo tipo de localidade.

## Configurando as localidades de departamento

Trabalhe com seu Gerente de sucesso do cliente e a equipe de Serviços profissionais da Reputation para habilitar os anúncios de departamentos. Enquanto isso, você pode preparar sua conta configurando as **localidades de departamento**.

**Observação:** a equipe de Serviços profissionais da Reputation também pode ajudar na configuração das localidades de departamento.

### *Para configurar as localidades de departamento:*

1. No canto superior direito da plataforma, clique em "**Ajustes**".
2. No navegador à esquerda, clique em "**Localidades**".
3. Clique na sua localidade desejada.
4. Clique no ícone de lápis para editar.
5. Role para baixo e adicione um **Código de grupo** e um **Tipo**.
  - **Código de grupo** – A localidade principal e as localidades de departamento são vinculadas por meio do Código de grupo. O Código de grupo deve ser sempre o mesmo para a localidade principal e as localidades de departamento vinculadas. Por padrão, o código de grupo será o mesmo que o código da localidade. Para localidades de departamento, o código de grupo deve ser atualizado para ser o mesmo que o código de grupo da localidade principal.
  - **Tipo** – O campo Tipo é usado para designar o tipo de localidade de departamento. Se for uma localidade principal, o Tipo deve ser definido como Principal. Apenas uma localidade, para cada Código de grupo, deve ter "Principal" como Tipo. Para localidades de departamento, o Tipo deve ser selecionado.
6. Clique em "Salvar".

# Gestão das Perguntas e Respostas do Google

Gerencie em um só lugar as perguntas e respostas enviadas nos painéis de informações do Perfil da Empresa no Google de suas localidades.

As **Perguntas e Respostas do Google** fornecem aos consumidores mais detalhes sobre uma empresa, o que lhes permite decidir imediatamente, enquanto estão no Google, qual empresa chamar. As Perguntas e Respostas podem até mesmo aparecer diretamente nos resultados de pesquisa do Google.

**Observação:** o número de votos positivos das Perguntas e Respostas determinará a ordem em que elas aparecerão no anúncio.

A guia "Perguntas e Respostas" permite que você monitore e responda às Perguntas Frequentes dirigidas ao consumidor, em colaboração coletiva, a partir dos painéis de informações do Google de suas localidades.

## Filtros

Os filtros da parte superior afetam os dados mostrados na guia. Os filtros secundários se aplicam ao clicar nos dados do gráfico interativo.

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

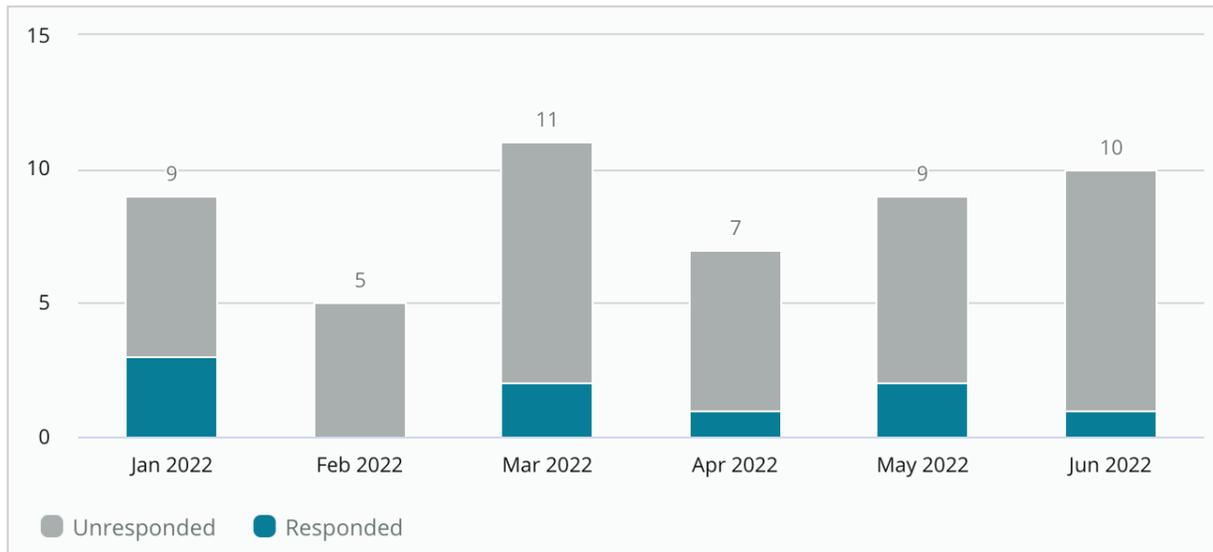
## Resumo

A seção Perguntas contém o status das perguntas recebidas, se estão respondidas ou não respondidas. Ao clicar em qualquer um dos links da seção de Perguntas, serão filtrados o gráfico e a lista de perguntas.

<p><b>Questions</b></p> <p><b>120</b></p> <p>across <b>102 Locations</b></p> <p>Responded 22 <a href="#">View</a></p> <p>Unresponded 98 <a href="#">View</a></p>
--

## Gráfico

Visualize sua tendência de Perguntas e Respostas relativa o número de perguntas enviadas no período de tempo selecionado nos locais selecionados. O gráfico detalha as perguntas não respondidas em cinza e as perguntas com resposta em laranja. Respostas de qualquer usuário do Google contam como respostas, mesmo que não sejam do proprietário da empresa.



