

# Списки



# Содержание

I.	Обзор коммерческих объявлений2									
П.	<b>а.</b> Компоненты коммерческих объявлений Управление эффективностью размещения объявлений									
Ш.	Управление дубликатами объявлений11									
IV.	Проверка содержания объявлений13									
ν.	Повышение точности объявлений19									
VI.	<ul> <li>а. Сводный отчет о точности публикуемой информации</li> <li>b. Точность по ресурсам</li> <li>с. Статус публикации объявлений по ресурсам</li> <li>Рекомендации по публикации: использование</li></ul>									
VII.	Редактура профилей объявлений23									
VIII.	<ul> <li>а. Разовые изменения данных профиля</li> <li>b. Массовые изменения данных профиля</li> <li>с. Добавление профилей</li> <li>d. Добавление графика работы</li> <li>е. ID точки</li> <li>Управление объявлениями подразделений</li></ul>									
IX.	Управление публикацией вопросов и ответов на сайте Google									
Х.	Форматированный контент45									
XI.	<ul> <li>а. Добавление часто задаваемых вопросов</li> <li>b. Добавление меню</li> <li>с. Добавление товаров</li> <li>Часто задаваемые вопросы об объявлениях</li></ul>									
XII.	Платные премиум-услуги									
XIII.	Дополнительные ресурсы									
	<ul> <li>Cummings</li> <li>Florida</li> <li>Orlanda</li> <li>Tallahassee</li> <li>Pensacola</li> <li>Miami</li> <li>+803 more</li> <li>Cummings</li> <li>★★★★★ (2)</li> <li>dical diagnostic imaging center</li> <li>an · Close 5PM</li> <li>brieve Updates Reviews Photos</li> <li>Clicks to Directions</li> <li>an · Close 5PM</li> <li>brieve Updates Reviews Photos</li> <li>clicks to Directions</li> <li>clicks to Directions</li> </ul>									
R	Directions     CALL     SAVE     SHARE     19%       Prev. Period: 5,718									

# Обзор коммерческих объявлений

Опередите конкурентов и используйте возможности локального поиска, чтобы привлечь новых клиентов. Позвольте вас найти!

Если у компании есть дублирующиеся объявления или неточная информация, это может запутать клиентов и нанести ущерб компании. Чем точнее будут ваши объявления, тем больше шансов, что клиенты придут именно к вам. 5 главных платформ для размещения объявлений обеспечивают 91% осведомленности, поэтому рекомендуем начать именно с них.



Вкладка Объявления позволяет поддерживать интернет-присутствие отдельных торговых точек и следить за тем, чтобы информация о них всегда соответствовала тексту вашего оригинального объявления. Преимущества использования коммерческих объявлений:

Выделени в поиске	e	Ответы, доступные в один клик	Массовое обновление
<ul> <li>Получайте боль просмотров благодаря актуальным объявлениям</li> <li>Стимулируйте конверсию и тра в магазине или онлайн</li> </ul>	ше	<ul> <li>Позвольте клиентам быстро найти то, что им нужно</li> <li>Убедитесь, что ответы на часто задаваемые вопросы появляются на страницах результатов поиска</li> </ul>	Вносите изменения в информацию о своей компании для всех торговых точек Обеспечьте согласованность бренда
Reputati	ion		© 2022 Reputation, Inc.   2

# Компоненты коммерческих объявлений

Решение «Коммерческие объявления Reputation» состоит из следующих компонентов:

Эффективность	<ul> <li>Предоставляет информацию о том, сколько людей просматривают и взаимодействуют с вашими объявлениями в Google, Bing и Facebook. Отслеживайте следующее:</li> <li>Переходы на ваш сайт, телефонные звонки и маршруты</li> <li>Просмотры объявлений</li> <li>Типы поиска, которые приводят к показу ваших объявлений, загрузке и просмотру ваших медиафайлов Google.</li> <li>Показ публикаций в Google, динамика во времени.</li> </ul>
Точность объявлений	Позволяет контролировать точность информации, содержащейся в ваших объявлениях. По отдельности просматривайте уже опубликованные, готовящиеся к публикации и неактуальные объявления о ваших объектах, чтобы видеть, какие данные в них верны, неверны или уже исправлены. Следите за статистикой точности объявлений, размещаемых на таких популярных платформах, как Google и Bing.
Содержание объявлений	Позволяет быстро находить расхождения между объявлениями о разных точках продаж. Здесь можно увидеть дату последнего редактирования ваших объявлений на каждой платформе. Нажмите на объект, чтобы сравнить информацию, публикуемую о нем в реальном времени на популярных сайтах, с текстом оригинального объявления. Просмотрите данные по каждому объекту. дополните. измените их или удалите лишнее.
Рекомендации по публикации	Помогает следить за точностью объявлений, основываясь на отзывах пользователей и предложениях размещающих платформ. Вы можете согласиться с предложенными рекомендациями или отклонить их. Если рекомендации будут приняты, система автоматически обновит информацию оригинального объявления.

Компоненты коммерческих объявлений (продолжение):



Примечание: Требуется помощь в управлении информацией о своей компании в Google? Ознакомьтесь с нашим предложением о платных премиум-услугах.



# Управление эффективностью размещения объявлений

Понимание того, как потенциальные клиенты реагируют на ваши объявления.

Вкладка «Эффективность» в разделе **«Объявления»** дает четкое представление о вашей онлайн-аудитории и о том, как люди находят вашу компанию в Google, Facebook и Bing. Узнайте о взаимодействиях пользователей с вашим объявлением после того, как его находят, а также получите информацию о том, как усовершенствовать свои объявления и рекламировать их более эффективно. Просматривайте статистику по выбранному диапазону дат или с течением времени.

## Сводная таблица

В верхней части вкладки представлена сводная информация о показах ваших объявлений на сайтах Facebook, Google и Bing и статистика действий, предпринятых просмотревшими их пользователями за выбранный период времени. Количество посещений сайта включает переходы как с мобильных, так и со стационарных устройств.



Примечание: Конверсия означает количество кликов, потребовавшихся клиенту, чтобы узнать номер телефона, маршрут или перейти на сайт с объявления. Коэффициент конверсии — это количество кликов по действию при просмотрах в Google.

# Просмотры объявлений

Подробные данные о просмотре объявлений на сайтах Facebook, Bing и Google (включая поисковые запросы и карты). Ресурсы, данные по которым отсутствуют, не отображаются.



# Действия (Google и Facebook)

Подробные данные о действиях пользователей после просмотра ваших объявлений: количество запросов информации о номерах телефона и маршрутах проезда, а также переходов на ваш сайт. Вместе с данными о количестве просмотров объявлений эта информация позволяет рассчитать коэффициент обращаемости пользователей, просматривающих объявления, в тех, кто интересуется вашим предложением.





# Просмотры в Google, поиск по названию компании и поиск по категории

Подробные данные о результативности объявлений, которые пользователи находят по названию торговых точек, по названию компании или по категории (сфере ее деятельности).



# Google Карты и результаты поисковых запросов: сравнение количества просмотров

Подробные данные о результативности объявлений, отображаемых в сервисе Google Карты, в сравнении с теми, которые пользователи находят через поисковые запросы.



# Распределение звонков

#### по дням недели

Данные о количестве звонков (нажатий на кнопку «Позвонить» в объявлении)

в разбивке по дням недели. График показывает общее

количество звонков, сделанных через объявления

за определенный период времени, в разбивке по дням недели.



# Распределение звонков по часам

Данные о количестве звонков в точки продаж в разбивке по часам. Временной интервал – с 05:00 до 21:00. Звонки, сделанные в другое время, не отображаются на графике.



## Объекты с максимальным количеством запросов о маршрутах проезда

Данные по регионам, жители которых запрашивали маршруты проезда после просмотра ваших объявлений в Google. Представленную в столбцах графика информацию можно посмотреть на уровне страны, области, района или города. Обозначения столбцов (географические названия или числа) напрямую получены с сервиса Бизнеспрофиль Google (ранее известный как Data is pulled directly from Google. Some localities are broader because more specific location data is not available.

