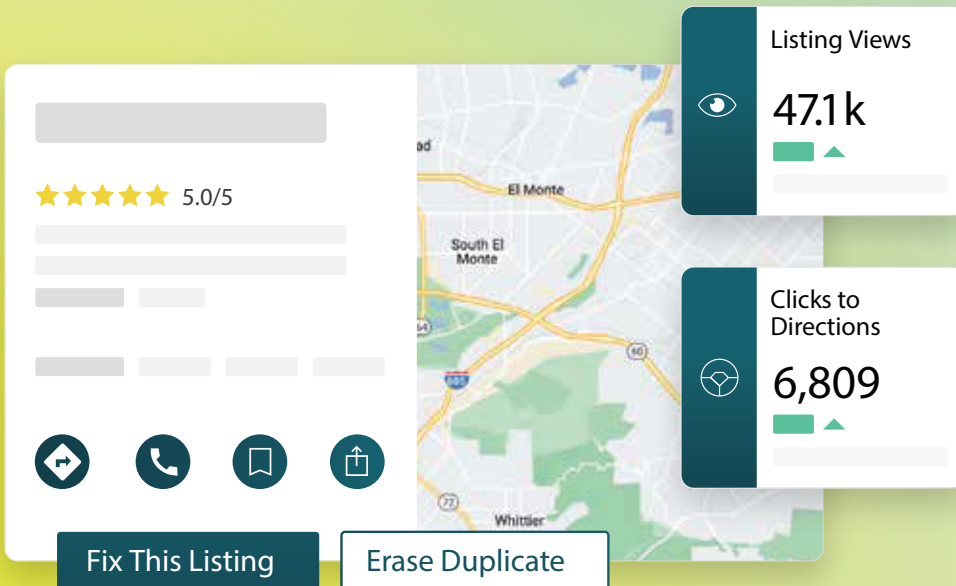


СПИСКИ



The image shows a listing card for a location in El Monte, CA. The card displays a 5.0/5 star rating, a map, and several action buttons. Two analytics overlays are shown: 'Listing Views' with 47.1k views and 'Clicks to Directions' with 6,809 clicks. Both overlays include a green bar and an upward arrow, indicating a positive trend.

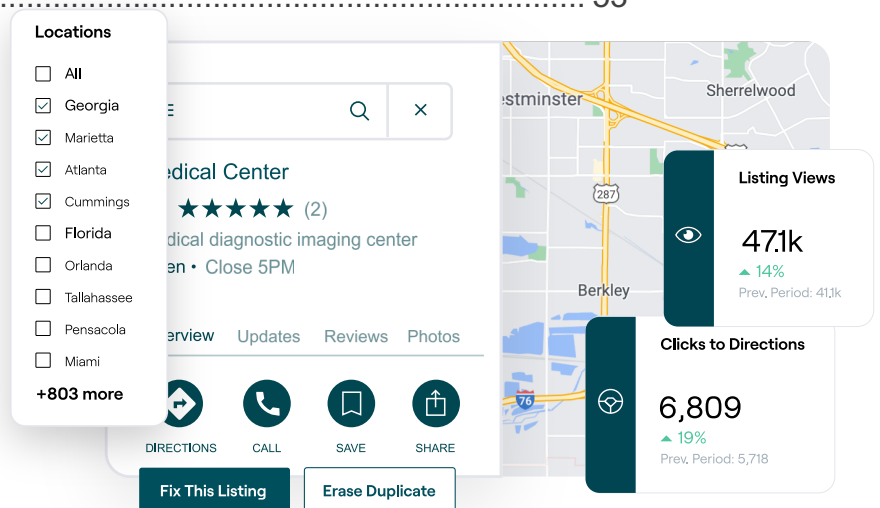
Listing Views
47.1k

Clicks to Directions
6,809

Fix This Listing Erase Duplicate

Зміст

I.	Огляд бізнес-оголошень.....	2
	a. Компоненти бізнес-оголошень	
II.	Керування ефективністю оголошень.....	5
III.	Керування копіями оголошень.....	10
IV.	Перевірка змісту оголошень.....	12
V.	Підвищення точності оголошень.....	18
	a. Зведений звіт про точність інформації, що публікується	
	b. Точність за джерелами	
	c. Статус публікації оголошень за ресурсами	
VI.	Використання рекомендацій щодо публікації.....	21
VII.	Редагування профілів оголошень.....	22
	a. Разові зміни даних оголошення	
	b. Масові зміни даних оголошення	
	c. Додавання оголошень	
	d. Додавання графіка роботи	
	e. Ідентифікатор місця	
VIII.	Керування оголошеннями відділів.....	29
IX.	Керування функцією «Запитання й відповіді Google».....	31
X.	Форматований вміст.....	34
	a. Додавання поширених питань	
	b. Додавання меню	
	c. Додавання товарів та послуг	
XI.	Поширені питання про бізнес-оголошення.....	47
XII.	Платні преміум-послуги.....	52
XIII.	Додаткові ресурси.....	53



Огляд бізнес-оголошень

Випереджайте конкурентів й активізуйте місцевий пошук на свою користь — спрямуйте досвід своїх клієнтів у відповідне русло.

Компанія має повторювані оголошення або неточну інформацію, це може заплутати клієнтів і завдати шкоди компанії. Точні дані оголошень компанії у мережі Інтернет є надзвичайно важливими, щоб ваша фірма випереджувала фірми конкурентів. 5 головних платформ для розміщення оголошень забезпечують 91% обізнаності, тому радимо почати саме з них.



Google



Карти
Google



Бізнес-профіль
Google (раніше
відомий як
Google Мій
бізнес)



Карти
Apple



Microsoft
Bing

Вкладка **Оголошення** дозволяє моніторити й підтримувати онлайн-присутність для усіх ваших філій в інтернеті та їх відповідність вашому джерелу достовірної інформації. Переваги використання бізнес-оголошень:

Виділення в пошуку

- Отримуйте більше переглядів завдяки актуальним оголошенням
- Стимулюйте конверсію та трафік в магазині або онлайн

Відповіді, доступні в 1 клік

- Дозвольте клієнтам швидко знайти те, що їм потрібно
- Переконайтеся, що відповіді на поширені питання, з'являються на сторінках результатів пошуку

Масове оновлення оголошень

- Змінійте інформації про компанію для всіх філій
- Забезпечте послідовність бренду

Компоненти бізнес-оголошень

Рішення «Бізнес-оголошення Reputation» складається з наступних компонентів:

Ефективність



Надає інформацію про те, скільки людей переглядають та взаємодіють з вашими оголошеннями в Google, Bing та Facebook. Відстежуйте таке:

- Переходи на ваш сайт, телефонні дзвінки та маршрути
- Перегляди оголошень
- Типи пошуку, які призводять до показу ваших оголошень, завантаження та перегляду медіафайлів Google
- Перегляди публікацій в Google за часовою шкалою.

Точність оголошень



Дозволяє контролювати точність інформації, що міститься у ваших оголошеннях.

Окремо переглядайте оголошення, що вже опубліковані, готуються до публікації та неактуальні оголошення про ваші локації, щоб бачити, які дані в них є правильними, неправильними або вже виправленими. Слідкуйте за статистикою точності оголошень, розміщених на таких популярних платформах, як Google та Bing.

Деталі



Дозволяє швидко знаходити розбіжності між оголошеннями про різні локації. Тут можна побачити дату останнього редагування ваших оголошень на кожній платформі.

Натисніть на локацію, щоб порівняти інформацію, що публікується про неї в реальному часі на популярних сайтах, з вашим джерелом достовірної інформації. Перегляньте дані по кожній локації, доповніть, змініть їх або видаліть зайве.

Пропозиції видавця



Допомагають вам підтримувати точність даних в оголошеннях вашої компанії на основі відгуків, отриманих від користувачів і сайтів для публікації.

Ви можете прийняти чи відхилити запропоновану зміну. Якщо ви приймете зміну, система автоматично оновить ваше джерело достовірної інформації та опублікує зміну на всіх сайтах з публікаціями.

Компоненти бізнес-оголошень (продовження):

Копії

Дозволяє відстежувати потенційні копії оголошень та вживати заходів щодо їх видалення.

Потенційні копії виявляються на основі назви, розташування, опису та інших внутрішніх факторів, що дозволяє визначити, чи є вони копіями чи ні. На основі відповіді приймається рішення видалити копію або залишити як є.

Питання та відповіді

Дозволяє вам відстежувати питання, які розміщують користувачі під оголошеннями, а також статистику з питань відповідями та без відповідей.

Також дозволяє вам публікувати свої відповіді на ці запитання.

Профілі

Дозволяє швидко знаходити розбіжності між оголошеннями про різні локації. Тут можна побачити дату останнього редагування ваших оголошень на кожній платформі.

Натисніть на локацію, щоб порівняти інформацію, що публікується про неї в реальному часі на популярних сайтах, з вашим джерелом достовірної інформації. Перегляньте дані по кожній локації, доповніть, змініть їх або видаліть зайве.

Примітка: Потрібна допомога у керуванні вашою присутністю в Google? Ознайомтеся з пропозицією про наші платні преміум-послуги.





Керування ефективністю оголошень компанії

Проаналізуйте, як користувачі взаємодіють з оголошеннями вашої компанії.

Вкладка «Ефективність» у розділі **Оголошення** дає чітке уявлення про вашу онлайн-аудиторію та про те, як люди знаходять вашу компанію у Google, Facebook та Bing. Дізнайтеся про взаємодії користувачів з вашим оголошенням після того, як його знаходять, а також отримайте інформацію про те, як удосконалити свої оголошення та рекламувати їх ефективніше. Переглядайте статистику за вибраним діапазоном дат або з часом.

Підсумкова таблиця

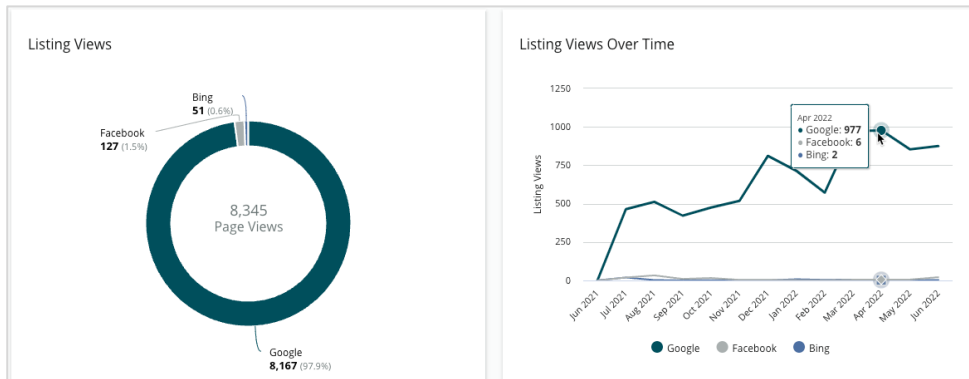
Угорі сторінки можна переглянути підсумок взаємодії з оголошеннями вашої компанії на Facebook, Google та Bing і дізнатися кількісні показники взаємодій за часовим діапазоном. Відвідуванням вебсайту вважається будь-який перехід на нього як на телефоні, так і на комп'ютері.