## Perguntas

A seção de Perguntas exibe todas as perguntas de acordo com os filtros selecionados ou seleções de gráficos. As perguntas são mostradas quase em tempo real. Por padrão, todas as perguntas são mostradas e ordenadas por "Mais recente primeiro".

## Respostas

Clique dentro da janela de resposta para responder à pergunta (precisa ter credenciais/conexão). As respostas são postadas ao vivo quase em tempo real.

Jun 8, 2022

Do any of your doctor specialize in lasik?

BDP - Uptown

Kasey Kershner

**Kasey Kershner** replied on Jun 9, 2022 2:07 PM: 🌐 Live

Hi Kasey! Yes! Dr. Repiso and Dr. Evans both specialize in Lasik Surgery and offer free consultations!

Respond to this question...

440 caracteres. Mantenha as respostas abaixo desse limite para garantir que toda a sua resposta seja exibida.

## Tenha isto em mente com as Perguntas e Respostas do Google:

É perfeitamente aceitável e inteligente que uma empresa “semeie” suas próprias Perguntas e Respostas. Adicione perguntas diretamente por meio do painel de informações do Perfil da Empresa no Google e responda às perguntas por meio da plataforma.

---

Estabeleça notificações de Perguntas e Respostas específicas para usuários designados responsáveis por fornecer respostas.

---

Você pode adicionar várias respostas (de outros usuários em sua conta), mas o Google exibirá apenas uma resposta do proprietário da empresa por pergunta. A última resposta postada será exibida com o rótulo "Proprietário".

---

Você não pode excluir respostas postadas por outros usuários do Google. Pode parecer que as respostas foram excluídas da plataforma, mas retornarão após o processo de auditoria diária.

---

Gerenciar efetivamente suas Perguntas e Respostas do Google e responder a perguntas afetará sua posição nas pesquisas positivamente. O Google leva em consideração se os seus clientes consideram seu conteúdo relevante, preciso, atualizado, fácil de entender; e se ele foi criado por uma pessoa real ou por um robô.

# Conteúdo rico

Publique conteúdo em seus anúncios em escala.

A guia "**Conteúdo rico**" permite definir seu conteúdo uma vez e associá-lo a todas as localidades necessárias, para depois publicá-lo em escala. Garanta que as funções tenham permissões de Conteúdo rico habilitadas para visualizar, editar, adicionar e/ou excluir conteúdo.

**Observação:** o Conteúdo rico não é compatível com imagens no momento.

O **Conteúdo rico** contém três guias:

- Perguntas Frequentes
- Menus
- Produtos

## Perguntas Frequentes

Ganhe controle sobre sua marca compilando proativamente uma lista de perguntas frequentes e respostas que se aplicam a grupos de localidades, para publicar on-line em escala.

Name	Action
BDP Southern AZ	
BDP Northern AZ	
BDP Central AZ	

*Ver a partir da plataforma Reputation*

**BDP - Uptown**

Website Directions Save Call

4.7 ★★★★★ 31 Google reviews

Optometrist in Peoria, Arizona

**Address:** 21917 N 97th Dr #200, Peoria, AZ 85383

**Hours:** Open · Closes 5PM · [More hours](#)

Updated by this business 1 week ago

**Health & safety:** Mask required · Temperature check required · Staff wear masks · Staff get temperature checks · Staff required to disinfect surfaces between visits · [More details](#)

**Phone:** (480) 269-5649

[Suggest an edit](#) · [Own this business?](#)

**Questions & answers** [Ask a question](#)

**Q:** Do you speak another language in your office?

**A:** Our staff at this location is fluent in English and Spanish. We are happy to accommodate other...

[See all questions \(124\)](#)

*Ver a partir do Google*

## Etapa 1: adicionar Perguntas Frequentes

Crie uma lista de Perguntas Frequentes para cada grupo de suas localidades, como Norte do Arizona e Sul do Arizona, para designar quais perguntas devem ser publicadas nos anúncios de cada grupo de localidades.

### Para adicionar uma Pergunta Frequente:

1. Na plataforma, clique em "Anúncios".
2. Clique em "Conteúdo rico".
3. Clique na guia "Perguntas Frequentes".
4. Clique em "Adicionar Pergunta Frequente".

**Observação:** Perguntas Frequentes não podem ser importadas em massa no momento.

### 5. Modifique os ajustes de Pergunta Frequente:

- **Título:** Dê um nome à sua Pergunta Frequente.
- **Data de início e término:** opcionalmente, insira uma data de início e uma data de término. As perguntas e respostas associadas a esta Pergunta

**Observação:** se ele estiver em branco, as perguntas associadas a esta Pergunta Frequente não serão removidas, a menos que sejam excluídas individualmente.

Frequente serão publicadas na data de início e automaticamente excluídas na data de término.

- **Associar a:** selecione um filtro para associar. As opções incluem: Estado, Cidade, Localidade e filtros personalizados. Uma vez selecionado, marque a caixa próxima a cada localidade ou grupo de localidades para associar à Pergunta Frequente.
- **Fontes:** selecione onde as Perguntas Frequentes serão publicadas.