Top Localities For Driving Requests (Google)

# Загрузки из Google Media

Google Мой бизнес).

Общее количество загрузок фото- и видеоизображений в ваши объявления Бизнес-профиля Google (ранее известного как Google Мой бизнес) с разбивкой по источнику загрузки: клиент или компания.



# Просмотры Google Media

Общее количество просмотров фото- и видеоизображений в ваших объявлениях Бизнес-профиля Google с разбивкой по источнику загрузки изображения: клиент или компания.



# Показ публикаций в Google, динамика во времени

Подробные данные о количестве показов

ваших публикаций Бизнес-профиля Google.



## Нажатие на кнопки призыва к действию в публикациях в Google, динамика во времени

Подробные данные о количестве нажатий на кнопки призыва к действию в публикациях Бизнеспрофиля Google.





# Управление дубликатами объявлений

Обеспечьте равномерное распространение информации о вашей компании в сети, своевременно удаляя дубликаты объявлений.

Находить, оценивать и удалять потенциальные дубликаты помогает менеджер дубликатов. Решать, относится ли то или иное объявление к дубликатам, будете именно вы. <u>Если вы подтвердите, что обнаруженное объявление</u> <u>действительно является дубликатом, предпринятые по отношению к нему</u> <u>действия будут необратимыми!</u>

Очень важно решать проблему дубликатов оперативно, потому что они часто:

- Негативно влияют на рейтинг компании в результатах поиска и распыляют получаемые вами отзывы по множеству страниц.
- Путают клиентов.
- Демонстрируют устаревшую или неверную информацию.

Примечание: Работа с дубликатами проводится только на сайтах Google и Facebook. Платформа также отображает потенциальные объявления-дубликаты в приложении Foursquare, но только в осведомительных целях.

## Поиск дубликатов

Сервис автоматического поиска дубликатов сканирует сеть на наличие таких объявлений раз в 90 дней. Объявление считается потенциальным дубликатом, если оно размещается не через ваш аккаунт, и если оно совпадает с вашим подтвержденным объявлением хотя бы по одному из следующих пунктов:

- Одинаковое или похожее название
- Одинаковый или очень близкий адрес (менее, чем в 800 м от вашего)
- Одинаковые сфера деятельности, категория или услуги
- Одинаковый телефонный номер
- Одинаковый сайт

#### Принимаемые меры

Потенциальное объявление-дубликат отображается в менеджере дубликатов, и вы можете принять соответствующие меры. Обнаружить некоторые дубликаты бывает очень легко, однако все они требуют индивидуального внимания. Например, вы можете намеренно публиковать два объявления с одинаковым названием, адресом и номером телефона, но с разным перечнем услуг (например, отдел продаж и сервисная служба).



#### Чтобы решить проблему потенциальных дубликатов:

- 1. На вкладке Объявления нажмите Дубликаты.
- Воспользуйтесь фильтрами, расположенными в верхней части панели, чтобы сузить диапазон поиска. Статус дубликата по умолчанию – «Потенциальный».
  - Потенциальный: Потенциальный дубликат
  - **Подтвержден**: Участник нажал «Принять» и подтвердил дубликат, но еще не предпринял меры по отношению к нему
  - Отклонен: Участник нажал «Отклонить»
  - Удален: Дубликат официально запрещен к показу или удален

SOURCE All		•					
≜ Hide	e Filters 📿 🛛	Reset Filters					0
Duplic	cates (0)	Status: Potential 🚓	*				
	Source	Status \ominus	Location	Listing Managed by	Potential D	Status: All	
			Code	Reputation.com		Status: Potential	~
Cong	ratulations! You	u have no duplic	ates to review	1		Status: Confirmed	
cong		Status: Dismissed					
						Status: Suppressed	

- **3.** Сравните данные вашего объявления и потенциального дубликата; нажмите на название, указанное в объявлении, чтобы открыть его в реальном виде.
- 4. Выберите один из следующих вариантов:
  - **Не дубликат** Ничего делать не нужно. Статус записи в менеджере дубликатов изменится на «Отклонен».
  - Дубликат Будет выполнено слияние дубликата с вашим объявлением. После подтверждения, что объявление является дубликатом, все отзывы из него и весь его трафик будут перенаправлены в ваше настоящее объявление, управляемое через платформу. Статус записи в менеджере дубликатов изменится на «Подтвержден».

Вы можете подтвердить или отклонить сразу несколько дубликатов, отметив их галочками и воспользовавшись кнопками в верхней части панели.

Внимание! После нажатия на «Дубликат» отобразится окно подтверждения. В течение 48 часов после того, как вы подтвердите, что объявление является дубликатом, начнется процесс его удаления с сайтов-источников. В настоящее время Reputation не может уведомить и подтвердить, что ваше объявление было удалено.

Примечание: Сайту-источнику может потребоваться несколько недель, чтобы полностью прекратить публикацию дубликата. Reputation не гарантирует, что все заявки на удаление дубликатов будут рассмотрены или приняты; если у вас возникли проблемы с удалением дубликатов, обратитесь в службу поддержки Reputation.

# Проверка содержания объявлений

Находите и исправляйте неточности в публикуемых на популярных сайтах объявлениях различных точек продаж.

Вкладка Содержание объявлений в окне Объявления отображает соответствие и расхождения текстов объявлений по сравнению с текстами ваших оригинальных объявлений для каждой точки продаж. Ваши коммерческие объявления на платформе Reputation проходят автоматическую проверку каждые 24 часа.

Хотя мы собираем данные из подключенных источников ежедневно, некоторые источники собирают данные раз в неделю или каждые три дня, следовательно актуальность наших данных соответствует актуальности данных источников.

## Торговые точки

Таблица «Торговые точки» позволяет легко увидеть несоответствия, а также сведения о сроке проведения последней проверки содержания объявлений. Применяйте фильтры, чтобы просмотреть все торговые точки, автосинхронизированные или только проверяемые.

Location	Address	G	f	Ь	Ś		Last Audited	AutoSynced
		Ø	$\oslash$	$\oslash$	()	0	1 day	•
		8	1	0	0	0	3 days	-
		$\oslash$	$\oslash$	$\oslash$	0	0	1 day	-



Таблица Торговые точки состоит из следующих столбцов:

Название	Описание							
Местоположение	lазвание торговой точки, к работе с которой у вас есть оступ. Нажмите на название точки, чтобы посмотреть одробную информацию по ней.							
Адрес	дрес торговой точки, как он указан в сохраненном на патформе оригинальном объявлении.							
Сайты с возможностью корректировки	Сайты, на которых можно выполнить корректировку содержания объявлений, например, Google, Facebook или Bing. Если эти сайты привязаны к вашему аккаунту и должным образом подключены, статус размещаемых на них объявлений обозначается как «Соответствие» ( или «Несоответствие» ( ).							
Поддерживаемые сайты	Если эти сайты привязаны к вашему аккаунту, информация о статусе отображается при наведении курсора на многоточие. Сайты, для которых отсутствует URL-адрес, отмечены этим значком: ••••••••••••••••••••••••••••••••••••							
Последняя проверка	этим значком: Количество дней, прошедших с последнего сравнения системой объявлений этой торговой точки с вашим оригинальным объявлением.							
Автосинхронизация	Автоматически исправляет некорректную информацию, приводя ее в соответствие с вашим оригинальным объявлением.							

Внимание! Чтобы добавлять или изменять сайты для размещения объявлений, необходимо иметь права администратора. Если вам потребуется помощь, обратитесь к своему менеджеру по развитию или в службу поддержки.