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

Примітка: Конверсія означає кількість кліків, які потрібно зробити клієнту, щоб дізнатися номер телефону, маршрут або перейти на сайт з оголошення. Коефіцієнт конверсії — це кількість кліків, які відображаються під час перегляду в Google.

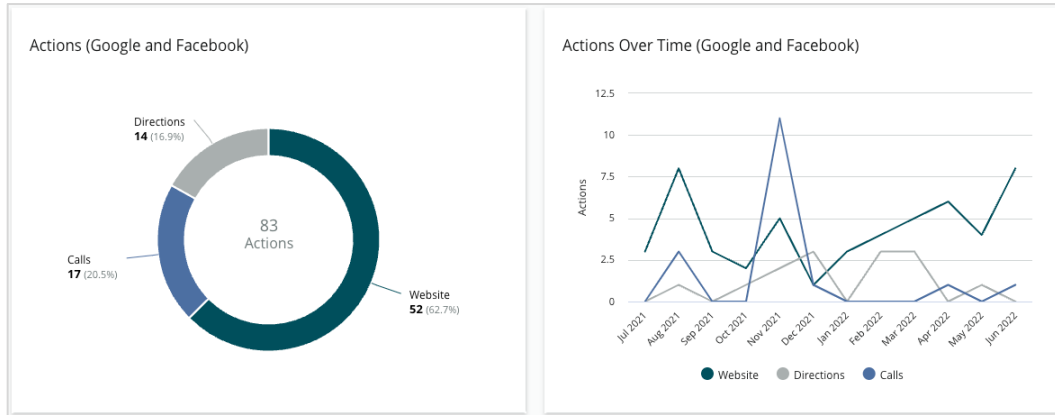
Перегляди оголошень

Розбивка загальної кількості взаємодій із оголошеннями вашої компанії на Facebook, Bing та Google (охоплює «Пошук» та «Карти»). Якщо дані недоступні, джерело не відображається.



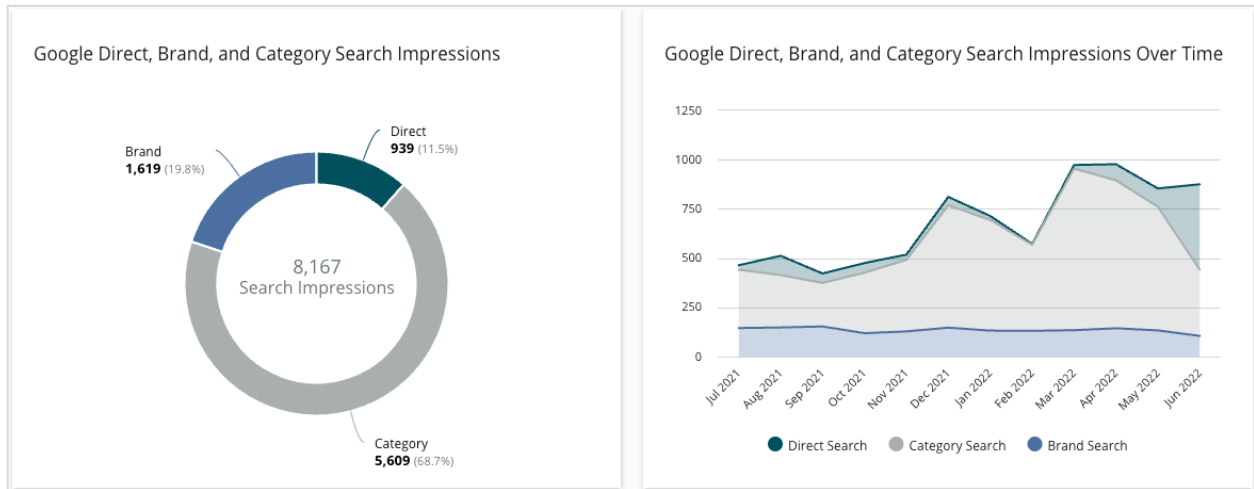
Дії (Google та Facebook)

Розбивка за типами взаємодії: телефонний дзвінок, пошук маршруту, відвідування вебсайту. У поєднанні з даними про кількість переглядів оголошень компанії ви можете обчислити коефіцієнт конвертації переглядів у безпосередню взаємодію.



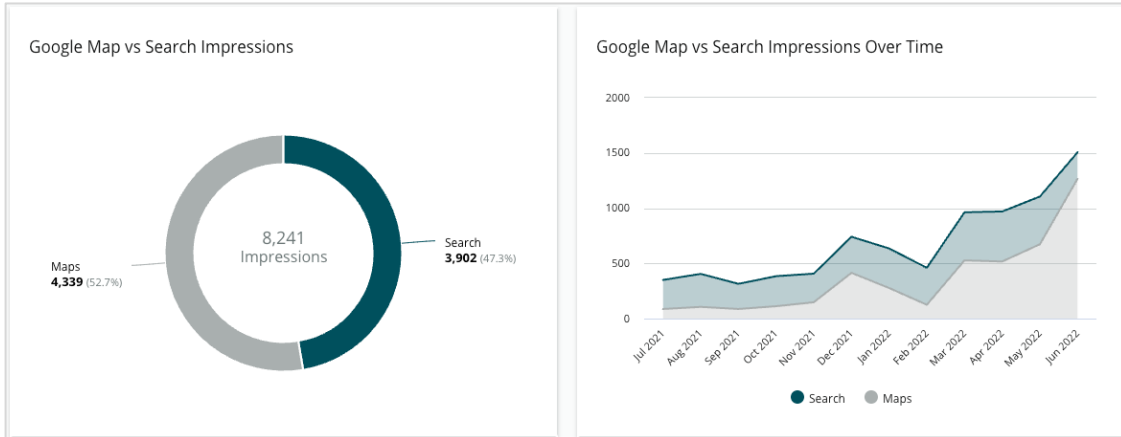
Перегляди в Google, пошук за назвою компанії та пошук за категорією

Розбивка переглядів відповідно до пошукових запитів компанії, бренду або категорії.



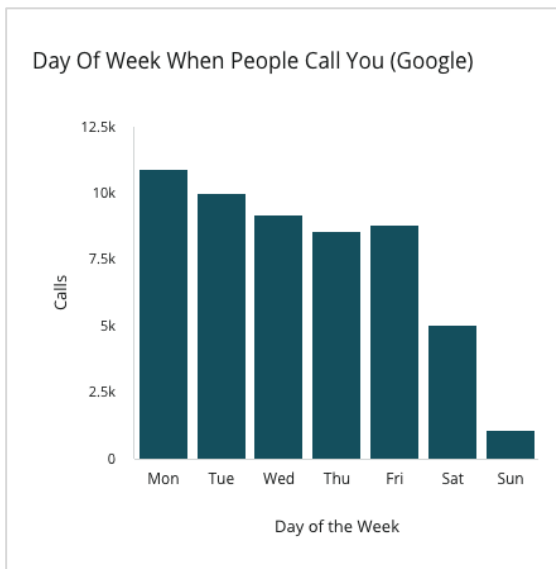
Перегляди на основі пошуку за ключовим словом та пошуку на карті

Розбивка переглядів: пошук на картах Google порівняно з пошуком за ключовим словом.



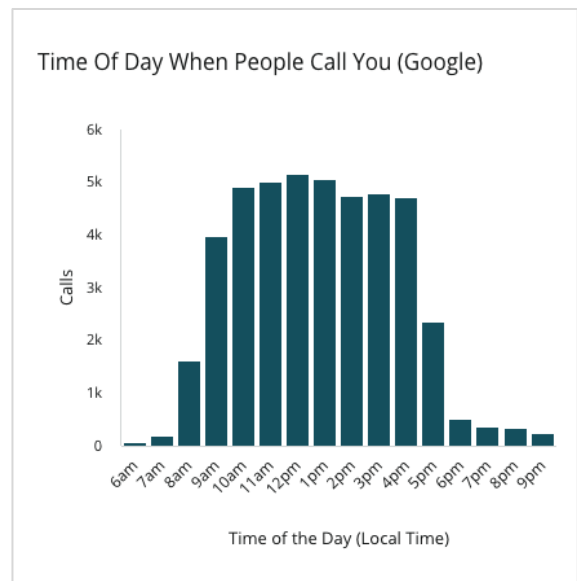
День тижня, коли найбільше телефонують

Дані про кількість дзвінків (натискання на кнопку «Зателефонувати» в оголошенні) за днями тижня. Графік показує загальну кількість дзвінків, прийняту за оголошеннями за певний проміжок часу, за днями тижня.



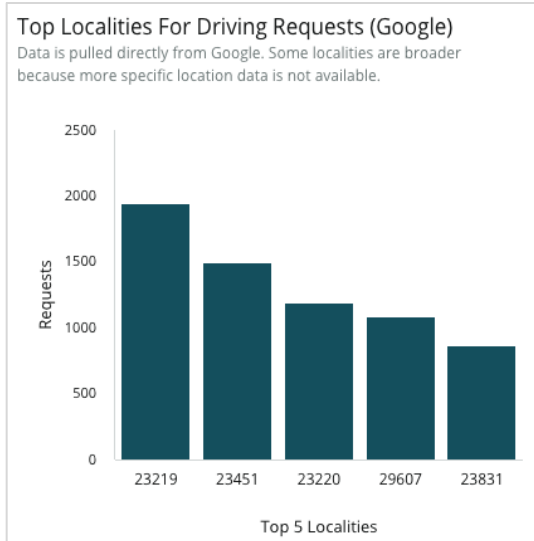
Час дня, коли найбільше телефонують

Розбивка по годинах, коли клієнти найчастіше телефонують у вашу філію. Діаграма містить дані про дзвінки, прийняті з 5:00 до 21:00. Дзвінки, прийняті в інший час не відображаються на графіку.