**Observação:** esse recurso só inclui o Google no momento.

### 6. Clique em "Salvar".

The screenshot shows the 'Edit' form for a frequently asked question. The form has the following fields and values:

- Title:** BDP Southern AZ
- Start-End Date:** Jul 06, 2022 (Start) and Jul 06, 2022 (End)
- Associate With:**
  - Location:** BDP - Uptown
  - Filter:** BDP - Uptown (checked)
- Sources:** Google

At the bottom right of the form, there are 'Cancel' and 'Save' buttons.

**Etapa 2: adicionar grupos**

Use grupos para organizar suas perguntas em categorias, tais como Serviço pós-venda ou Seguro aceito, a fim de simplificar a gestão.

**Observação:** os grupos são exibidos apenas na plataforma; os grupos não são publicados nos anúncios.

**Para adicionar grupos:**

1. Na guia **Perguntas Frequentes**, clique na Pergunta Frequente desejada.
2. Clique em **"Adicionar grupo"**.
3. Insira um título e clique em **"Enviar"**.

BDP Western AZ

Title BDP Western AZ

Start - End Date 7/11/2022 - 8/31/2022

Sources

Associate With

- B012
- B004
- B005
- B007
- B021

Sections

**Add Group** Add Question

**Create Group**

FAQ Title BDP Western AZ

Title \*

Cancel **Submit**

### Etapa 3: adicionar perguntas

Organize as Perguntas Frequentes e suas respostas correspondentes para cada grupo ou categoria dentro da seção de Perguntas Frequentes. As perguntas e respostas são publicadas em todos os anúncios de localidades incluídos nas Perguntas Frequentes.

#### Para adicionar perguntas:

1. Na guia **Perguntas Frequentes**, clique na Pergunta Frequente desejada.
2. Clique em **"Adicionar pergunta"**.
3. Digite um título, a pergunta, a resposta e selecione ou adicione um grupo.
4. Clique em **"Enviar"**.

BDP Western AZ

Title BDP Western AZ

Start - End Date 7/11/2022 - 8/31/2022

Sources

Associate With

- B012
- B004
- B005
- B007
- B021

Sections Eye Exams  
How often should I schedule an eye exam?

Add Group Add Question

**Add Question**

FAQ Title BDP Western AZ

Question \*

Answer \*

Group \*  Add Group

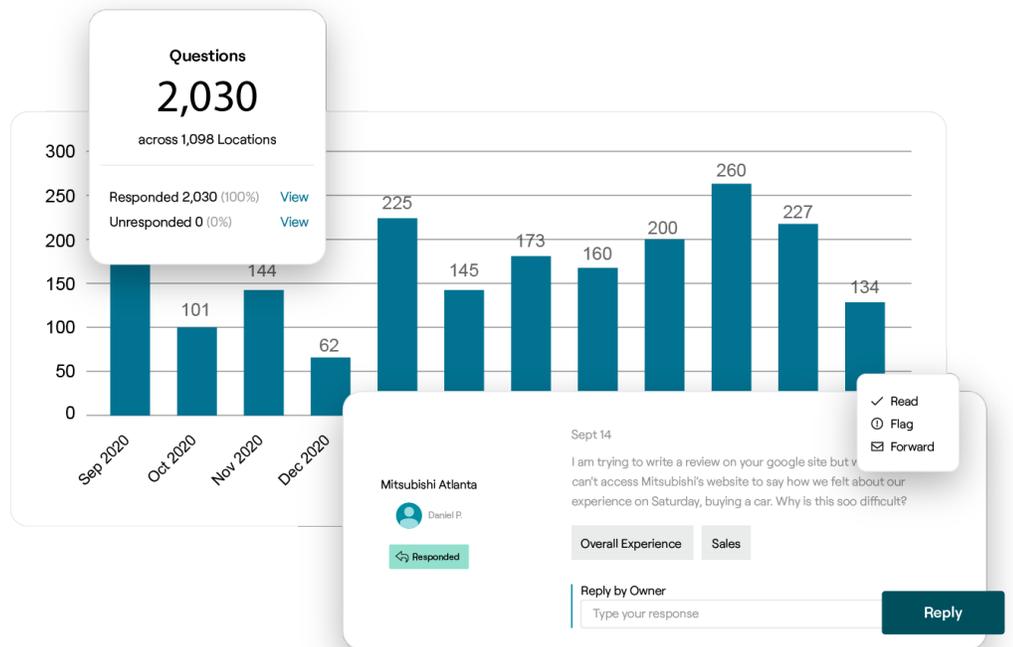
Cancel Submit

## Tenha isto em mente quando adicionar Perguntas Frequentes:

As perguntas e respostas enviadas são publicadas diariamente.

As páginas do Perfil da Empresa no Google devem estar conectadas à plataforma para publicar Perguntas Frequentes nos anúncios de localidades.

As Perguntas Frequentes podem ser editadas e excluídas, enquanto Grupos e Perguntas/Respostas só podem ser editados.



## Menus

Defina e publique menus em anúncios do Perfil da Empresa no Google, de forma conveniente e em escala, a partir da plataforma.

### *Etapa 1: adicionar menu*

Crie um menu para cada estação ou ocasião, como um menu de outono e um menu de inverno, para designar quais itens do menu devem ser publicados em cada grupo de anúncios de localidades.

#### Para adicionar menus:

1. Na plataforma, clique em "**Anúncios**".
2. Clique em "**Conteúdo rico**".
3. Clique na guia "**Menus**".
4. Clique em "**Adicionar menu**".
5. Modifique os ajustes do Menu:
  - **Título:** dê um nome ao seu Menu.
  - **Data de início e término:** insira uma data de início e uma data de término para a publicação do menu.