Reputation

#### Отдельные торговые точки

Если нажать на название торговой точки в таблице, можно увидеть результаты проверки ее объявлений, размещаемых на основных сайтах. Данные по каждому привязанному сайту отображаются в двух форматах:

#### Карточное представление



#### Представление списка

										List View
Source	Status	III Formatted Name	Øddress	<i>ွ</i> Phone	ی Website	() Business Hours	ে Specialties	ැ Description	AutoSynced	Last Audited
G Google ☑	PUBLISHED TO SOURCE	Ø	Ø	Ø	Ø	Ø	Ø	Ø	-	Jul 3, 2022
<b>f</b> Facebook ☑	PUBLISHED TO SOURCE	Ø	Ø	Ø	Ø	Ø	Ø	Ø	-	Jul 3, 2022
b Bing 🗹	PENDING UPDATE	Ø	Ø	Ø	Ø	×	Ø		-	Jul 3, 2022
UocSpot	AUDIT ONLY	×	×	×	×	×				Jun 30, 2022

# Статус «Отправлено»

Статус «Отправлено» может быть присвоен объявлению, если оно:

- Опубликовано на сайте-источнике Данные были отправлены на сайт для публикации, их точность была подтверждена.
- Отправлено на сайт-источник Данные были отправлены на сайт-источник.

Примечание: После того, как данные были отправлены через платформу Reputation, каждый конкретный источник определяет, когда именно информация будет опубликована.

# Статус «На рассмотрении»

Статус «На рассмотрении» может быть присвоен объявлению, если оно:

- Ожидает обновления На сайт для публикации были отправлены обновления объявления и сейчас ожидается их внесение.
- Данные отсутствуют/неверны В профиле отсутствуют необходимые данные или они не соответствуют требованиям используемых для публикации сайтов.
- **Ожидает подтверждения** Используемые сайты-источники не требуют подтверждения PIN, но ожидают подтверждения другими способами.
- **Ожидает подтверждения PIN** Необходимо отправить почтовую открытку с PIN-кодом.
- Запрошено подтверждение PIN Почтовая открытка с PIN-кодом была отправлена, мы ждем, когда клиент сообщит нам его.
- Учетные данные отсутствуют/неверны Учетные данные, необходимые для публикации объявления на сайте-источнике, отсутствуют или неверны.
- Ошибка источника С сайта-источника было получено сообщение об ошибке АРІ.
- Дубликат Объявление было отмечено сайтом-источником как дубликат.
- Приостановлено Публикация объявления была приостановлена или отменена сайтом-источником.
- Отказ Сайт-источник отказал в публикации данных или их обновлении.

# Статус «Невыполнимо»

Статус «Невыполнимо» может быть присвоен объявлению, если оно:

- Только проверяется Данные об объявлениях точки продаж на сайтахисточниках проверяются, но управление их размещением не осуществляется.
- Отменено Управление размещением объявлений этой точки продаж осуществлялось ранее, но теперь не осуществляется.
- Закрыто Точка продаж была закрыта.
- Не может быть опубликовано В объявлении отсутствуют некоторые поля, заполнение которых требуется сайтом-источником (например, Facebook требует включения в текст объявлений описания). Кроме того, этот статус может быть присвоен объявлению, если оно не может быть опубликовано в связи с наложением государственных или отраслевых ограничений.
- Отказ Для точки продаж был выбран отказ от участия в программе публикации коммерческих объявлений.
- **Другое** Сюда относятся точки продаж, которым статус «Невыполнимо» был присвоен по другим причинам.

### Учетные данные отсутствуют или неверны

Вкладка «Учетные данные» в разделе администрирования платформы предназначена для подтверждения прав доступа для сторонних сайтов на уровне точек продаж. Такое подтверждение требуется для управления объявлениями, ответа на отзывы и/или размещения публикаций на страницах компании в социальных сетях. Для большинства сайтов-источников платформа предлагает два способа подтверждения: через подключение и через учетные данные.

- Подключение обеспечение надежного доступа через OAuth, которое не требует введения учетных данных при каждом запросе. После установления подключения размещение публикаций и ответов с платформы осуществляется более оперативно. Однако не все сайты допускают возможность подключения к ним.
- Учетные данные это имя пользователя и пароль для подтверждения прав доступа на сторонних сайтах. Если подключение API невозможно, для решения задач, связанных с публикацией информации, платформа использует именно учетные данные.

#### Подключения

Общая рекомендация – установить подключение по каждой точке продаж ко всем возможным сайтам-источникам, а также указать свои учетные данные. Подключение – это всегда более предпочтительный вариант. Чтобы добавить источник:

- 1. Нажмите значок «Настройки» в правом верхнем углу экрана.
- 2. На панели навигации слева выберите «Учетные данные».



 Откроется новое окно с последовательностью аутентификации, требуемой данным сайтом. Выберите профиль (может потребоваться введение учетных данных) и примите правила и условия использования API. Подключение будет добавлено в список источников на вкладке меню «Учетные данные» панели администратора.

#### Учетные данные

Чтобы добавить учетные данные:

- 1. Нажмите значок «Настройки» в правом верхнем углу экрана.
- 2. На панели навигации слева выберите «Учетные данные».
- **3.** Нажмите «Добавить данные», а затем наведите курсор на «Подключения». Затем нажмите на источник, к которому вы хотите подключиться.
- 4. Измените следующие настройки.
- 5. Нажмите «Сохранить». Для выбранного сайта-источника будут добавлены учетные данные. Чтобы изменить учетные данные, щелкните сайт-источник, а затем щелкните значок плюса (+) справа, чтобы добавить данные.

### Автосинхронизация

Чтобы для сайта-источника не выполнялись автоматические обновления, отключите автосинхронизацию. Чтобы для всех сайтов-источников не выполнялись автоматические обновления, отключите автосинхронизацию в таблице «Точки продаж».

Location	Address	G	f	٢	Ś		Last Audited	AutoSynced
BDP - Lake Havasu		$\oslash$	$\oslash$	$\oslash$	۲	•	1 day	



# Повышение точности объявлений

Количественное представление результатов управления объявлениями и выявление возможных проблем.

Вкладка «Точность объявлений» в окне «Объявления» дает схематичное представление о том, как платформа управляет вашими данными, размещаемыми на сайтах с высокой проходимостью (таких, как Google или Bing), и подробные сведения об их точности.

## Сводный отчет о точности публикуемой информации

Информация о ваших объявлениях отображается на соответствующей панели:



Сортируйте точки продаж и сводные отчеты по статусу «опубликованные», «готовящиеся к публикации» и «не соответствующие требованиям» в правом верхнем углу панели «Точность объявлений». Запланируйте отправку, перешлите данные или загрузите PDF-файл, щелкнув многоточие.

Fulfillment Category:	Published	Pending	Not Fulfillable
			<ul> <li>Download PDF</li> <li>Schedule</li> <li>Forward</li> </ul>



Сводный отчет о точности публикуемой информации включает следующие данные:

Данные, включенные в сводный отчет о точности публикуемой информации	Описание
Торговые точки	Количество точек продаж, указанных как минимум на одном из перечисленных ниже ресурсов.
Общее количество объявлений	Количество проверок на ресурсах, отнесенных к категории «Автосинхронизация» (ниже).
Автосинхронизация	Количество единиц информации, проверенных на ресурсах, отнесенных к категории «Автосинхронизация» (ниже).
Отсутствующие	Количество проверяемых единиц информации (например, график работы, номер телефона и т. д.), которые не указаны в ваших профилях на платформе.
Верные	Количество и процент публикуемых единиц информации, которые соответствуют данным вашего оригинального объявления. Система не определяет как ошибки небольшие различия, такие как использование заглавных и строчных букв, написание «улица» и «ул.».
Неверные	Количество и процент публикуемых единиц информации, которые не соответствуют данным вашего оригинального объявления.
Исправленные	Количество единиц информации, которые платформа автоматически исправила (с момента начала сбора данных для ваших профилей). Появление ошибок в данных происходит по многим причинам, поэтому их отслеживание и автоматическое исправление ведется непрерывно.

#### Точность по ресурсам

Под сводной статистикой отображаются данные о точности объявлений на каждом ресурсе, с разбивкой по единицам информации. На сайте Google следует стремиться обеспечить 100% точность. На других сайтах без АРІ точность может ниже.



# Статус публикации объявлений по ресурсам

В этом разделе можно увидеть количество опубликованных, готовящихся к публикации и не соответствующих требованиям объявлений на каждом ресурсе.