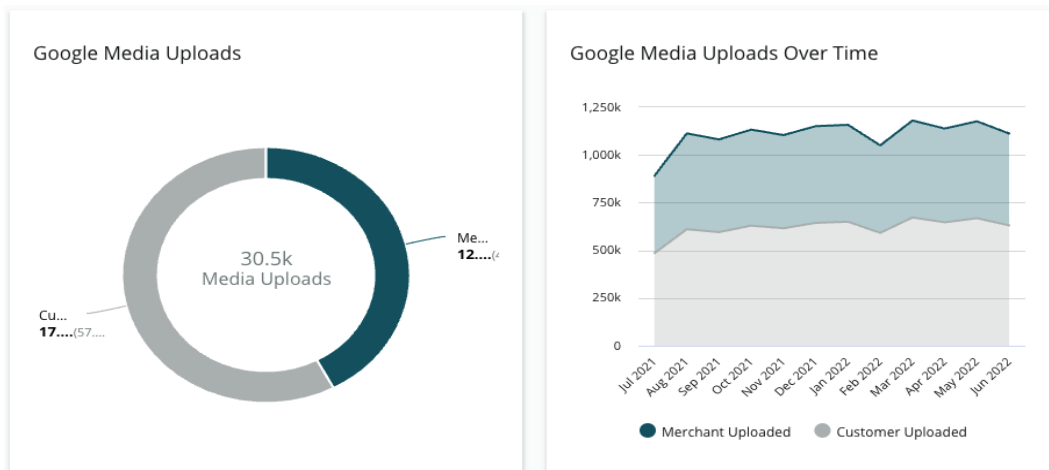
Регіони з найбільшою кількістю запитів маршруту

Ви можете переглядати відомості про регіони, де користувачі, що взаємодіяли з оголошеннями вашої компанії в Google, найчастіше цікавилися маршрутом до вашої філії. Стовпчикова діаграма дозволяє переглянути розподіл відповідно до країн, штатів, округів чи міст. Позначення стовпців (географічні назви чи числа) безпосередньо отримані з сервісу Бізнес-профіль Google (раніше відомого як Google Мій бізнес).



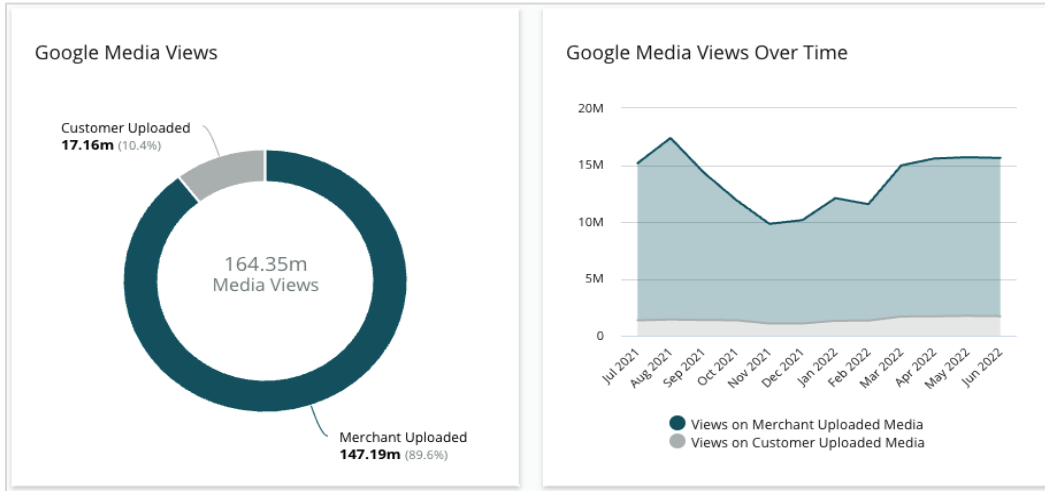
Завантаження з Google Media

Загальна кількість завантажень медіафайлів (відео та зображень) у вашому оголошенні бізнес-профілю Google (раніше відомого як Google Мій бізнес) з розбивкою за джерелом завантаження: клієнт або компанія.



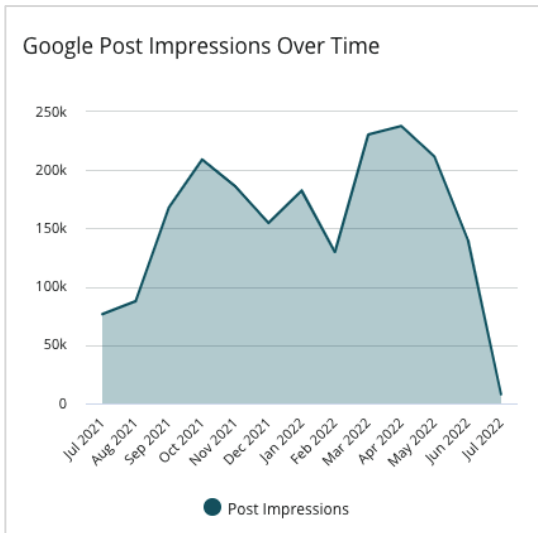
Перегляди Google Media

Загальна кількість переглядів медіафайлів (відео та зображень) у ваших оголошеннях бізнес-профілю Google з розбивкою за джерелом завантаження: клієнт або компанія.



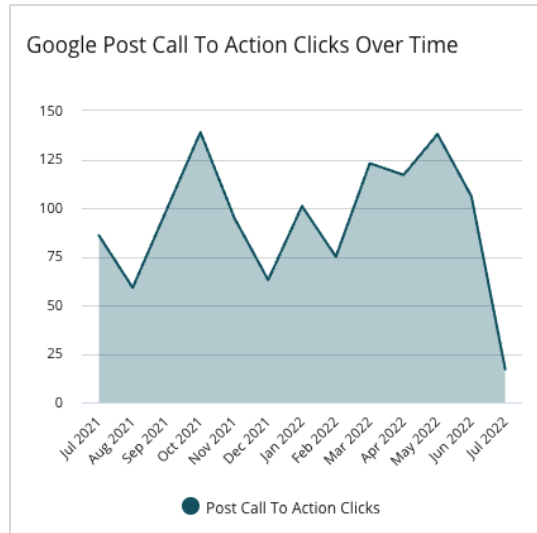
Перегляди публікацій в Google за часовою шкалою

Детальні відомості про кількість показів ваших публікацій у бізнес-профілі Google.



Натискання на заклики до дії в публікаціях Google за часовою шкалою

Розбивка натискань на заклики до дії в публікаціях бізнес-профілю Google.



Керування копіями оголошень компанії

Забезпечте рівномірне поширення інформації про вашу компанію у мережі, вчасно видаляючи копії оголошень.

Менеджер копій допомагає ідентифікувати, оцінити та усунути потенційні копії оголошень компанії. Вирішуватиме, чи є те чи інше оголошення копією саме вам. Якщо ви підтвердите, що виявлене оголошення дійсно є копією, вжиті по відношенню до нього дії будуть незворотними.

Важливо швидко врегулювати питання копій оголошень, оскільки вони часто:

- Негативно впливають на пошукові рейтинги і розділяють відгуки на кілька сторінок.
- Спантичкують клієнтів.
- Відображають застарілу або неправильну інформацію про ваш бізнес.

Примітка: Керування копіями застосовується лише до оголошень в Google та Facebook. Платформа відображає потенційні копії Foursquare лише з метою інформування.

Пошук копій

Служба автоматичного пошуку копій шукає потенційні копії на вебсайті кожні 90 днів. Оголошення вважається потенційною копією, якщо воно розміщується не через ваш обліковий запис, і якщо воно збігається з вашим підтвердженим оголошенням хоча б по одному з наступних пунктів:

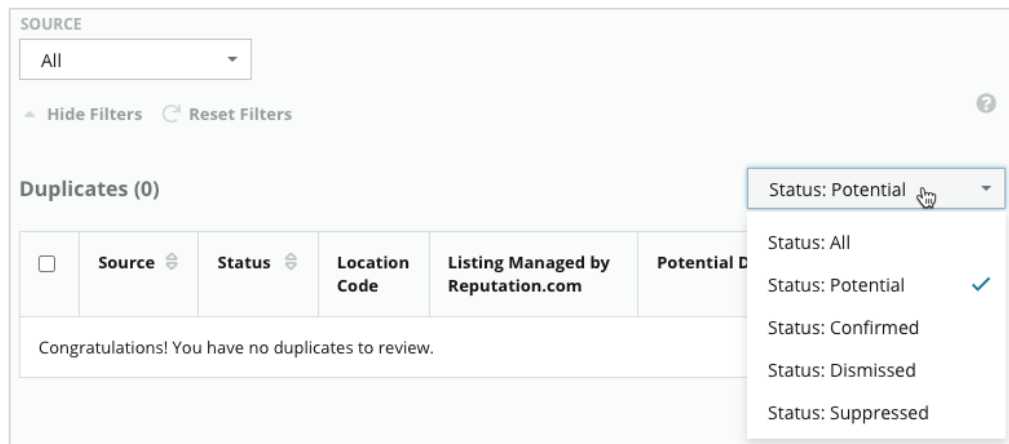
- Має таку саму або подібну назву
- Має таку саму або дуже подібну адресу/географічне положення (менше 0,5 милі)
- Має таку саму галузь, категорію або послуги
- Має такий самий номер телефону
- Має такий самий вебсайт

Заходи

Потенційний відповідник залишається у Менеджері копій до вжиття певних заходів. Хоча деякі копії можуть бути очевидними, підтвердження копій потрібно розглядати вручну. Наприклад, ви можете навмисно мати два оголошення з тією самою назвою, адресою і номером телефону, які використовують для різних цілей (наприклад, відділи продажу та обслуговування).

Щоб виконати дію стосовно потенційних копій, виконайте подані далі кроки:

1. У вкладці **Оголошення** натисніть **Копії**.
2. Щоб звузити фокус, скористайтеся фільтрами верхнього рядка. Статус копії за замовчуванням – «Потенційна».
 - a. **Потенційна:** Потенційна копія
 - b. **Підтверджена:** Учасник натиснув «Прийняти» й підтвердив копію, однак дії щодо неї ще не були застосовані
 - c. **Відхилена:** Учасник натиснув «Відхилити»
 - d. **Видалена:** Копія офіційно заборонена для показу або видалена



3. Порівняйте дані оригінального оголошення та потенційної копії; клацніть назву кожного оголошення компанії, щоб відкрити його в реальному вигляді.
4. Виберіть одну з поданих далі опцій:
 - **Не є копією** – Подальші дії непотрібні. У Менеджері копій статус запису зміниться на «Відхилено».
 - **Копія** – Буде виконано злиття копії з вашим оголошенням. Після підтвердження, що оголошення є копією всі відгуки на нього та весь його трафік будуть перенаправлені до вашого справжнього оголошення, керованого через платформу. Статус запису у Менеджері дублікатів зміниться на «Підтверджено».

Виконувати дії з кількома копіями можна за допомогою позначок та кнопок групових дій вгорі сторінки.

Увага! Після натискання на «Копія» з'явиться вікно підтвердження. Після підтвердження вибору протягом 48 годин почнеться процес усунення копії з сайту-джерела. Наразі Reputation не може повідомити або підтвердити, що ваше оголошення було видалено.