**Observação:** se um menu terminar sem outro menu para substituí-lo, o menu expirado permanecerá no Perfil da Empresa no Google. Se dois menus tiverem a mesma data de início, ambos

- **Associar a:** selecione um filtro para associar. Uma vez selecionado, marque a caixa próxima a cada localidade para associar à Pergunta Frequente.
  - **Fontes:** selecione onde o menu será publicado (este recurso só inclui o Google no momento).
  - **URL de conteúdo:** inclua link do menu no seu site para publicação.
6. Clique em "**Salvar**".

The screenshot shows the 'Menus' management interface. At the top, there are tabs for 'FAQs', 'Menus', and 'Products'. The current view is 'Menus / Winter Menu / Edit'. The form contains the following fields:

- Title \***: A text input field containing 'Winter Menu'.
- Start-End Date \***: Two date pickers showing 'Dec 01, 2021' and 'Feb 28, 2022'.
- Associate With \***: A dropdown menu with 'Select' as the current option.
- Selected Locations (All):**: A list area with a 'Filter' input and a 'Show Locations' button.
- Sources \***: A dropdown menu with 'Google' selected.
- Content URL**: An empty text input field.

At the bottom right, there are 'Cancel' and 'Save' buttons.

## Etapa 2: adicionar seções

Use as seções para organizar seus menus e agrupar itens, como Aperitivos, Massas e Sobremesas.

### Para adicionar seções:

1. Na guia **"Menus"**, clique no Menu desejado.
2. Clique em **"Adicionar seção"**.
3. Insira um título e clique em **"Enviar"**.

Menus / Winter Menu

Title Winter Menu

Start - End Date 12/1/2020 - 2/28/2021

Sources

Content URL

Associate With

- B003
- B014
- B006
- B008
- B015
- B013

Sections

Appetizers  
Cheesy Garlic Bread

Pasta  
Spaghetti & Meatballs

Desserts  
Chocolate Chip Cheesecake

**Add Section** Add Item

**Add Section**

Menu Title Winter Menu

Title \*

Cancel **Submit**

### Etapa 3: adicionar itens

Reúna detalhes específicos sobre os itens do menu incluídos em cada seção do menu.

#### Para adicionar itens:

1. Na guia "**Menu**", clique no Menu desejado.
2. Clique em "**Adicionar item**".
3. Insira os detalhes do item. As opções incluem: Título, Descrição, Preço, Picância, Alérgenos, Restrições alimentares, Culinárias, Seção.
4. Clique em "**Enviar**".

Menus / Winter Menu 

Title Winter Menu

Start - End Date 12/1/2020 - 2/28/2021

Sources 

Content URL

Associate With

- B003
- B014
- B006
- B008
- B015
- B013

Sections

Appetizers  
Cheesy Garlic Bread

Pasta  
Spaghetti & Meatballs

Desserts  
Chocolate Chip Cheesecake

[Add Section](#) [Add Item](#)

**Add Menu Item** ✕

Menu Title Winter Menu

Title \*

Description

Price   ▼

Spiciness  ▼

Allergens  ✕ ▼

Cuisines  ▼

Dietary Restrictions  ▼

Section \*  ▼ [Add Section](#)

[Cancel](#) [Submit](#)

## Tenha isto em mente quando adicionar menus:

O conteúdo do menu é publicado diariamente.

---

As páginas do Perfil da Empresa no Google devem estar conectadas à plataforma para publicar Menus nos anúncios de localidades.

---

O Google mostra menus toda vez que alguém faz pesquisas em um dispositivo móvel, ao passo que não mostra ou mostra minimamente os menus quando as pesquisas são feitas em um computador.

---

Os menus na Reputation estão disponíveis para todos os setores; no entanto, o Google pode ou não publicar menus que não sejam do setor hoteleiro e de restaurantes.

---

Menus, Seções e Itens podem ser editados e excluídos conforme a necessidade.

## Produtos

Algumas empresas podem agora exibir seus serviços no Perfil da Empresa no Google de forma rápida e escalável, resultando em uma experiência de pesquisa móvel mais robusta para clientes potenciais.

### *Etapa 1: adicionar produtos*

Crie um Produto para cada produto ou tipo de serviço oferecido, como um produto para exames e outro para itens de varejo, para designar quais produtos devem ser publicados para cada grupo de anúncios de localidades.

#### Para adicionar produtos:

1. Na plataforma, clique em "**Anúncios**".
2. Clique em "**Conteúdo rico**".
3. Clique na guia "**Produtos**".
4. Clique em "**Adicionar produto**".
5. Modifique os ajustes do Produto:
  - **Título:** dê um nome ao seu Produto.
  - **Data de início e término:** opcionalmente, insira uma data de início e uma data de término. Os itens associados a este Produto serão publicados na data de início e excluídos automaticamente na data de término.

**Observação:** se ele estiver em branco, os itens associados a este Produto não serão removidos, a menos que sejam excluídos individualmente.

- **Associar a:** selecione um filtro para associar. Uma vez selecionado, marque a caixa próxima a cada localidade ou grupo de localidades para associar ao Produto.
- **Fontes:** selecione onde o Produto será publicado. Este recurso só inclui o Google no momento.
- **URL de conteúdo:** inclua um link para seus produtos em seu site para publicação.