Bing AUTOSYNCED 2,652 Listings		(	Pending • Listing	;s: <b>56</b>		<ul> <li>Publi</li> <li>Not F</li> <li>Pend</li> </ul>	shed <b>2,520</b> Fulfillable <b>7</b> ling <b>56</b> (2.11	(95.0%) 5 (2.86%)  %)			
Нажмите на диаграмму, чтобы узнать, какой статус публикации имеют ваши объявления (опубликованные, готовящиеся к публикации и не соответствующие требованиям), и какие меры вам нужно принять для решения возникающих проблем.											
Location 🕏 Sta	atus 🔤	⊞	0	ð	<b>1</b>	©	$\bigtriangledown$	ď			
P	PENDING UPDATE	$\odot$	Ø	$\odot$	$\oslash$	۲	$\odot$	$\otimes$			
P	PENDING UPDATE	$\oslash$	$\oslash$	8	$\oslash$	$\oslash$	$\oslash$	$\otimes$			
P	PENDING UPDATE	$\oslash$	۲	$\oslash$	$\oslash$	۲	۲	⊗			
P	PENDING UPDATE	$\oslash$	$\oslash$	$\oslash$	$\oslash$	۲	$\oslash$	$\otimes$			

# Рекомендации по публикации: использование

Повышайте точность своих объявлений, внося в них рекомендуемые корректировки.

Вкладка **Рекомендации по публикации** в окне «Объявления» помогает следить за точностью объявлений, основываясь на отзывах пользователей и предложениях размещающих платформ. Вы можете соглашаться с предложенными корректировками или отклонять их. Если вы примете рекомендацию, система автоматически обновит данные вашего профиля (текст оригинального объявления) и объявления на всех используемых площадках.

Примечание: В настоящее время можно получать рекомендации только с сайта Google. Рекомендации других платформ пока не доступны.

Location Details	Source	Data Field	Existing Data	Suggested Data	Actions
<b>BDP - Uptown (B021)</b> 4520 North 2nd Ave, #200, Phoenix, AZ 85013	G 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	

Для каждого поля в объявлении предлагается одно рекомендованное изменение. Если для какого-либо поля (например, «Категория») дается сразу несколько рекомендаций, их можно принять или отклонить только все вместе. Например, если платформа рекомендует вам добавить в объявление 10 дополнительных категорий, но вы согласны с добавлением только 2 из них, вам нужно будет отклонить эту рекомендацию, а затем вручную добавить/отредактировать эти 2 категории в профиле точки продаж.



# Редактура профилей объявлений

Редактирование профилей – это простой способ обновлять данные по точкам продаж, всем вместе или по отдельности.

Вкладка **Профили** в окне **Объявления** позволяет централизованно управлять информацией профилей, внося изменения сразу во все или редактируя их по отдельности. Свой профиль должен быть создан для каждой торговой точки (в качестве которой может выступать учреждение или специалист), для которой публикуются объявления или которая включена в каталог. Все записи профиля соотносятся с записями точки продаж, для которой он был создан, в разделе «Настройки администратора» (вкладка «Торговые точки»).

Любые изменения, внесенные в данные профиля – например, изменение графика работы или телефонных номеров – передаются на сайты, на которых публикуются объявления, и в агрегаторы данных, что обеспечивает единообразие информации о компании в сети.



Внимание! Редактирование профиля влечет за собой изменение профиля соответствующего объявления, однако редактирование профиля объявления НЕ влечет за собой изменение профиля в каталоге.

#### Разовые изменения данных профиля

Через платформу можно вносить несложные изменения непосредственно в данные профилей.

Чтобы отредактировать профиль напрямую:

- **1.** На вкладке «Профили» задайте фильтр по **торговым точкам** или начните вводить название профиля, который собираетесь редактировать.
- 2. В списке результатов нажмите значок Редактировать.



- 3. Внесите в профиль необходимые изменения.
  - Поля, отмеченные красной звездочкой, обязательны для заполнения.
  - Для перехода к разным категориям профиля воспользуйтесь панелью слева.
  - Нажмите на кнопку просмотра сайтов, на которых может быть опубликована информация.
  - Откройте журнал истории изменений.
- 4. Закончив, нажмите Отправить.

Publishable to 7 source	(s) <del>•</del>			C Show history
Profile Information				
Status	Cleansed			
Туре	Rooftop			
Location Code*				
AutoSync	YES NO			
Profile Definition Name*	RoofTop			
Parent Location 🚯	Parent Location			
GMB UTM Tracking	YES NO			
Linked Profiles 🚯	No linked profiles			
		Cancel	Save As Draft	Submit

Все правки автоматически отразятся на привязанных сайтах для публикации объявлений или в каталогах.



#### Массовые изменения данных профиля

Помимо разовых изменений данных профиля на платформе, вы также можете редактировать профили массово.

Чтобы отредактировать профиль на платформе Reputation:

- 1. В окне Объявления нажмите Профили.
- **2.** Отметьте соответствующие профили, чтобы разрешить всплывающие параметры **Редактировать** или **Удалить**.

You	have 2 profile(s) selected.	🖉 Edit 🝷	De	lete 🚯			
	Formatted Name	Attributes Business Hours Photos	٩Þ	Status 👌	Profile Type ⊖	Address $\Leftrightarrow$	Actions
<b>~</b>	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	ø ×
	BDP - Lake Havasu	B023		Cleansed	Person	21917 N 97th Dr. #200, Peoria, AZ 85383	Ø ×

**3.** Нажмите **Редактировать**, чтобы настроить атрибуты, режим работы, фотографии, описание или сайты (источники данных).

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>⊕ Groups</li><li>⊕ Singles</li><li>⊕ Families</li><li>⊕ Couples</li></ul>

4. Нажмите Обновить.

Для внесения изменений (в формате электронной таблицы) сразу в несколько объявлений используются опции Импорт/Скачать на вкладке «Профили».

Чтобы отредактировать профили через импорт электронных таблиц:

- 1. В окне Объявления нажмите Профили.
- 2. Нажмите Скачать.
- **3.** Выберите профили для скачивания и столбцы, которые будут включены в таблицу. Формат электронных таблиц по умолчанию CSV.

Download Profiles			×
Select Profiles to Download: O All Profiles (129)    Filtered Profiles			
Select Columns to Include:			
O Live Fields 🕕 O All Fields 🔍	Selected Columns		
	All -		
Spreadsheet format:	☑ All		
.csv (Comma-separated values) 🔹	🗆 None		
	Public Location Name		
	Parent Location	Download	Canaal
	🗌 Job Title	Download	Cancel

- 4. Нажмите Скачать.
- **5.** Откройте файл CSV внесите в данные профилей необходимые изменения через функцию редактирования электронных таблиц.
- 6. Закончив, сохраните файл.
- 7. На платформе нажмите Импорт.
- 8. Вложите сохраненный файл CSV и выберите подходящий вариант сопоставления для импорта.

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

- 9. Настройте сопоставление заголовков столбцов и при желании проверьте ячейки на предмет пропуска нормализации страниц и несопоставленных столбцов. Нажмите Импорт.
- 10. Сохраните новое сопоставление, сохраните изменения существующего сопоставления или не сохраняйте ничего, чтобы продолжить.



- 11. Просмотрите подробную информацию об импорте по вкладкам.
  - Платформа проигнорирует неверные единицы информации и опубликует остальные, верные данные.
  - Посмотрите, в каких местах были обнаружены ошибки и внесите исправления или скачайте файл ошибок, чтобы сохранить верные изменения и отследить те, которые не были сохранены по причине ошибки.
- 12. Нажмите Закрыть.

Платформа автоматически передаст скорректированные данные на привязанные сайты для публикации объявлений или в каталоги.

## Добавление профилей

Каждый профиль необходимо определить как привязанный к учреждению (например, общий) или к врачу (например, индивидуальный). Также вы можете создать в рамках одного профиля несколько кабинетов (для врачей, которые работают более, чем в одном учреждении). Еще вы можете использовать ID точки, чтобы привязать информацию о торговой точке (учреждении) к нескольким профилям врачей или других специалистов.

Чтобы добавить новый профиль для новой точки продаж:

1. На вкладке «Профили» нажмите Добавить профиль.

Profiles (129)			
Profile Statuses: 1 s 🔻	途 Import	岱 Download	🕀 Add Profile
		Q Search Profiles	

2. В окне добавления профиля введите код точки продаж в поле Код.