Примітка: Сайту-джерелу може знадобитися кілька тижнів для усунення копії з його мережі. Reputation не гарантує, що всі заявки на видалення копій будуть розглянуті чи прийняті. Якщо у вас виникли проблеми з видаленням копій, зверніться до служби підтримки Reputation.

Перевірка змісту оголошень





















Знаходьте і виправляйте неточності в оголошеннях для різних філій, що публікуються на популярних сайтах.

Вкладка **Зміст оголошень** у вікні **Оголошення** відображає відповідність та розходження текстів оголошень у порівнянні з текстами ваших оригінальних оголошень для кожної філії. Ваші комерційні оголошення на платформі Reputation проходять автоматичну перевірку кожні 24 години.

Хоча ми збираємо дані з підключених джерел щодня, деякі джерела збирають дані раз на тиждень або кожні три дні, тому актуальність наших даних відповідає актуальності даних джерел.

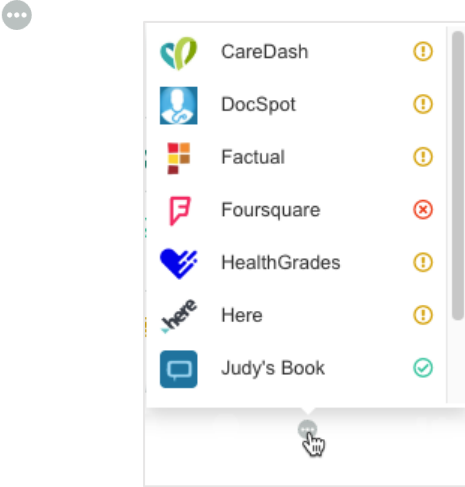
Філії

Таблиця «Філії» дозволяє швидко визначити, де є розбіжності, і переглянути час останньої перевірки. Застосовуйте фільтри, щоб переглянути всі філії, автоматично синхронізовані або лише ті, що перевіряються.

Location	Address						Last Audited	AutoSynced
							1 day	<input checked="" type="checkbox"/>
							3 days	<input checked="" type="checkbox"/>
							1 day	<input checked="" type="checkbox"/>

Увага! Щоб додавати або редагувати джерела для розміщення оголошень, потрібно мати права адміністратора. Якщо у вас виникли запитання, зверніться до менеджера із супроводу клієнтів або до служби підтримки.

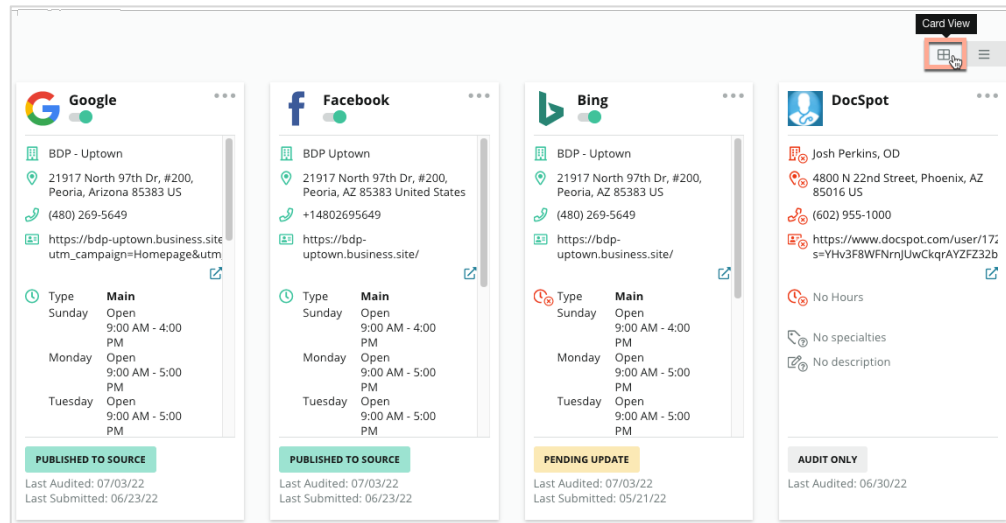
Таблиця **Філії** містить такі стовпчики:

Назва	Опис
Філія	Назва філії, до якої ви маєте доступ. Клацніть назву, щоб переглянути подробиці перевірки.
Адреса	Адреса філії, яку вказано у джерелі достовірної інформації на платформі.
Сайти з можливістю виправлень	Google, Facebook та Bing – це приклади сайтів з можливістю виправлень. Якщо ці сайти прив'язані до вашого облікового запису і належним чином підключені, статус розміщених на них оголошень позначається як «Відповідність» (✓) або «Невідповідність» (✗).
Підтримувані сайти	<p>Якщо ці сайти прив'язані до вашого облікового запису, інформація про статус відображається при наведенні курсору на три крапки.</p> <p>Сайти, для яких відсутні URL-адреси, мають таку позначку:</p>  <p>Сайти, для яких відсутні URL-адреси, мають таку позначку: ⚠</p>
Остання перевірка	Кількість днів з моменту останнього порівняння системою оголошень цієї філії з джерелом достовірних даних.
Автоматична синхронізація	Автоматично виправляє некоректну інформацію, приводячи її у відповідність з вашим оригінальним оголошенням.

Окрема філія

Якщо клацнути назву філії в таблиці, можна побачити результати перевірки її оголошень, розміщених на основних сайтах. Дані по кожному прив'язаному сайту відображаються у двох форматах:

У вигляді картки



У вигляді списку

Source	Status	Formatted Name	Address	Phone	Website	Business Hours	Specialties	Description	AutoSynced	Last Audited
Google	PUBLISHED TO SOURCE	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Jul 3, 2022
Facebook	PUBLISHED TO SOURCE	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Jul 3, 2022
Bing	PENDING UPDATE	✓	✓	✓	✓	✗	✓		✓	Jul 3, 2022
DocSpot	AUDIT ONLY	✗	✗	✗	✗	✗				Jun 30, 2022

Статус «Надіслано»

Оголошення може мати статус «Надіслано», якщо воно:

- **Опубліковано в джерелі** – дані надіслано джерелу й оцінено як точні.
- **Надіслано джерелу** – дані надіслано джерелу.

Примітка: Після того, як дані були надіслані через платформу Reputation, кожне конкретне джерело визначає, коли саме інформація буде опублікована.

Статус «Очікування»

Оголошення може мати статус «Очікування», якщо воно:

- **Очікує оновлення** – подано оновлення і зараз очікується оновлення в джерелі.
- **Має відсутні/недійсні дані** – оголошення не містить даних, які вимагає джерело, або наявні дані не відповідають вимогам джерела щодо публікації.
- **Очікує на підтвердження** – джерела, що використовуються, не вимагають підтвердження PIN, але очікують підтвердження іншими способами.
- **Очікує на підтвердження PIN-кодом** – потрібно надіслати поштову листівку з PIN-кодом.
- **Запит щодо перевірки PIN-коду** – поштову листівку з PIN-кодом надіслано, і наразі очікується, щоб клієнт повідомив PIN-код.
- **Відсутні/недійсні облікові дані** – облікові дані, потрібні для публікації оголошення в джерелі, відсутні або недійсні.
- **Помилка джерела** – з'являється, коли з джерела надходить повідомлення про помилку API.
- **Копія** – оголошення було відмічено джерелом як копію.
- **Призупинено** – оголошення, яке джерело призупинило або вимкнуло.
- **Відхилено** – джерело відхиляє дані/джерело повідомляє, що оголошення неможливо оновити.

Статус «Не виконано»

Оголошення може мати статус «Не виконано», якщо воно:

- **Тільки перевіряється** – дані про оголошення філії на сайті-джерелі перевіряються, але керування їх розміщенням не здійснюється.
- **Скасовано** – керування розміщенням оголошень цієї філії здійснювалося раніше, але тепер не здійснюється.
- **Закрито** – закрита філія.
- **Неможливо опублікувати** – в оголошенні відсутні деякі поля, заповнення яких вимагає сайт-джерело (наприклад, Facebook вимагає включення до тексту оголошення опису). Оголошення може також мати цей статус у разі публікації в джерелі, де діють місцеві або галузеві обмеження.
- **Відмова** – для філії було обрано відмову від публікації комерційних оголошень в Reputation.
- **Інше** – цей статус призначають філіям, для яких публікації не здійснюються з інших причин.

Облікові дані відсутні або недійсні

Вкладка «Облікові дані» в розділі адміністратора передбачає можливість авторизації на рівні філії на сторонніх сайтах; авторизація необхідна для керування оголошеннями, публікації відповідей на відгуки і розміщення дописів у соціальних мережах. Для більшості джерел платформа пропонує два типи автентифікації: під'єднання або введення облікових даних.

- **Під'єднання** – використання безпечного доступу за стандартом OAuth, тож облікові дані не потрібно вводити для кожного запиту. Після встановлення під'єднання публікації з платформи виконуються швидше. Не всі сайти доступні для під'єднання.
- **Облікові дані** – це ім'я користувача й пароль, які використовуються для автентифікації на сторонніх сайтах. Якщо під'єднання через API недоступне, платформа використовує облікові дані для здійснення різноманітних публікацій.

Під'єднання

Оптимальний варіант – додати під'єднання до всіх доступних джерел для кожної філії, а також надати облікові дані. Якщо на сайті доступне під'єднання, то такому способу надається перевага. Як додати джерело:

1. У правому верхньому кутку екрана платформи натисніть «Налаштування».
2. На лівій навігаційній панелі натисніть «Облікові дані».
3. Відкриється нове вікно браузера із вказівками щодо автентифікації на сайті джерела. Виберіть профіль, який потрібно використати (можуть знадобитися облікові дані), і прийміть умови користування інтерфейсом API. Під'єднання буде додано до списку джерел на вкладці меню «Облікові дані» панелі адміністратора.











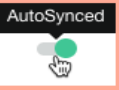
Облікові дані

Як додати облікові дані:

1. У правому верхньому кутку екрана платформи натисніть «Налаштування».
2. На лівій навігаційній панелі натисніть «Облікові дані».
3. Натисніть «Додати дані», а потім наведіть курсор на «Під'єднання». Потім натисніть на джерело, до якого потрібно під'єднатися.
4. Налаштуйте наведені нижче параметри.
5. Натисніть «Зберегти». Облікові дані буде додано для вибраного сайту-джерела. Щоб змінити облікові дані, клацніть сайт-джерело, а потім клацніть позначку «плюс» (+) праворуч, щоб додати дані.

Автоматична синхронізація

Щоб запобігти автоматичним оновленням сайту-джерела вимкніть автоматичну синхронізацію. Щоб запобігти автоматичним оновленням для всіх сайтів-джерел, вимкніть автосинхронізацію у таблиці «Філії».