#### 6. Clique em "**Salvar**".

The screenshot shows a form for adding a product. The fields are as follows:

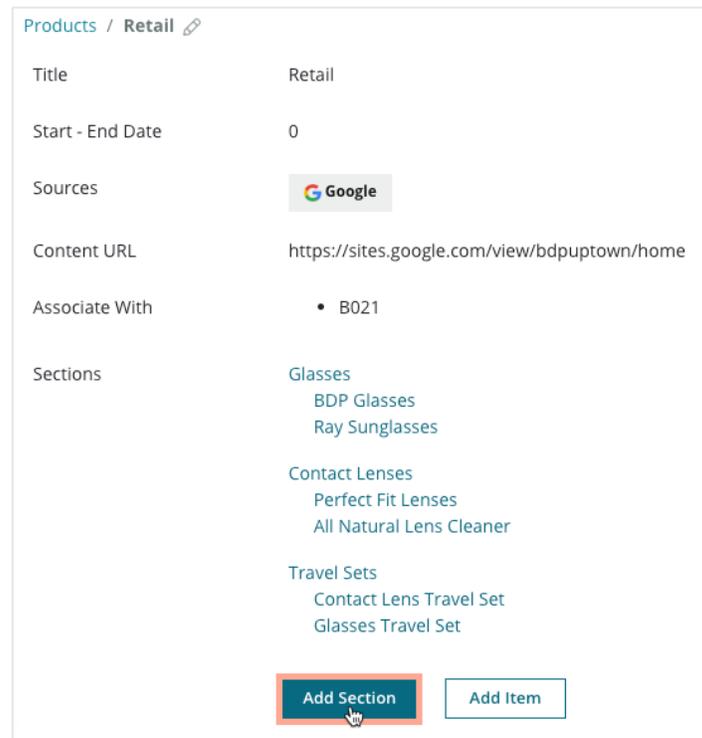
- Title:** Retail
- Start-End Date:** Start Date, End Date
- Associate With:** Associate By: Location (dropdown), Filter: All, None, BDP - Uptown (checkbox)
- Sources:** Google (dropdown)
- Content URL:** https://sites.google.com/view/bdpuptown/home
- Selected Locations (None):** (empty list)
- Buttons:** Cancel, Save

## Etapa 2: adicionar seções

Use as seções para organizar seus Produtos e agrupar itens, como Óculos, Lentes de contato e Conjuntos de viagem.

### Para adicionar seções:

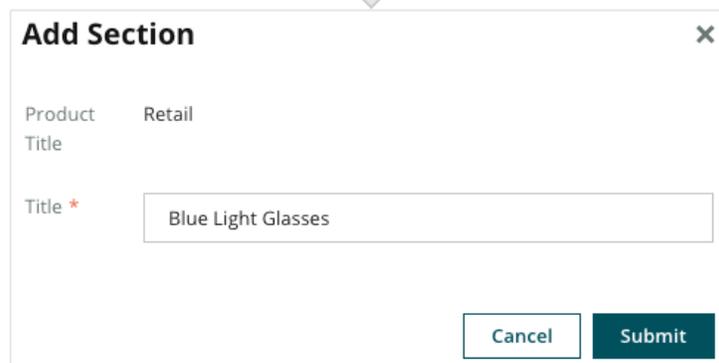
1. Na guia "**Produtos**", clique no Produto desejado.
2. Clique em "**Adicionar seção**".
3. Insira um título e clique em "**Enviar**".



The screenshot shows a product page for 'Retail' with the following details:

- Title: Retail
- Start - End Date: 0
- Sources: Google
- Content URL: <https://sites.google.com/view/bdpuptown/home>
- Associate With: B021
- Sections:
  - Glasses
    - BDP Glasses
    - Ray Sunglasses
  - Contact Lenses
    - Perfect Fit Lenses
    - All Natural Lens Cleaner
  - Travel Sets
    - Contact Lens Travel Set
    - Glasses Travel Set

The 'Add Section' button is highlighted with a red box and a mouse cursor, and a large grey arrow points down to the next screenshot.



The 'Add Section' modal form is shown with the following fields and buttons:

- Product: Retail
- Title: (empty)
- Title \* (required): Blue Light Glasses
- Buttons: Cancel, Submit

### Etapa 3: adicionar itens

Reúna detalhes específicos sobre os itens incluídos em cada seção da categoria Produto.

#### Para adicionar itens:

1. Na guia "**Produtos**", clique no Produto desejado.
2. Clique em "**Adicionar item**".
3. Insira os detalhes do item. As opções incluem: Título, Descrição, Preço,

**Observação:** Título e Seção são os únicos campos obrigatórios. Os campos de detalhe disponíveis para os itens correspondem ao

Seção.

4. Clique em "**Enviar**".

The screenshot displays the Reputation interface for a product page. The main interface shows a product page for 'Retail' with various sections like 'Glasses', 'Contact Lenses', and 'Travel Sets'. The 'Add Item' button is highlighted with a red box. An arrow points from this button to the 'Add Product Item' modal, which contains fields for Product Title, Title, Description, Price, and Section.