	Add Prof	ile			×
<b>3.</b> B		New Location	Existing Location		
	Code				
	Definition	Select			-
				Cancel	🗸 Create

раскрывающемся меню **Определение** выберите «Учреждение» (общий профиль) или «Врач».

- 4. Нажмите Создать.
- 5. Введите в поля профиля остальные данные.



## Добавление графика работы

Зачастую график работы компании может варьироваться в течение всего сезона или определенных праздников, следовательно требуется внести изменения в данные о вашей компании. Как обновить график работы на платформе?

Чтобы добавить новый профиль для новой точки продаж:

**1.** На вкладке **Профили** нажмите на торговую точку, для которой вы хотите редактировать или добавить особые часы работы.

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

- **2.** Нажмите **Офисы**, чтобы просмотреть данные про офис и график его работы. Затем нажмите **Редактировать**.
- **3.** Переключите зеленый ползунок, чтобы указать, открыта или закрыта торговая точка, и при необходимости внесите изменения в график работы.
- 4. Нажмите Отправить на утверждение.

10/31/2021	Ö	Open	1:00 Pf	-	4:00 PI	×
12/25/2021	Ö	Open	9:00 Al		4:00 AI	×
07/04/2022	Ö	Close	×			
09/05/2022	Ö	Close	×			
Add Special B	susiness	Hours				

Примечание: Обычно платформа отправляет изменения в источник в течение 24 часов. В течение этого времени вы увидите на платформе статус «Отправлено в источник». Когда изменение будет применено, вы увидите статус «Опубликовано в источнике». Рекомендуем добавлять праздничные часы для всех объявлений в начале года, чтобы у вас было достаточно времени на их публикацию, поскольку каждый источник сам определяет время публикации изменений.

## ID точки:

ID точки позволяет привязать профили врачей к определенному общему профилю (профилю учреждения). Тогда в случае изменения информации об учреждении (точке продаж) – например, адреса или графика работы, – оно автоматически отобразится во всех привязанных к этому учреждению профилях отдельных врачей.

- 1. В поле ID точки начните набирать название учреждения, в котором работает врач или другой специалист. Появится раскрывающееся меню со списком всех подходящих учреждений, зарегистрированных для данного абонента; выберите нужное.
- 2. Если вы еще не заполняли поля в разделе «Кабинеты», то в них будут скопированы данные учреждения с указанным ID точки (базового учреждения). Изображение закрытого замка рядом с полем в разделе «Кабинеты» означает, что значение этого поля соответствует аналогичному значению в профиле базового учреждения.
- 3. Если вы уже заполнили поля в разделе «Кабинеты», данные из профиля учреждения с указанным ID точки НЕ БУДУТ заменять введенные вами данные. Изображение открытого замка рядом с полем означает, что значение этого поля НЕ соответствует аналогичному значению в профиле базового учреждения.
- **4.** Если вы хотите изменить данные профиля так, чтобы они соответствовали информации профиля базового учреждения, нажмите **Сбросить**.
- **5.** Адреса, указанные в профилях, не связаны между собой, если информация хотя бы в одном поле отличается от информации в аналогичном поле профиля базового учреждения (например, номер кабинета).
- 6. Закончив, нажмите Отправить.





© 2022 Reputation, Inc. | 29

# Управление объявлениями подразделений

Вы можете с легкостью управлять присутствием ваших подразделений в сети.

#### Что представляют собой объявления подразделений?

Google рекомендует местным компаниям с несколькими подразделениями создавать несколько объявлений: одно для главной страницы предприятия и по одному для каждого подразделения. С помощью Reputation вы можете привязать каждое объявление, будь то основное объявление или объявление подразделения (вторичное), к торговой точке на платформе.

## Основные особенности



#### Тип торговой точки подразделения

Для каждого подразделения, размещенного в Google, можно настроить торговые точки подразделения.

Выберите тип торговой точки в зависимости от отрасли. Например, доступные типы торговых точек для автомобильной отрасли включают: сервис, запасные части, кузовной ремонт, замена масла и пр.

#### Привязка группового кода

Основные торговые точки можно связать с торговыми точками подразделений на платформе с помощью группового кода, который будет одинаковым как для основной торговой точки, так и для торговых точек подразделений. Это помогает создать иерархию между основными торговыми точками и торговыми точками подразделений для расчета индекса репутации и объединения данных.

#### Фильтр по местоположению



Вы можете исключить из анализа торговые точки подразделений с помощью фильтра по местоположению. Если используется фильтр по местоположению, все данные, связанные с торговыми точками подразделений, будут указаны по умолчанию.

Выберите Тип торговой точки, чтобы затем фильтровать данные на любой странице по типу торговой точки.

#### Отсутствие влияния на индекс репутации



Консолидируйте отзывы по торговым точкам подразделения с отзывами по компании, чтобы индекс репутации компании не ухудшился в связи со снижением числа отзывов для основных торговых точек.

Индекс репутации для торговых точек подразделений недоступен.



### Настройка торговых точек подразделений

Чтобы активировать функцию объявлений подразделений, обратитесь к своему менеджеру по работе с клиентами и специалистам отдела профессиональных услуг Reputation. Параллельно вы можете подготовить свою учетную запись, настроив **торговые точки подразделений**.

Примечание: Специалисты отдела профессиональных услуг Reputation также могут помочь с настройкой торговых точек подразделений.

Чтобы настроить торговые точки подразделений:

- 1. Нажмите значок Настройки в правом верхнем углу экрана.
- 2. На панели навигации слева нажмите Торговые точки.
- 3. Выберите нужную торговую точку.
- 4. Для редактирования нажмите на значок карандаша.
- 5. Прокрутите вниз и добавьте Групповой код и Тип.
  - **Групповой код** основная торговая точка и торговые точки подразделений будут связаны с помощью группового кода. Групповой код основной торговой точки и связанных торговых точек подразделений должен быть одним и тем же. По умолчанию, групповой код будет совпадать с кодом торговой точки. Для торговых точек подразделений нужно будет обновить групповой код, чтобы он совпадал с групповым кодом основной торговой точки.
  - Тип это поле используется для обозначения типа торговой точки подразделения. Если это основная торговая точка, выбирается тип «Основная». Тип «Основная» может быть только у одной торговой точки среди точек с одинаковом групповым кодом. Для торговых точек подразделений необходимо выбрать тип.
- 6. Нажмите «Сохранить».

# Управление публикацией вопросов и ответов на сайте Google

Управляйте публикацией вопросов и ответов на инфопанелях ваших точек продаж в Бизнес-профиле Google (GBP) централизованно.

Раздел **Google Вопросы и ответы** в объявлениях предоставляет пользователям подробную информацию о компании, помогая оперативно, прямо на страницах Google, принять решение, куда именно обратиться. Вопросы и ответы могут отображаться непосредственно на странице с результатами поиска Google.

Примечание: Порядок отображения вопросов и ответов определяется их рейтингом, чем он больше, тем они расположены выше.

Вкладка «Вопросы и ответы» позволяет вам отслеживать вопросы, задаваемые пользователями на инфопанелях ваших точек продаж в Google, и отвечать на них, тем самым помогая своим клиентам.

### Фильтры

Фильтры, расположенные в верхней части панели, определяют, какие данные будут отображены на экране. При нажатии на интерактивные данные диаграмм откроются дополнительные фильтры.

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

# Сводный отчет

В разделе «Вопросы» отображается статус заданных, получивших и не получивших ответ вопросов. Нажав на любую ссылку этого раздела, вы можете отфильтровать графики и список вопросов так, как вам нужно.



Questions 120 across 102 Locations Responded 22 View Unresponded 98 View

# График

Посмотрите динамику количества вопросов, задаваемых о работе выбранных точек продаж, за определенный период времени. Серая часть столбцов – это неотвеченные вопросы, а оранжевая – отвеченные. Считаются ответы, данные любым пользователем Google, даже если это не представитель компании.



# Вопросы

В разделе «Вопросы» отображаются все вопросы, выбранные при помощи фильтров или через графики. Режим отображения вопросов близок к реальному времени. По умолчанию все вопросы распределяются по новизне (сначала новые).