Location	Address						Last Audited	AutoSynced
BDP - Lake Havasu							1 day	

Підвищення точності оголошень

Дізнайтеся показники ефективності керуваних оголошень вашої компанії і визначте, які аспекти слід покращити.

Вкладка «Точність оголошень» в розділі «Оголошення» містить короткий огляд точок даних, керуваних платформою, а також відсоткове співвідношення їх відповідності на ресурсах з інтенсивним трафіком, таких як Google та Bing.

Зведений звіт про точність інформації, що публікується

Перегляньте інформаційну панель оголошень:

Published Audit Summary	Locations	Data Points			
	1	AutoSynced	Correct	Incorrect	Fixed
Total Listings	4	15 Missing	100%	0	18 Last year

Сортуйте філії та зведені звіти за статусом «опубліковані», «очікування» та «не виконано» у верхньому правому куті панелі «Точність оголошень». Заплануйте надсилання, надішліть дані або завантажте PDF-файл, клацнувши три крапки.

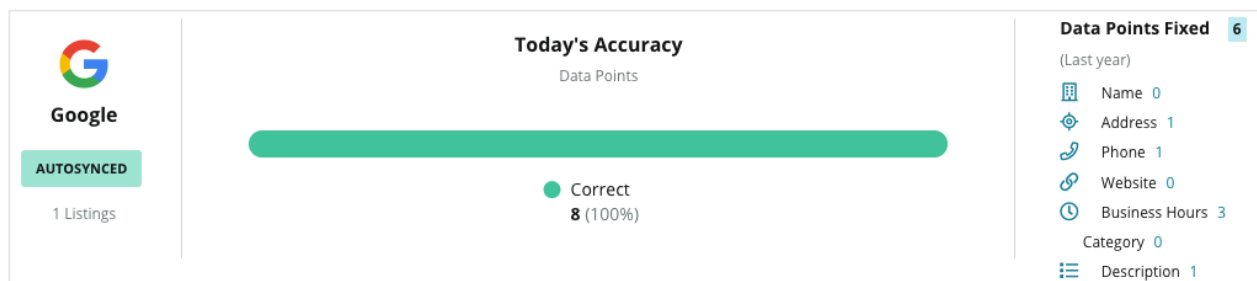
Fulfillment Category:	Published	Pending	Not Fulfillable	⋮
				<ul style="list-style-type: none"> Download PDF Schedule Forward

Зведений звіт про точність інформації, що публікується, охоплює такі дані:

Дані, включені до зведеного звіту про точність інформації, що публікується	Опис
Філії	Кількість філій, зазначених як мінімум на одному з наведених нижче ресурсів.
Загальна кількість оголошень	Кількість перевірок на ресурсах, віднесених до категорії «Автоматична синхронізація» (нижче).
Автоматична синхронізація	Кількість одиниць інформації, перевірених на ресурсах, віднесених до категорії «Автоматична синхронізація» (нижче).
Відсутні	Кількість одиниць інформації, що перевіряються (наприклад, графік роботи, номер телефону тощо), які не вказані у ваших профілях на платформі.
Дійсні	Кількість та відсоток публікованих одиниць інформації, які відповідають даним вашого джерела достовірної інформації. Система не визнає помилками невеликі відмінності, такі як використання великих і малих літер, написання «вулиця» та «вул.».
Недійсні	Кількість та відсоток публікованих одиниць інформації, які не відповідають даним вашого джерела достовірної інформації.
Виправлені	Кількість одиниць інформації, які платформа автоматично виправила (з початку збору даних для ваших профілів). Неточні дані трапляються з різних причин, тому при перевірках вони постійно відстежуються та автоматично виправляються.

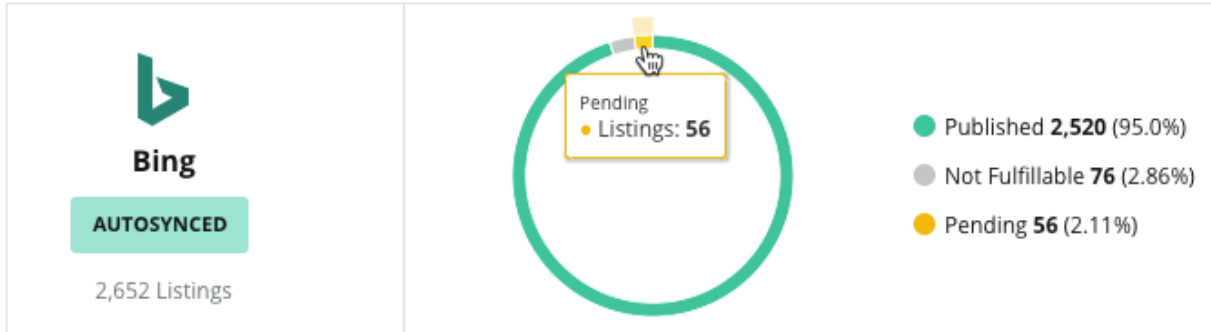
Точність за джерелами

Під підсумковою статистикою можна переглянути статус кожного оголошення в джерелі з розбивкою за одиницями інформації. У сервісі Google можна досягти 100% точності даних. Інші сайти (без інтерфейсу API) можуть мати нижчий середній показник точності.



Статус публікації оголошень за ресурсами

Переглядайте, скільки оголошень опубліковано, очікує на публікацію та не опубліковано в різних джерелах.



Клацайте на елементи діаграми, щоб дізнатися, який статус має те чи інше оголошення (опубліковано, очікує на публікацію та не опубліковано) і які заходи слід вжити для вирішення проблеми. Ознайомтеся з інформацією про філії, які очікують оновлення даних за допомогою натискання на наведену вище діаграму.

Locations Pending on Bing (56) ✕

[Download Audit Data](#)

Location	Status	📅	📍	📞	📧	🕒	📌	✎
[Redacted]	PENDING UPDATE	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗
[Redacted]	PENDING UPDATE	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✗
[Redacted]	PENDING UPDATE	✓	✗	✓	✓	✗	✗	✗
[Redacted]	PENDING UPDATE	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗

Використання рекомендацій щодо публікації

Покращуйте точність своїх оголошень, скориставшись запропонованими змінами.

Вкладка **Рекомендації щодо публікації** у вікні «Оголошення» допомагає стежити за точністю оголошень, ґрунтуючись на відгуках користувачів та пропозиціях сайтів для публікацій. Ви можете відхилити або прийняти зміну. Якщо ви погодитесь зі зміною, система автоматично оновить інформацію профілю (джерело достовірної інформації) і опублікує на усіх сайтах для публікацій.

Примітка: Наразі пропозиції надходять лише з Google. Рекомендації з інших джерел поки що недоступні.

<input type="checkbox"/>	Location Details	Source	Data Field	Existing Data	Suggested Data	Actions
<input type="checkbox"/>	BDP - Uptown (B021) 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	 

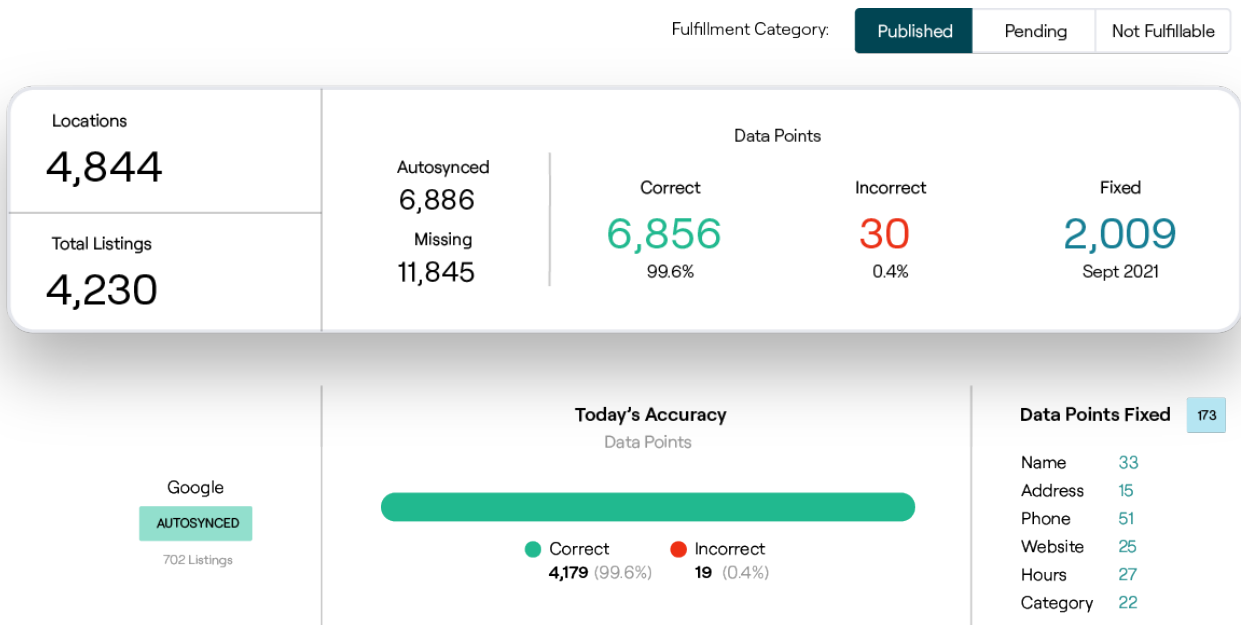
На кожне поле надається одна рекомендація. Якщо для будь-якого поля (наприклад, «Категорія») надається одразу кілька рекомендацій, їх можна прийняти або відхилити тільки разом. Наприклад, якщо платформа рекомендує вам додати до оголошення 10 додаткових категорій, але ви згодні з додаванням лише 2 з них, вам потрібно буде відхилити цю рекомендацію, а потім вручну додати/відредагувати ці 2 категорії у профілі філії.

Редагування профілів оголошень

Легко оновлюйте дані філій разом чи окремо.

Вкладка **Профілі** в меню **Оголошення** дозволяє централізовано керувати інформацією профілів, вносячи зміни відразу до всіх філій або редагуючи їх окремо. Свій профіль повинен бути створений для кожної філії (об'єкта або особи), для якої публікуються оголошення або яка включена до каталогу. Усі записи профілю співвідносяться із записами філії, для якої він був створений, у розділі «Налаштування адміністратора» (вкладка «Філії»).

Будь-які зміни, внесені до даних профілю – наприклад, зміна графіка роботи або телефонних номерів – передаються на сайти, на яких публікуються оголошення, та в агрегатори даних, що забезпечує послідовність інформацію про компанію в мережі.





Увага! Редагування профілю призводить до зміни профілю відповідного оголошення, однак редагування профілю оголошення НЕ призводить до зміни профілю в каталозі.