**Products / Retail**

Title: Retail

Start - End Date: 0

Sources: Google

Content URL: https://sites.google.com/view/bdpuptown/home

Associate With: B021

Sections:

- Glasses
  - BDP Glasses
  - Ray Sunglasses
- Contact Lenses
  - Perfect Fit Lenses
  - All Natural Lens Cleaner
- Travel Sets
  - Contact Lens Travel Set
  - Glasses Travel Set

Buttons: Add Section, Add Item

**Add Product Item**

Product Title: Retail

Title \*: Round

Description: [Empty text area]

Price: [Empty input field] Select [Dropdown arrow]

Section \*: Glasses [Dropdown arrow] Add Section

Buttons: Cancel, Submit

## Tenha isto em mente quando adicionar Produtos:

O conteúdo do produto é publicado diariamente.

---

As páginas do Perfil da Empresa no Google devem estar conectadas à plataforma para publicar Produtos nos anúncios de localidades.

---

Os Produtos são compatíveis somente através do Google em aparelhos móveis.

---

Produtos, Seções e Itens podem ser editados e excluídos conforme a necessidade.

# Perguntas Frequentes de anúncios de empresas

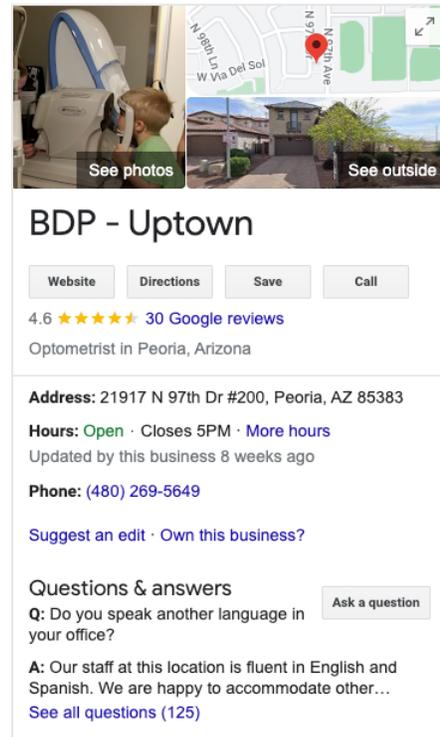
Veja a seguir perguntas frequentes sobre o uso de anúncios de empresa gerenciados.

## O que acontece quando outra pessoa sugere uma mudança no meu horário de funcionamento?

O Google conta com consumidores e empresas para manter suas informações atualizadas. O programa Google Guides incentiva os consumidores a responder perguntas sobre as empresas que visitam para ajudar a alimentar e validar os anúncios.

Para itens como fotos e avaliações, o conteúdo gerado pelos usuários costuma ser uma ótima forma de aumentar a visibilidade de seus anúncios! Propriedades como horário de funcionamento ou localização física, por outro lado, costumam ser menos bem-vindas.

Se um usuário sugerir uma edição no horário ou na localização, as alterações podem ser feitas em tempo real em seus anúncios quase imediatamente. No entanto, se sua empresa tem anúncios gerenciados com a Reputation, sua fonte de verdade substituirá essas edições durante a próxima auditoria automática (normalmente a cada 24 horas).



## Como os atributos afetam a pesquisa?

Os Atributos permitem que os clientes vejam o que sua empresa tem a oferecer, como se um restaurante oferece Wi-Fi ou mesas ao ar livre, ou se sua empresa é dirigida por mulheres. Adicionar atributos relevantes além da categoria de seu negócio ajuda você a se destacar para os clientes que encontram sua empresa no Google.

Por exemplo: "Ei Google, onde fica o consultório de oculista acessível para cadeira de rodas mais próximo?"

**Observação:** sua categoria de negócio determina os atributos disponíveis para seu anúncio. Por exemplo, você pode ver atributos para tipos aceitos de pagamento, opções de acessibilidade ou se a empresa é amiga do público LGBTQ.

## Posso fazer minhas próprias perguntas/respostas na seção Perguntas e Respostas?

É perfeitamente aceitável (e inteligente) que uma empresa semeie suas próprias Perguntas e Respostas. Identifique quais perguntas seus clientes lhe fazem com frequência ou até mesmo serviços que você *não* oferece. Publique a pergunta na voz do seu cliente, mas responda na voz da sua empresa. Certifique-se de que elas sejam fáceis de entender — isso não deve ser considerado uma oportunidade de marketing.

As perguntas/respostas com mais curtidas aparecem primeiro; portanto, certifique-se de "curtir" boas respostas fornecidas por outros usuários. Se você e um usuário responderem a mesma pergunta e tiverem o mesmo número de curtidas, a regra é que todos os empates favorecerem a resposta do consumidor; portanto ela aparecerá primeiro.

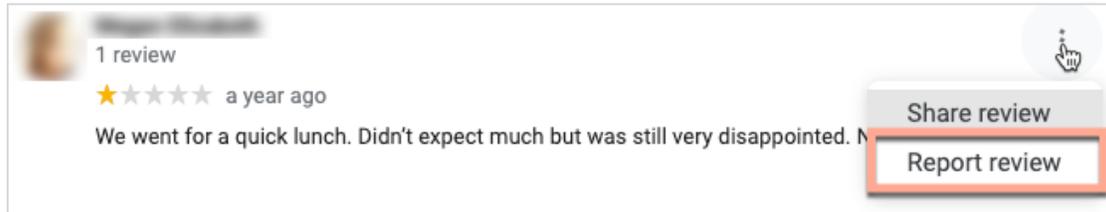
## Como faço para usar as postagens sociais do Perfil da Empresa no Google?