## Ответы

Нажмите на окно ответа, чтобы начать отвечать на вопрос (требуется указать учетные данные / выполнить подключение). Режим публикации ответов близок к реальному времени.



Примечание: Допустимая длина ответов в сервисе Бизнес-профиль Google – 440 знаков. Старайтесь, чтобы количество знаков в вашем ответе было меньше этой величины, тогда он не будет обрезан при публикации.

#### Важные нюансы сервиса Google Вопросы и ответы:

Предлагать клиентам свой перечень часто задаваемых вопросов и ответов на них – очень верный подход. Добавляйте вопросы непосредственно через инфопанель бизнес-профиля Google и отвечайте на них через нашу платформу.

Настройте отправку уведомлений о получении вопросов пользователям своего аккаунта, ответственным за ответы на них.

Вы можете дать на вопрос несколько ответов (от разных пользователей вашего аккаунта), но на сайте Google будет отображаться только по одному ответу от представителя компании для каждого вопроса. Последний опубликованный ответ будет отмечен как ответ от представителя компании.

Вы не можете удалять ответы, данные другими пользователями Google. При удалении через платформу может показаться, что ответ больше не публикуется, но он снова появится на сайте после проверки, которая выполняется ежедневно.

Эффективное управление вашими вопросами и ответами в Google и предоставление ответов на вопросы положительно повлияют на ваш поисковый рейтинг. Google учитывает, считают ли ваши клиенты ваш контент актуальным, точным, отвечающим их потребностям, доступным, кто автор этого контента: бот или человек.



# Форматированный контент

Возможность масштабной публикации объявлений и изменения их содержания сразу на всех ресурсах.

Вкладка **Форматированный контент** позволяет наполнять объявления для разных торговых точек единообразным контентом и публиковать их сразу на всех ресурсах. Не забудьте предоставить пользователям с различным статусом пользователя разрешения на просмотр, редактирование, добавление и/или удаление текстов, созданных с использованием форматированного контента.

Примечание: В настоящее время размещение в рамках форматированного контента изображений не поддерживается.

Вкладка Форматированный контент включает три дополнительный вкладки:

- Вопросы и ответы
- Меню
- Товары и услуги

#### Вопросы и ответы

Вы можете заранее составить списки часто задаваемых вопросов и ответов на них для разных групп торговых точек и добавить их сразу во все интернет-объявления, относящиеся к этим группам.

Name 🤤	Action
BDP Southern AZ	ØX
BDP Northern AZ	ØX
BDP Central AZ	ØX

Просмотр с платформы Reputation





Просмотр с Google



#### Шаг 1: Добавление раздела «Вопросы и ответы»

Составьте списки часто задаваемых вопросов и ответов на них для публикации в объявлениях, относящихся к разным группам ваших объектов, например «все северные» или «все южные».

#### Чтобы добавить вопросы и ответы:

- 1. Зайдите на вкладку платформы Объявления.
- 2. Нажмите Форматированный контент.
- 3. Нажмите Вопросы и ответы.
- 4. Нажмите Добавить вопросы и ответы.

Примечание: В настоящее время добавлять сразу несколько блоков вопросов и ответов невозможно.

- 5. Установите настройки:
  - Заголовок: Укажите название для блока вопросов и ответов.
  - Даты начала и окончания публикации: При желании укажите даты начала и окончания публикации. Относящиеся к данному блоку вопросы и ответы будут публиковаться в указанном временном интервале.

Примечание: Если не указывать даты начала и окончания публикации, вопросы и ответы будут публиковаться вплоть до того момента, когда вы сами удалите их из объявлений.

- Привязать к: Выберите фильтр. Возможные варианты фильтрации: по области, по городу, по торговым точкам; также возможно задание персонализированных настроек. Отметьте все выбранные торговые точки или их группы, чтобы привязать к ним соответствующий блок вопросов и ответов.
- Источники: Выберите сайты-источники для публикации вопросов и ответов.

Примеч	н <mark>ание:</mark> Эта функция в настояще	ее время включает только Google.
FAQs Menus Product	TS	
Edit		
Title *	BDP Southern AZ	
Start-End Date *	Jul 06, 2022 Jul 06, 2022	
Associate With *	Location	Selected Locations (All):
	Filter	Show Locations
	All   None	
Sources *	Google ×	~
		Cancel 🗸 Save

6. Нажмите Сохранить.



#### Шаг 2: Добавление категорий

Сгруппируйте вопросы и ответы по категориям, например, «Послепродажное обслуживание» или «Принятые страховые требования». Это упростит работу с ними.

Примечание: Категории отображаются только на платформе; в тексте объявлений они не видны.

#### Чтобы добавить категории:

- 1. На вкладке Вопросы и ответы выберите блок вопросов и ответов.
- 2. Нажмите Добавить категорию.
- 3. Укажите название раздела и нажмите Отправить.

BDP West	tern AZ 🖉		
Title		BDP Western AZ	
Start - Er	nd Date	7/11/2022 - 8/31	/2022
Sources		G Google	
Associate	e With	<ul> <li>B012</li> <li>B004</li> <li>B005</li> <li>B007</li> <li>B021</li> </ul>	
Sections			
		Add Group	Add Question
Create G	iroup		×
FAQ Title	BDP Western AZ		
Title *	Insurance		
		C	ancel Submit

#### Шаг 3: Добавление вопросов

Составьте список часто задаваемых вопросов и ответов на них для каждой категории или для каждой группы торговых точек. Эти вопросы и ответы будут включены во все объявления, публикуемые для данной группы ваших объектов.

#### Чтобы добавить вопросы:

- 1. На вкладке Вопросы и ответы выберите блок вопросов и ответов.
- 2. Нажмите Добавить вопрос.
- **3.** Укажите заголовок вопроса, дайте ответ на него и выберите (или создайте и добавьте) соответствующую категорию.
- 4. Нажмите Отправить.



**Reputation** 

### Важные нюансы добавления часто задаваемых вопросов и ответов:

Публикация вопросов и ответов осуществляется каждый день.

Для того, чтобы опубликовать вопросы и ответы в тексте объявлений, платформе требуется подключение к страницам сервиса Бизнес-профиль Google.

Блоки вопросов и ответов можно редактировать или удалять, а выбранные группы и конкретные вопросы/ответы – только редактировать.



## Меню

Централизованная публикация меню: составляйте и включайте меню в тексты объявлений бизнес-профиля Google.

#### Шаг 1: Добавление раздела «Меню»

Вы можете создавать сезонные меню или меню к праздникам (например, «Осеннее меню», «Новогоднее меню») и выбирать, какие позиции будут указаны в текстах объявлений для разных групп торговых точек.

#### Чтобы добавить меню:

- 1. Зайдите на вкладку платформы Объявления.
- 2. Нажмите Форматированный контент.
- 3. Нажмите Меню.
- 4. Нажмите Добавить меню.
- 5. Установите настройки:
  - Заголовок: Укажите название конкретного меню.
  - Даты начала и окончания публикации: Укажите даты начала и окончания публикации.

Примечание: Если публикация одного меню заканчивается, а другое для его замены не будет предусмотрено, меню с истекшим сроком публикации останется в бизнес-профиле Google. Если поставить одинаковые даты начала публикации для двух меню, они будут публиковаться одновременно.

- Привязать к: Выберите фильтр. Отметьте все выбранные торговые точки, чтобы привязать к ним соответствующий блок вопросов и ответов.
- Источники: Выберите сайты-источники для публикации меню (в настоящее время эта функция включает только сайт Google).
- URL контента: Добавьте ссылку на меню, размещенное на вашем сайте, чтобы в объявлениях было опубликовано именно

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



#### Шаг 2: Добавление разделов

Для группировки позиций меню добавьте категории, например, «Закуски», «Паста» и «Десерты».

#### Чтобы добавить разделы:

- 1. На вкладке Меню выберите меню.
- 2. Нажмите Добавить раздел.
- 3. Укажите название раздела и нажмите Отправить.