Разові зміни даних оголошення



За допомогою платформи ви можете вносити прості зміни безпосередньо в дані профілю.

Для безпосереднього редагування профілю виконайте подані далі кроки:

1. На сторінці «Профілі» скористайтеся фільтром **Філія** або почніть вводити назву профілю, який потрібно відредагувати, в полі пошуку.
2. У списку результатів натисніть позначку **Редагувати**.

<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. У профілі внесіть потрібні зміни.
 - Поля з червоною зірочкою обов'язкові для заповнення.
 - Для переходу до різних категорій профілю використовуйте вкладки зліва.
 - Клацайте, щоб переглянути доступні для публікації сайти.
 - Перейдіть до журналу історії змін.
4. Після завершення натисніть **Надіслати**.

 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

Cancel
Save As Draft
Submit

Зміни буде автоматично внесено на підтримуваних сайтах для публікації оголошень або в каталогах.

Масові зміни даних оголошення

Окрім разових змін даних профілю на платформі, ви також можете редагувати профілі масово.

Як відредагувати профіль на платформі Reputation:

1. У вкладці **Оголошення** натисніть **Профілі**.
2. Позначте відповідні профілі, щоб дозволити спливні параметри **Редагувати** або **Видалити**.

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. Натисніть **Редагувати**, щоб налаштувати атрибути, режим роботи, фотографії, опис або сайти (джерела даних).

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. Натисніть **Оновити**.

Щоб застосувати зміни до кількох оголошень компанії, використовуючи формат електронної таблиці, використовуйте параметри «Імпортувати» / «Завантажити» на сторінці «Профілі».

Щоб відредагувати профіль через імпорт електронної таблиці, виконайте подані далі кроки:

1. У вкладці **Оголошення** натисніть **Профілі**.
2. Натисніть **Завантажити**.
3. Виберіть профілі, які потрібно завантажити, і стовпці, які потрібно включити. За замовчуванням формат електронної таблиці – CSV.

4. Натисніть **Завантажити**.
5. Відкрийте файл CSV і внесіть потрібні зміни у профілі в редакторі електронних таблиць.
6. Після внесення змін збережіть файл.
7. На платформі натисніть **Імпортувати**.
8. Долучіть збережений файл CSV і виберіть «Імпорт зіставлення».

9. Налаштуйте зіставлення заголовків стовпців і позначте відповідні поля для пропуску впорядкування сторінки та ігнорування незіставлених стовпчиків за потреби. Натисніть **Імпортувати**.
10. Збережіть нове зіставлення, збережіть зміни наявного зіставлення або не зберігайте, щоб продовжити.
11. Перегляньте деталі імпортування за вкладкою.

- Платформа ігноруватиме недійсні одиниці інформації та публікуватиме решту дійсних даних.
- Подивіться, де знайдено помилки, і виправте їх, або завантажте файл помилок, щоб зберегти зміни без помилок і стежити за змінами, які не було збережено через помилки.

12. Натисніть **Закрити**.

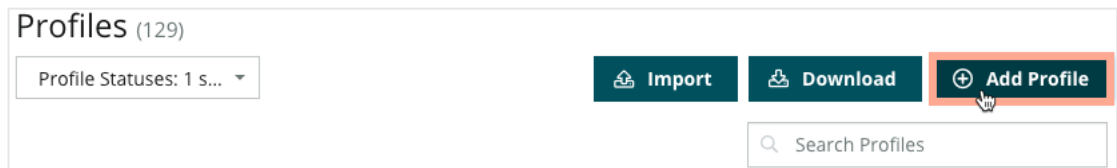
Платформа автоматично завантажить зміни на підтримувані сайти для публікацій/каталоги.

Додавання оголошень

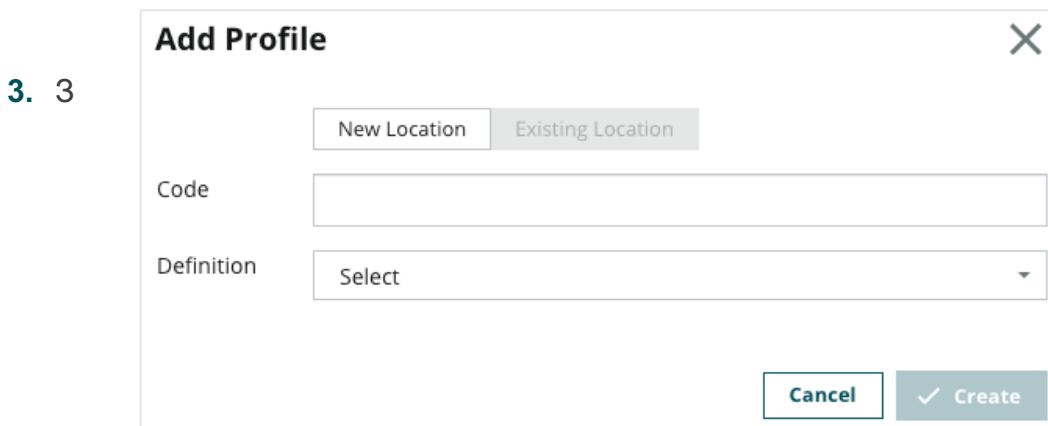
Для кожного профілю необхідно вказати визначення, таке як «Заклад» (об'єднання) або «Лікар» (особа). Можна також створити кілька офісів у тому самому профілі для лікарів, які працюють у більше, ніж одному закладі. Крім того, можна скористатися «Ідентифікатором місця», щоб пов'язати інформацію про філію для закладу з кількома профілями лікаря/спеціаліста.

Щоб додати новий профіль для нової філії, виконайте зазначені далі кроки:

1. На сторінці «Профілі» натисніть **Додати профіль**.



2. У вікні «Додати профіль» введіть код філії у поле **Код**.



3. 3

розкривного меню **Визначення** виберіть «Заклад» (об'єднання) або «Лікар».

4. Натисніть **Створити**.
5. У профілі введіть решту інформації.

Додавання графіка роботи:

Інколи графік роботи компанії може змінюватись протягом усього сезону або певних свят, отже потрібно внести зміни до даних про вашу компанію. Як оновити графік роботи на платформі?

Щоб додати новий профіль для нової філії, виконайте зазначені далі кроки:

1. На вкладці **Профілі** натисніть на філію, для якої потрібно редагувати або додати особливі години роботи.

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

2. Натисніть **Офіси**, щоб переглянути дані про офіс та графік його роботи. Потім натисніть **Редагувати**.
3. Перемкніть зелений повзунок, щоб вказати, відчинено чи зачинено філію, і в разі потреби внесіть зміни до графіка її роботи.
4. Для підтвердження натисніть «**Надіслати**».

Special Business Hours

10/31/2021	<input checked="" type="checkbox"/>	Open	1:00 PM	-	4:00 PM	×
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](#)

Примітка: Зазвичай платформа відправляє зміни до джерела протягом 24 годин. Протягом цього часу ви побачите на платформі статус «Надіслано до джерела». Коли зміна буде застосована, ви побачите статус «Опубліковано у джерелі». Рекомендуємо додавати святкові графіки роботи для всіх оголошень на початку року, щоб у вас було достатньо часу на їх публікацію, оскільки кожне джерело саме визначає час публікації змін.

Для «Ідентифікатора місця»:

«Ідентифікатор місця» дозволяє пов'язувати профілі лікаря з певним об'єднаним профілем закладу. Таким чином у разі зміни інформації про філію закладу, такої як адреса або графік роботи, зміни буде внесено в кожен профіль лікаря, пов'язаний із цим «Ідентифікатором місця».

1. У полі **Ідентифікатор місця** почніть вводити назву закладу, в якому працює лікар/спеціаліст. Будь-які відповідні заклади, які налаштовані як заклад під клієнтом, будуть відображатися як варіант для вибору в розкривному списку.
2. Якщо ви ще не заповнили жодного поля «Офіс», дані з вибраного «Ідентифікатора місця» (батьківського закладу) буде скопійовано в цей профіль. Позначка блокування біля кожного поля під розділом «Офіс» вказує на те, що значення у полі відповідає вихідному.
3. Якщо ви вже заповнили поля в розділі «Офіс», дані з профілю установи із зазначеним ідентифікатором місця НЕ замінюватимуть введені вами дані. Позначка розблокування з'являється біля кожного поля, вказуючи на те, що значення у полі НЕ відповідає вихідному.
4. Якщо ви хочете перезаписати значення з поточного профілю для відповідності вихідному, клацніть посилання **Скинути**.
5. Адреси профілю не пов'язуються, якщо якийсь поле відрізняється від вихідного (наприклад, номер кабінету).
6. Після завершення натисніть **Надіслати**.

Profile Information	Offices
Basic	Place ID <input type="text"/>
Offices	Office Name <input type="text" value="Andrew"/> <input checked="" type="checkbox"/> Primary
Categories	Office Status <input type="text" value="Open"/>
Attributes	Address* <input type="text" value="123 S Wacker"/>
Medical	Address Line 2 <input type="text" value="#200"/>
Descriptions	City* <input type="text" value="Chicago"/>
Education & Affiliations	State* <input type="text" value="Illinois"/>
Social Media	ZIP* <input type="text" value="38120"/>
Photos & Logos	Country* <input type="text" value="United Sta..."/>
Tags	Latitude <input type="text" value="41.8802819"/>
Payment Types	Longitude <input type="text" value="-87.6366012"/>
Location Fields	Service Area <input type="checkbox"/> Is this a service area business? <input type="radio"/> YES <input checked="" type="radio"/> NO
	Business Hours <input checked="" type="checkbox"/> Primary Business Hours
	<input type="button" value="Cancel"/> <input type="button" value="Save As Draft"/> <input type="button" value="Submit"/>

Керування оголошеннями відділів

Легко керуйте онлайн-присутністю відділів своєї компанії.

Що таке оголошення відділів?

Google заохочує місцеві компанії з кількома відділами створювати кілька оголошень: одне – для головної компанії і по одному – для кожного відділу. За допомогою Reputation ви можете прив'язати кожне оголошення, будь то основне оголошення або оголошення відділу (вторинне) до філії на платформі.

Основні функції

1

Тип філії відділу

Для кожного оголошення відділу, розміщеного в Google, можна налаштувати філію відділів.

Виберіть тип філії залежно від галузі, наприклад, для автомобільної галузі доступні такі типи філій: Сервіс, Запчастини, ДТП, Quicklane тощо.

2

Зв'язок через код групи

Головні філії можна пов'язати на платформі з філіями відділів за допомогою параметра Код групи, який буде однаковим як для головної філії, так і для філій відділів. Він дає змогу створити ієрархію головних філій і філій відділів для обчислення показника репутації та зведення даних.

3

Збереження показника репутації

Зводьте відгуки із філій(ій) відділу(ів) у головній філії, щоб на показник репутації, який стосується головної філії, не впливало зменшення обсягів відгуків у головних філіях.