O Google reservou uma enorme quantidade de espaço do Painel de informações para sua empresa por meio de postagens do Perfil da Empresa no Google. É uma oportunidade sem precedentes de chamar a atenção de alguém durante uma pesquisa. As postagens do Perfil da Empresa no Google funcionam de uma maneira um pouco diferente das gigantes redes sociais tradicionais.

- **Use imagens simples, coloridas e sem texto.** Alta qualidade é recomendada (mínimo de 750px x 540px). É permitido texto na imagem, mas pode ser cortado em dispositivos móveis. Melhor não usar sobreposições de texto. Vídeos não são suportados.
- **Descrições concisas e informativas.** São permitidos 1.500 caracteres, mas é melhor limitar-se a 100-120. As descrições ficam truncadas na página de resultados do mecanismo de pesquisa.
- **Chamada à ação clara.** Adicione variedade às suas postagens usando estas opções: Reserve, Peça on-line, Compre, Saiba mais, Inscreva-se, Receba uma oferta. Use o rastreamento de cliques (UTM) em seus URLs para acompanhar o seu sucesso.
- **Use títulos acionáveis (apenas para eventos).** Todas as postagens do Perfil da Empresa no Google expiram após no máximo sete dias, mas os tipos de postagem de evento têm uma data de início e de término. Ao postar por meio da plataforma, você pode postar em menos de 10 localidades por postagem. Você deve ter credenciais exclusivas na plataforma para cada localidade.

## Como faço para remover uma avaliação?

Se você sabe que uma avaliação específica foi dada por engano à sua empresa (ou seja, era destinada a outra empresa) ou contém calúnia/linguagem imprópria, você pode denunciar uma violação. Dentro da janela de avaliações do Google, você pode passar o cursor do mouse ao lado de uma avaliação para ver uma Bandeira.



Lembre-se de que você não deve solicitar a remoção de uma avaliação a menos que ela se encaixe nas políticas de violação do site. Em outras palavras, não solicite a remoção de uma avaliação só porque você não gostou dela. Alguns sites de avaliação estão começando a mostrar quando o proprietário de uma empresa solicita a remoção de uma avaliação que não viola as diretrizes.

## Para que é usado o URL de Reserva?

URLs de Reserva fornecem um link dentro de um anúncio de empresa para direcionar o usuário para uma página da web específica para agendar algum tipo de consulta ou reserva (por exemplo: uma consulta médica, uma visita a uma propriedade para alugar, ou uma reserva em um restaurante).

## O que é a Gestão avançada de categorias?

A Reputation permite que as empresas publiquem categorias para suas localidades em uma variedade de Diretórios externos (também chamados de Sites de publicação), como Google, Facebook, Apple, Bing, etc. Hoje, as empresas apenas veem as categorias da Reputation que são mapeadas internamente às categorias de Diretórios. Isso é problemático para os usuários, pois eles não conseguem ver quais categorias realmente são publicadas nos Diretórios externos.

Com a Gestão avançada de categorias, as empresas agora podem usar a plataforma Reputation para ver como suas categorias da Reputation são mapeadas às categorias de Diretórios. Isso se aplica tanto para categorias primárias como adicionais. Os usuários serão capazes de ver as categorias de Diretórios à medida que veem ou adicionam categorias às suas localidades ou perfis.

Para usar este recurso:

1. Vá para **"Anúncios"**, e então **"Perfis"**.
2. Clique em **"Perfil"**, e então em **"Editar"** (Opção 1 na imagem); OU clique no ícone "editar" à direita do anúncio do Perfil (Opção 2 na imagem).

<input type="checkbox"/>	Formatted Name	Code	Status	Profile Type	Address	Actions
<input type="checkbox"/>	BDP - Uptown (B021)	B021	Cleansed	Rooftop	21917 North 97th Dr, #200, Peoria, AZ 85383 US	

3. Clique em **"Categorias"** no painel esquerdo, e então em **"Gestão avançada de**

Profiles > BDP - Uptown

[Add Office](#)

Profile Information

Basic

Offices

**Categories**

Attributes

Medical

**Categories**

Categories\*

Optometry  Primary

[Add Category](#)

[Advanced Category Management](#)

**categorias"**.

4. A partir daqui, visualize ou adicione categorias da Reputation e de Diretórios.
5. Clique em **"Salvar alterações"**.

## O que significa monitoramento UTM no Perfil da Empresa no Google?

O monitoramento UTM no Perfil da Empresa no Google se refere à habilidade de monitorar ações que seus clientes ou clientes em potencial tomam em seu anúncio de empresa, tal como fazer uma chamada telefônica, solicitar rotas de carro ou visitar o site. Quando estiver adicionando ou editando as informações do perfil da sua empresa na plataforma Reputation, ponha o Monitoramento UTM no Perfil da Empresa no Google em "Sim" para monitorar essas ações.

## Qual é o limite de caracteres para as descrições do Google?

O Google tem um limite de 700 caracteres. Algumas fontes permitem que você adicione uma descrição longa e uma curta. Descrições curtas são usadas apenas para o Facebook, ou quando não há descrição longa disponível.

## Por que não consigo fazer o upload da minha imagem em meu anúncio?

Quando estiver fazendo upload de fotos e vídeos no anúncio da sua empresa, é importante ter em mente as limitações de mídia da fonte.