#### Шаг 3: Добавление позиций

Расскажите подробнее о позициях, перечисленных в каждом разделе меню.

#### Чтобы добавить позицию:

- 1. На вкладке Меню выберите меню.
- 2. Нажмите Добавить позицию.
- **3.** Опишите позицию. Что можно указать: название, описание, цену, степень остроты, наличие аллергенов, диетические ограничения, к какой кухне относится, раздел меню.
- 4. Нажмите Отправить.

Menus / Winter Menu 🖉	)				
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> </ul>			7	
	<ul><li>B015</li><li>B013</li></ul>	Add Menu	ltem		×
Sections	Appetizers	Menu Title	Winter Menu		
	Cheesy Garlic Bread	Title *	Chicken Alfredo		
	Pasta Spaghetti & Meatballs Desserts Chocolate Chip Cheesecake	Description	Large helping of white sauce, top	fettuccini pasta with a creamy ped with seasoned chicken.	
	Add Section Add Item	Price	16	US Dollar (USD)	~
		Spiciness	Mild		~
		Allergens	Dairy ×		~
		Cuisines	Italian		~
		Dietary Restrictions	Q Search		~
		Section *	Pasta	✓ Add Section	



© 2022 Reputation, Inc. | 42

Cancel

Submit

#### Важные нюансы добавления меню:

Публикация меню осуществляется каждый день.

-----

Для того, чтобы публиковать меню в тексте объявлений, платформе требуется подключение к страницам сервиса Бизнес-профиль Google.

Google показывает меню каждый раз, когда пользователь делает поисковый запрос через мобильное устройство, а когда он открывает поиск на стационарном компьютере, меню могут отображаться в урезанном виде или не отображаться вообще.

\_\_\_\_\_

Создание меню на платформе Reputation возможно для всех, однако Google может отказать в их публикации компаниям, не относящимся к сфере гостеприимства и общественного питания.

Меню, их разделы и информацию о блюдах можно редактировать и удалять.



### Товары и услуги

Теперь некоторые компании могут оперативно и широко публиковать информацию о своих услугах на сервисе Бизнес-профиль Google, чтобы потенциальные клиенты могли легче их найти.

#### Шаг 1: Добавление раздела «Товары и услуги»

Создайте раздел для каждого типа товаров или услуг, например, один раздел для осмотров врачом, и другой – для розничной продажи товаров, чтобы указать, информацию о каких товарах или услугах следует публиковать в объявлениях для разных групп ваших точек продаж.

#### Чтобы добавить товары и услуги:

- 1. Зайдите на вкладку платформы Объявления.
- 2. Нажмите Форматированный контент.
- 3. Нажмите Товары и услуги.
- 4. Нажмите Добавить товар или услугу.
- 5. Установите настройки:
  - Заголовок: Укажите название товара или услуги.
  - Даты начала и окончания публикации: При желании укажите даты начала и окончания публикации. Позиции, относящиеся к соответствующему типу товаров и услуг, будут публиковаться в указанном временном интервале.

Примечание: Если не указывать даты начала и окончания публикации, информация о позициях будет публиковаться вплоть до того момента, когда вы сами удалите ее из объявлений.

- **Привязать к**: Выберите фильтр. Отметьте все выбранные точки продаж или их группы, чтобы привязать к ним соответствующие товары или услуги.
- Источники: Выберите сайты-источники для публикации информации о товарах или услугах. В настоящее время эта функция включает только сайт Google.
- URL контента: Добавьте ссылку на описание товаров или услуг на вашем сайте, чтобы в объявлениях была опубликована именно эта информация.

6. Нажмите	Title *	Retail	
Сохранить.	Start-End Date *	Start Date End Date	
	Associate With *	Assoiciate By:	
		Location -	Selected Locations (None):
		Filter	
		All   None	
		BDP - Uptown	
		Reset Selections	
	Sources	Google ×	~
	Content URL	https://eitae.google.com/viau/bdpuntown/home	
		mpassarea.googrecom view oopoptowithome	
			Cancel 🗸 Save



© 2022 Reputation, Inc. | 44

#### Шаг 2: Добавление разделов

Для группировки позиций добавьте категории, например, «Очки», «Контактные линзы» и «Дорожные наборы».

#### Чтобы добавить разделы:

- 1. На вкладке Товары и услуги выберите товар или услугу.
- 2. Нажмите Добавить раздел.
- 3. Укажите название раздела и нажмите Отправить.

Products /	Retail 🖉	
Title		Retail
Start - End	Date	0
Sources		G Google
Content UF	RL	https://sites.google.com/view/bdpuptown/home
Associate V	Vith	• 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 Add Section
Add Sec	tion	×
Product Title	Retail	
Title *	Blue Light G	lasses
		Cancel Submit



#### Шаг 3: Добавление позиций

Расскажите подробнее о позициях, относящихся к каждому разделу.

#### Чтобы добавить позицию:

- 1. На вкладке Товары и услуги выберите товар или услугу.
- 2. Нажмите Добавить позицию.
- 3. Опишите позицию. Что можно указать: название, описание, цену, тематический раздел.

Примечание: Единственное, что нужно указывать обязательно, это название позиции и раздел, к которому она относится. Поля для введения более подробной информации о товарах и услугах совпадают с возможностями сайта Google.

#### 4. Нажмите Отправить.

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

#### Важные нюансы добавления товаров и услуг:

Информация о товарах и услугах публикуется каждый день.

-----

Для того, чтобы публиковать в тексте объявлений информацию о товарах и услугах, платформе требуется подключение к страницам сервиса Бизнеспрофиль Google.

Сайт Google показывает информацию о товарах и услугах только на мобильных устройствах.

Информацию о товарах и услугах, разделах и позициях можно редактировать и удалять.



# Часто задаваемые вопросы об объявлениях

Ниже приведены ответы на распространенные вопросы об управлении размещением коммерческих объявлений.

# Что будет, если кто-нибудь предложит изменить график работы, указанный в объявлении?

Для того чтобы поддерживать актуальность информации, Google принимает корректировки как от рекламодателей, так и от клиентов. Приложение Google Местные эксперты приглашает пользователей отвечать на вопросы о компаниях, клиентами которых они являются, таким образом проверяя и корректируя содержание объявлений.

Что касается отзывов и фотографий, вклад пользователей часто полезен и способствует заметному увеличению количества просмотров ваших объявлений. Однако попытки скорректировать график работы или сведения об адресе точки продаж могут оказаться нежелательными.

Если пользователь решает изменить информацию о графике или адресе объекта, такое изменение появляется в тексте объявления практически мгновенно. Однако если вы пользуетесь сервисом управления объявлениями платформы Reputation, объявление вернется в первоначальный вид, соответствующий вашему оригинальному тексту, при следующем же автоматическом обновлении (оно обычно выполняется каждые 24 часа).



#### BDP - Uptown



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

Hours: Open · Closes 5PM · More hours Updated by this business 8 weeks ago

Phone: (480) 269-5649

Suggest an edit · Own this business?

Questions & answers 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 (125)

## Как на поиск влияют атрибуты?

Атрибуты информируют клиентов о дополнительных возможностях и особенностях вашего заведения, например, есть ли в ресторане Wi-Fi или наружная терраса, или что им руководит женщина. Если указывать не только категорию, к которой относится компания, но и ее атрибуты, это поможет выделиться в результатах поиска Google.

Например, «Окей, Google, где принимает ближайший окулист с возможностью доступа на инвалидной коляске?»

Примечание: Допустимые к использованию атрибуты определяются категорией бизнеса. Например, в меню могут отображаться атрибуты, связанные со способом оплаты, доступностью для разных групп населения или с отношением к представителям ЛГБТ-сообщества.

### Я могу включать свои вопросы/ответы в раздел «Вопросы и ответы»?

Предлагать клиентам свой перечень часто задаваемых вопросов и ответов на них не только можно, но и нужно. Выберите вопросы, которые обычно задают ваши клиенты, в том числе – об услугах, которые вы не оказываете. Вопрос должен выглядеть так, как будто его написал клиент, а отвечать лучше в профессиональном (деловом) стиле. Убедитесь, что вопросы и ответы легко понять – это не тот случай, когда стоит рекламировать свои товары или услуги.