Показник репутації для філій відділів недоступний.

4

Виключіть філії відділів з розкривного фільтра по філії. Якщо використовувати фільтр «Філія», також за замовчуванням будуть відображатися всі дані, пов'язані з філіями відділів.

Виберіть **Тип філії**, щоб детальніше фільтрувати дані на будь-якій сторінці за типом філії.

Налаштування філій відділів

Щоб активувати функцію оголошень відділів, зверніться до менеджера із супроводу клієнтів або до спеціаліста відділу професійних послуг Reputation. Водночас, ви можете підготувати свій обліковий запис шляхом налаштування філій відділів.

Примітка: Спеціалісти відділу професійних послуг Reputation також можуть допомогти з налаштуванням філій відділів.

Налаштування філій відділів:

1. У правому верхньому кутку екрана платформи натисніть **Налаштування**.
2. На лівій навігаційній панелі натисніть **Філії**.
3. Клацніть на потрібній філії.
4. Щоб відредагувати, клацніть позначку олівця.
5. Прокрутіть вниз і додайте параметри **Код групи** і **Тип**.
 - **Код групи:** головна філія і філії відділів пов'язуються за параметром «Код групи». Параметр «Код групи» має бути однаковим для головної філії і пов'язаних філій відділів. За замовчуванням код групи буде таким самим, що й код філії. Код групи слід оновити для філій відділів, щоб він збігався з кодом групи для головної філії.
 - **Тип** – поле «Тип» використовується для позначення типу філії відділу. Якщо філія є головною, для параметра «Тип» слід вибрати «Головна». Для параметра «Тип» слід вибирати «Головна» лише для однієї філії з конкретним кодом групи. Для філій відділів слід змінити параметр «Тип».
6. Натисніть «Зберегти».

Керування функцією «Запитання й відповіді Google»

Керуйте з одного місця питаннями та відповідями, надісланими у блоки знань ваших компаній у Бізнес-профіль Google (GBP).

Функція **Запитання й відповіді Google** дає споживачам можливість ознайомитися з докладними відомостями про компанію, що дозволяє їм приймати миттєві рішення у Google щодо того, до якої компанії звернутися. Питання та відповіді навіть можуть відображатися безпосередньо у результатах пошуку Google.

Примітка: Питання та відповіді з найбільшою кількістю голосів визначатимуть порядок їхнього відображення в оголошенні компанії.

Вкладка «Питання та відповіді» дає змогу контролювати та реагувати на клієнтоорієнтовані поширені питання, які активно обговорювалися, з блоків знань Google ваших компаній.

Фільтри

Вибір фільтрів у верхньому рядку визначає відображення даних на вкладці. Другорядні фільтри застосовуються, якщо клацнути на дані інтерактивної таблиці.

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

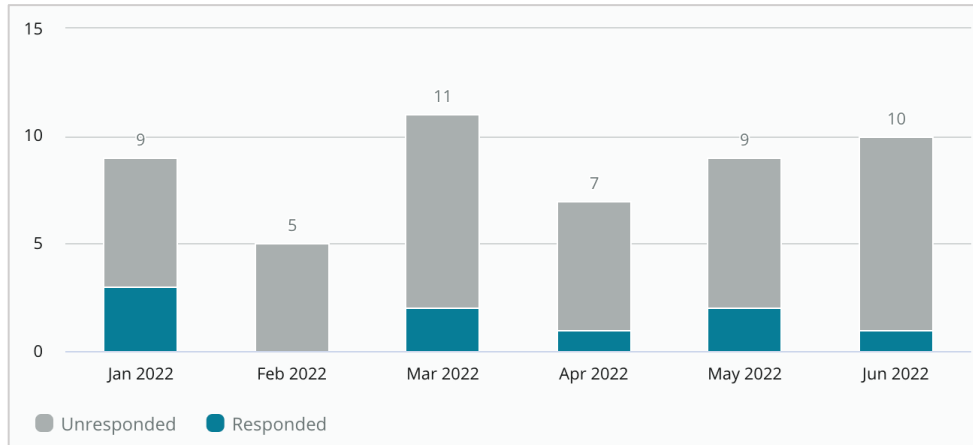
Зведення

У розділі «Питання» відображається статус заданих питань, що отримали й не отримали відповіді. Якщо клацнути на будь-яке посилання у розділі «Питання», буде відфільтровано графік і список питань.

Questions
120
across 102 Locations
Responded 22 View
Unresponded 98 View

Таблиця

Перегляньте тенденцію щодо своїх питань і відповідей на предмет кількості питань, надісланих за певний період часу, які стосуються вибраних компаній. У таблиці питання, на які не було відповіді, позначені сірим, а питання з відповідями – помаранчевим. Відповідь від іншого користувача Google враховується як відповідь, навіть якщо вона не від власника компанії.




Питання

У розділі «Питання» відображаються всі питання для вибраних фільтрів чи вибраних варіантів у таблиці. Питання відображаються практично в режимі реального часу. За замовчуванням усі питання відображаються та сортується за параметром «Спочатку найновіші».

Відповіді

Клацніть у вікні відповіді і дайте відповідь на питання (потрібно мати облікові дані/під'єднання). Відповіді публікуються в реальному вигляді в режимі реального часу.



Jun 8, 2022

Do any of your doctor specialize in lasik?

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!

↩ Responded

Respond to this question...

Примітка: Обмеження кількості символів для відповідей у бізнес-профілі Google становить 440. Намагайтеся, щоб кількість символів у вашій відповіді була меншою за цей показник, тоді відповідь буде відображено повністю.

Важливі нюанси сервісу Запитання та відповіді Google:

Розміщувати власні питання і відповіді є цілком прийнятною і розумною практикою для бізнесу. Додавайте питання безпосередньо через блоки знань GBP і давайте відповіді на платформі.

Налаштуйте спеціальні сповіщення щодо питань і відповідей для відповідних користувачів, які відповідають за відповіді.

Ви можете додати кілька відповідей (від інших користувачів на вашому обліковому записі), проте Google буде відображати лише одну відповідь від власника компанії на кожне окреме питання. Остання опублікована відповідь буде відображатися під ярликом «Власник компанії».

Ви не можете видаляти відповіді, опубліковані іншими користувачами Google. При видаленні через платформу може здатися, що відповідь не публікується, але вона знову з'явиться на сайті після перевірки, яка виконується щодня.

Ефективне керування вашими запитаннями та відповідями Google та надання відповідей на запитання позитивно вплинуть на ваш пошуковий рейтинг. Google враховує, чи ваші клієнти вважають ваш контент актуальним, точним, що відповідає їх потребам, доступним, хто автор цього контенту: бот або людина.

Форматований вміст

Можливість масштабної публікації оголошень та зміни їхнього змісту одразу на всіх ресурсах.

Вкладка **Форматований вміст** дозволяє наповнювати оголошення для різних філій однотипним вмістом та публікувати їх одразу на всіх ресурсах. Не забудьте надати користувачам з різним статусом користувача дозволи на перегляд, редагування, додавання та/або видалення текстів, створених за допомогою форматowanego вмісту.







Примітка: Наразі розміщення в рамках форматowanego вмісту зображень не підтримується.

Вкладка **Форматований вміст** включає три додаткові вкладки:

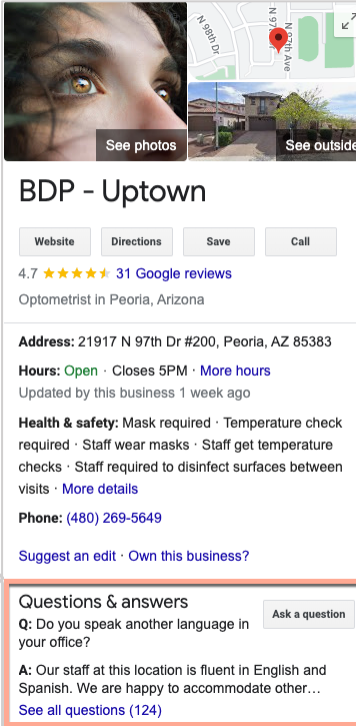
- Поширені питання
- Меню
- Продукти

Поширені питання

Ви можете заздалегідь скласти списки поширених питань і відповідей на них для різних груп філій і додати їх одразу до всіх інтернет-оголошень, що стосуються цих груп.

Name	Action
BDP Southern AZ	 
BDP Northern AZ	 
BDP Central AZ	 

Перегляд з платформи Reputation



BDP - Uptown

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

Q: Do you speak another language in your office? [Ask a question](#)

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

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

Перегляд з Google

Крок 1. Додавання поширених питань

Створіть поширене питання для кожної групи філій, наприклад «Північна Аризона» і «Південна Аризона», щоб позначити, які питання слід публікувати для кожної групи оголошень компанії.

Як додати поширене питання:

1. Зайдіть на вкладку платформи **Оголошення**.
2. Натисніть **Форматований вміст**.
3. Натисніть вкладку **Поширені запитання**.
4. Натисніть **Додати поширені запитання**.

Примітка: Наразі поширені питання неможливо імпортувати пакетом.

5. Налаштування параметрів поширених питань:

- **Назва:** дайте назву поширеному питанню.
- **Дати початку й закінчення публікації:** За бажанням вкажіть дати початку та закінчення публікації. Питання та відповіді, пов'язані з цим поширеним питанням, буде опубліковано у дату початку та автоматично видалено в дату закінчення публікації.

Примітка: Якщо ці параметри не вказати, питання, пов'язані з цим поширеним питанням, можна видалити лише по одному.

- **Пов'язати з:** виберіть фільтр, за яким буде встановлено зв'язок. Доступні параметри: «Країна», «Місто», «Філія» та користувацькі фільтри. Після цього встановіть позначку поруч із кожною філією або групою філій, які будуть пов'язані з поширеним питанням.
- **Джерела:** виберіть місце, де буде опубліковано поширені питання.

Примітка: Ця функція наразі охоплює лише Google.

The screenshot shows the 'Edit' form for a question. The fields are as follows:

- Title:** BDP Southern AZ
- Start-End Date:** Jul 06, 2022 (Start) and Jul 06, 2022 (End)
- Associate With:**
 - Location:** A dropdown menu.
 - Filter:** A list with 'All | None' and a checked box for 'BDP - Uptown'.
 - Selected Locations (All):** A box with a 'Show Locations' link.
- Sources:** A dropdown menu with 'Google' selected.

Buttons: 'Cancel' and 'Save' (with a checkmark icon).

6. Натисніть Зберегти.

Крок 2. Додавання груп

Для спрощення керування скористайтесь групами, щоб упорядкувати питання за категоріями, наприклад «Обслуговування після продажу» або «Страхування прийнято».