### *Dimensões recomendadas para a plataforma Reputation:*

- Capa, Capa do Google, Capa do Facebook: formato JPEG, 1080x608 pixels, proporção de 16:9
- Perfil, Perfil do Facebook, Retrato, Adicional: formato JPEG, 720x720 pixels, proporção de 1:1
- Logotipo, Logotipo do Google: formato JPEG, 250x250 pixels, proporção de 1:1

Se suas fotos não se encaixarem nas dimensões recomendadas, a Reputation tentará publicá-las se elas cumprirem com os limites do editor:

### **Exigências do Perfil da Empresa no Google**

- Foto da capa: proporção de 16:9 (obrigatória), mínimo de 480x270 pixels, máximo de 2120x1192 pixels
- Foto do logotipo: proporção de 1:1 (recomendada), mínimo de 250x250 pixels, máximo de 5500x5400 pixels
- Adicional: proporção de 16:9 (recomendada), mínimo de 250x250 pixels, máximo de 5200x5300 pixels

### **Exigências do Facebook**

- Foto de perfil: proporção de 1:1 (recomendada), mínimo de 180x180 pixels
- Foto da capa: proporção de 2,7:1 (recomendada), mínimo de 400x150 pixels

### **Exigências do Bing**

- Foto: proporção de 4:3 (obrigatória), mínimo de 480x360

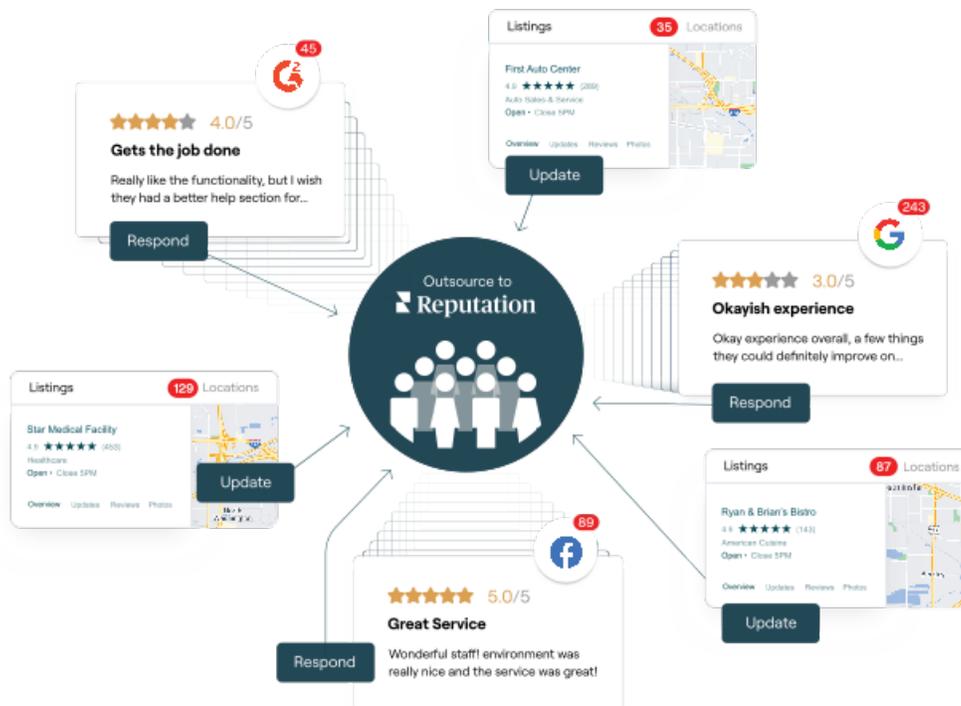
**Observação:** no momento, a plataforma Reputation não é capaz de notificar os usuários se suas mídias foram rejeitadas pela fonte.

# Serviços pagos premium

Coloque os especialistas da nossa plataforma de Serviços pagos premium para trabalhar para você.

Nós nos esforçamos para tornar nossa plataforma mais intuitiva e eficiente, pois entendemos que seu tempo é valioso; os recursos e a largura de banda podem ser limitados. A Reputation tem um time exclusivo de especialistas que estão prontos para ajudar você a gerenciar seus anúncios; otimizar seu SEO; e postar, publicar, e organizar suas postagens em redes sociais — além de gerenciarem suas respostas de avaliações. Podemos garantir uma excelente experiência do cliente por meio deste conjunto de serviços com valor agregado que são impulsionados por nossa plataforma e nossos produtos. Estes especialistas ajudarão você a:

- Ir além da **Precisão** (anúncios de empresa gerenciados)
- Maximizar a **Atração** de seus Perfis de empresa (Otimização de perfis do Google, conhecida anteriormente como Serviços gerenciados para o Google)
- Cultivar o **Poder** das redes sociais (redes sociais gerenciadas)
- A marca que se **Importa** mais, **Vence** (respostas de avaliações gerenciadas)



Entre em contato com seu Gerente de conta para saber mais sobre nossos Serviços pagos premium

## Recursos adicionais

Consulte nosso conjunto completo de guias do usuário para aprender mais sobre a plataforma Reputation.

- Ações
- Admin
- Brand Social
- Painéis
- Experiência
- Caixa de entrada
- Aplicativo para celular
- Páginas e localizadores
- Conectar-se com um representante
- Pontuação de reputação
- Relatórios
- Solicitação
- Avaliações
- Escuta social
- Social Suite
- Pesquisas
- Widgets