Вопросы и ответы, набравшие наибольшее количество лайков, обычно отображаются первым, поэтому не забывайте ставить лайки правильным ответам клиентов. Если и вы, и кто-нибудь из пользователей, ответите на один и тот же вопрос и получите одинаковое количество лайков, преимущество будет за ответом пользователя и он будет показан раньше вашего.

# Для чего нужны публикации в бизнес-профиле Google?

Google Панель знаний предусматривает огромные возможности для ведения бизнеса через Бизнес-профиль Google. Это отличный способ привлечь внимание клиентов, когда они выполняют поиск нужной компании. Публикации в Бизнеспрофиле Google работают не совсем так, как в привычных соцсетях.

- Используйте простые, красочные изображения без текста. Лучше всего использовать изображения с высоким качеством (минимум 750 x 540 пикселей). Подписи тоже допускаются, но при отображении на мобильных устройствах они могут быть обрезаны. Лучше всего обходиться без наложения текста. Видео не поддерживаются.
- Краткие, информативные описания. Допустимая длина 1500 знаков, но постарайтесь укладываться в 100-120. На странице с результатами поиска текст будет обрезан.



- Четкий призыв к действию. Вносите разнообразие в тексты за счет таких глаголов, как «забронируйте», «закажите онлайн», «купите», «узнайте больше», «подпишитесь», «воспользуйтесь предложением». Оценивайте результативность публикаций через отслеживание кликов (UTM) в URL-адресах.
- Используйте интерактивные заголовки (для мероприятий). Показ публикаций в Бизнес-профиле Google продолжается не дольше 7 дней, однако когда речь идет о мероприятиях, вы можете сами устанавливать даты начала и окончания их размещения. Если вы размещаете публикации через нашу платформу, то можете отправлять каждую из них в профили <10 точек продаж. Для этого вам потребуется ввести учетные данные для каждой из них.

### Как мне удалить отзыв?

Если вам стало известно, что какой-либо отзыв ошибочно отнесен к вашей компании (например, в нем идет речь о другой организации) или содержит клевету / нецензурные выражения, вы можете сообщить о допущенном нарушении. В окне отзывов Google нужно навести курсор на отзыв, чтобы появился флажок.



Помните, вам не следует настаивать на удалении отзыва, если он не нарушает правила площадки размещения. Другими словами, не требуйте удаления отзыва только потому, что он вам не нравится. Некоторые площадки отображают информацию о том, что владелец компании потребовал удаления отзыва, хотя в нем не было замечено нарушений.

## Для чего используется URL-адрес резервирования?

URL-адреса резервирования содержат ссылку в объявлении, которая направляет пользователя на веб-страницу, специально предназначенную для планирования какой-либо встречи или бронирования (например, визит к врачу, экскурсия по недвижимости, сдающейся в аренду, бронирование столика в ресторане).

# Что такое расширенные функции управления категориями

Reputation позволяет компаниям публиковать категории своих торговых точек в различных внешних каталогах (также называемых сайтами публикации), таких как Google, Facebook, Apple, Bing и т. д. На данный момент компании видят только категории Reputation, которые внутри компании сопоставлены с категориями



каталога. Пользователям это неудобно, поскольку они не видят, какие категории фактически публикуются во внешних каталогах.

Благодаря расширенным функциям управления категориями компании теперь могут использовать платформу Reputation для просмотра того, как их категории Reputation сопоставляются с категориями каталога. Это применимо как для основных, так и для дополнительных категорий. Пользователи смогут просматривать категории каталога во время просмотра или добавления категорий для своих торговых точек или профилей.

Как использовать эти функции:

- 1. Перейдите в Объявления, а затем в Профили.
- 2. Нажмите **Профиль**, а затем **Редактировать** (вариант 1 на изображении); ИЛИ щелкните значок редактирования справа от списка профилей (вариант 2 на изображении).

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.** Нажмите **Категории** на левой панели, а затем **Расширенное управление** категориями.

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

- **4.** Здесь можно просмотреть или добавить категории Reputation и каталога.
- 5. Нажмите Сохранить изменения.

# Что такое отслеживание кликов в Бизнес-профиле Google?

Отслеживание кликов в Бизнес-профиле Google — это возможность отслеживать действия, которые ваши клиенты или потенциальные клиенты выполняют по отношению к объявлению вашей компании, например, запрашивают номер телефона, маршрут проезда или сайт. При добавлении или редактировании информации профиля вашей компании на платформе Reputation установите для параметра «Отслеживание кликов в Бизнес-профиле Google» значение «Да», чтобы отслеживать эти действия.

## Какое ограничение количества символов используется для описаний в Google?

У Google есть ограничение в 700 символов. Некоторые источники позволяют добавлять как краткое, так и подробное описание. Краткие описания используются только для Facebook или в случае отсутствия подробного описания.

# Почему для моего объявления не загружается изображение?

При добавлении фотографий и видео к объявлению вашей компании важно помнить об ограничениях применяемых сайтом-источником по отношению к медиафайлам.

#### Рекомендуемые размеры для платформы Reputation:

- Обложка, обложка Google, обложка Facebook: формат JPEG, 1080х608 пикселей, соотношение сторон 16:9
- Профиль, Профиль Facebook, фото лица, другие параметры: формат JPEG, 720x720 пикселей, соотношение сторон 1:1
- Логотип, логотип Google: формат JPEG, 250x250 пикселей, соотношение сторон 1:1

Если ваши фотографии не соответствуют рекомендуемым размерам, Reputation попытается опубликовать их, если они не нарушают ограничения издателя:

#### Требования к бизнес-профилю Google

- Фотография обложки: соотношение сторон 16:9 (обязательно), минимум 480х270 пикселей, максимум 2120х1192 пикселей
- Фотография логотипа: соотношение сторон 1:1 (рекомендуется), минимум 250x250 пикселей, максимум 5500x5400 пикселей
- Дополнительные параметры: соотношение сторон 16:9 (рекомендуется), минимум 250х250 пикселей, максимум 5200х5300 пикселей

#### Требования Facebook

- Фотография профиля: соотношение сторон 1:1 (рекомендуется), минимум 180х180 пикселей
- Фото обложки: соотношение сторон 2,7:1 (рекомендуется), минимум 400х150 пикселей.

#### Требования Bing

• Фото: соотношение сторон 4:3 (обязательно), минимум 480х360

Примечания: Платформа Reputation в настоящее время не уведомляет пользователей, если их медиафайлы были отклонены из сайтомисточником.



# Платные премиум-услуги

#### Наши эксперты платформы премиум-услуг рады помочь вам.

Несмотря на наше стремление сделать платформу интуитивно понятной и эффективной, мы понимаем, что самое ценное – это время, а ресурсы и пропускная способность могут быть ограничены. У Reputation есть команда приверженных делу экспертов, готовых помочь вам управлять вашими объявлениями; оптимизировать SEO; публиковать посты в социальных сетях и управлять ими, а также управлять ответами на отзывы. Благодаря этому набору дополнительных услуг, которые поддерживаются нашей платформой и продуктами, мы можем гарантировать высокое качество обслуживания клиентов. Наши эксперты помогут вам:

- Познать точность (управление объявлениями)
- Сделайте свой бизнес-профиль максимально привлекательным (оптимизация профилей Google, ранее известная как управляемые услуги для Google)
- Использовать возможности социальных сетей (управление социальными сетями)
- Побеждает тот бренд, который больше других проявляет заботу (управление ответами на отзывы)



Было ли данное руководство полезным? Сообщите нам: https://bit.ly/rep-guides

**Reputation** 

# Дополнительные ресурсы

Ознакомьтесь с полным списком руководств пользователя, которые помогают узнать больше о платформе Reputation.

- Действия
- Администратор
- Бренд в социальных сетях
- Информационные панели
- Опыт
- Входящие сообщения
- Мобильное приложение
- Страницы и указатели
- Rep Connect

- Оценка репутации
- Отчеты
- Запросы
- Отзывы
- Мониторинг социальных сетей
- Социальный модуль
- Опросы
- Виджеты