Примітка: Групи відображаються лише на платформі і не публікуються в оголошеннях.

Як додати групи:

1. На вкладці **Запитання та відповіді** виберіть блок запитань та відповідей.
2. Натисніть **Додати групу**.
3. Введіть назву і натисніть **Надіслати**.

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**

Крок 3. Додавання питань

Відберіть поширені питання і відповіді на них для кожної групи або категорії в межах поширеного питання. Ці запитання та відповіді будуть включені до всіх оголошень, які публікуються для цієї групи ваших філій.

Як додати питання:

1. На вкладці **Запитання та відповіді** виберіть блок запитань та відповідей.
2. Натисніть **Додати питання**.
3. Введіть назву, питання, відповідь і виберіть або додайте групу.
4. Натисніть **Надіслати**.

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 Question ×

FAQ Title: BDP Western AZ

Question *

Answer *

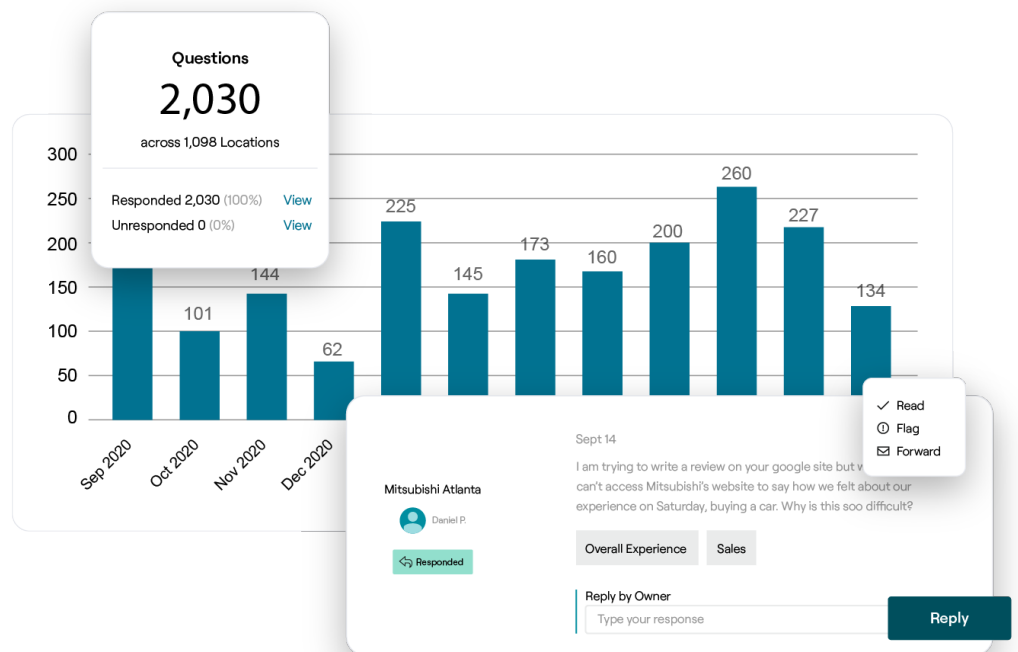
Group *

Важливі нюанси додавання поширених запитань:

Подані питання та відповіді публікуються щодня.

Щоб публікувати поширені питання до профілів філій, сторінки бізнес-профілю Google слід під'єднати до платформи.

Поширені питання можна редагувати та видаляти, а дані в пунктах «Групи» та «Питання/відповіді» можна лише редагувати.



Меню

Зручно визначайте та публікуйте меню для профілів компанії в GBP з платформи.

Крок 1. Додавання меню

Створіть меню для кожного сезону чи події, наприклад «Осіннє меню» та «Зимове меню», щоб позначити, які позиції меню слід публікувати для кожної групи оголошень філій.

Як додати меню:

1. Зайдіть на вкладку платформи **Оголошення**.
2. Натисніть **Форматований вміст**.
3. Натисніть вкладку **Меню**.
4. Натисніть **Додати меню**.
5. Налаштування параметрів меню:
 - **Назва:** дайте назву меню.
 - **Дати початку та закінчення публікації:** Вкажіть дати початку та закінчення публікації.

Примітка: Якщо дія меню закінчиться, проте іншого меню на заміну немає, меню, термін дії якого спливає, залишиться на GBP. Якщо для двох меню вказано однакову дату початку, буде опубліковано обидва меню.

- **Пов'язати з:** виберіть фільтр, за яким буде встановлено зв'язок. Після цього встановіть позначку поруч із кожною філією, яка буде пов'язана з поширеним питанням.
 - **Джерела:** Виберіть сайти-джерела для публікації меню (наразі ця функція охоплює лише Google).
 - **URL вмісту:** Додайте посилання на меню, розміщене на вашому сайті, щоб в оголошеннях було опубліковано саме воно.
6. Натисніть **Зберегти**.

Крок 2. Додавання розділів

Використовуйте розділи, щоб упорядкувати позиції меню і згрупувати їх, наприклад «Закуски», «Спагеті» і «Десерти».

Як додати розділи:

1. Клацніть потрібне меню у вкладці **Меню**.
2. Натисніть **Додати розділ**.
3. Введіть назву і клацніть **Надіслати**.

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**

Крок 3. Додавання позицій

Додайте деталі про позиції меню, включені в кожний розділ меню.

Як додати позиції:

1. Клацніть потрібне меню у вкладці **Меню**.
2. Натисніть **Додати позицію**.
3. Введіть деталі позиції. Пункти включають «Назва», «Опис», «Ціна», «Гострота», «Алергени», «Харчові обмеження», «Кухня», «Розділ».
4. Натисніть **Надіслати**.

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](#)

Важливі нюанси додавання меню:

Вміст меню публікується щодня.

Щоб публікувати меню в оголошеннях філій, сторінки бізнес-профілю Google слід під'єднати до платформи.

Google відображає меню щоразу, коли хтось виконує пошук з мобільного пристрою, і водночас показує мінімум або взагалі не показує меню, якщо пошук здійснювали з настільного комп'ютера.

Пункт «Меню» на платформі Reputation доступний для всіх галузей, проте Google може як публікувати, так і не публікувати меню для галузей, не пов'язаних із готельним чи ресторанним бізнесом.

Поля «Меню», «Розділи» та «Позиції меню» можна редагувати та видаляти, якщо це необхідно.

Продукти

Деякі компанії тепер можуть швидко та адаптовано презентувати свої послуги на GBP, завдяки чому потенційні клієнти зможуть здійснювати надійніший пошук з мобільного телефону.

Крок 1. Додавання продуктів

Створіть «Продукт» для кожного виду запропонованого продукту чи послуги, наприклад, один продукт для досліджень, а інший – для торгівлі в роздріб, щоб визначити продукти, які слід публікувати в кожній групі оголошень компанії.

Як додати продукти:

1. На платформі натисніть **Оголошення**.
2. Натисніть **Форматований вміст**.
3. Натисніть вкладку **Продукти**.
4. Натисніть **Додати продукт**.
5. Налаштуйте параметри продукту:
 - **Назва:** дайте назву продукту.
 - **Дати початку й закінчення публікації:** За бажанням вкажіть дати початку та закінчення публікації. Позиції, пов'язані з цим продуктом, буде опубліковано в дату початку та автоматично видалено в дату закінчення.

Примітка: Якщо ці параметри не вказати, позиції, пов'язані з цим продуктом, можна видалити лише по одному.

- **Пов'язати з:** виберіть фільтр, за яким буде встановлено зв'язок. Після цього встановіть позначку поруч із кожною філією або групою філій, які будуть пов'язані з продуктом.
- **Джерела:** виберіть місце, де буде опубліковано продукт. Наразі ця функція охоплює лише Google.
- **URL-посилання на вміст:** Додайте посилання на опис товарів чи послуг на вашому сайті, щоб в оголошеннях було опубліковано саме цю інформацію.

6. Натисніть **Зберегти**.

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:** Location (dropdown menu)
- Filter:** All, None, BDP - Uptown (checkbox)
- Sources:** Google (dropdown menu)
- Content URL:** https://sites.google.com/view/bdpuptown/home

Buttons: Cancel, Save

Крок 2. Додавання розділів

Використовуйте розділи для впорядкування продуктів і групування позицій, наприклад, «Окуляри», «Контактні лінзи» та «Дорожні набори».

Як додати розділи:

1. Натисніть на потрібний продукт у вкладці **Продукти**.
2. Натисніть **Додати розділ**.
3. Введіть назву і клацніть **Надіслати**.

Products / Retail [🔗](#)

Title	Retail
Start - End Date	0
Sources	
Content URL	https://sites.google.com/view/bdpuptown/home
Associate With	• B021
Sections	<p>Glasses</p> <ul style="list-style-type: none"> BDP Glasses Ray Sunglasses <p>Contact Lenses</p> <ul style="list-style-type: none"> Perfect Fit Lenses All Natural Lens Cleaner <p>Travel Sets</p> <ul style="list-style-type: none"> Contact Lens Travel Set Glasses Travel Set

Add Section Add Item

Add Section ✕

Product	Retail
Title	
Title *	<input type="text" value="Blue Light Glasses"/>

Cancel Submit

Крок 3. Додавання позицій

Сформулюйте конкретні відомості про позиції, включені в кожен розділ в категорії «Продукт».

Як додати позиції:

1. Натисніть на потрібний продукт у вкладці **Продукти**.
2. Натисніть **Додати позицію**.

Примітка: Єдиними обов'язковими для заповнення полями є «Назва» і «Розділ». Доступні поля для деталей позиції збігаються з тими, що підтримує Google для публікації.

3. Введіть деталі позиції. Доступні параметри: «Назва», «Опис», «Ціна», «Розділ».
4. Натисніть **Надіслати**.

The screenshot displays the Reputation interface for adding a product item. The main interface shows a product listing for 'Retail' with various sections like 'Glasses', 'Contact Lenses', and 'Travel Sets'. The 'Add Item' button is highlighted with a red box and a mouse cursor. An arrow points from this button to the 'Add Product Item' modal form. The modal form contains the following fields:

- Product Title:** Retail
- Title *:** Round
- Description:** (Empty text area)
- Price:** (Empty input field) and a dropdown menu set to 'Select'.
- Section *:** Glasses (dropdown menu) and an 'Add Section' link.

At the bottom of the modal form, there are 'Cancel' and 'Submit' buttons.

Важливі нюанси додавання продуктів:

Вміст про продукти публікується щодня.

Щоб публікувати продукти в оголошеннях компанії, сторінки бізнес-профілю Google слід під'єднати до платформи.

Продукти підтримуються лише через Google для мобільних пристроїв.

Поля «Продукти», «Розділи» та «Позиції» можна редагувати та видаляти, якщо це необхідно

Поширені питання про бізнес-оголошення

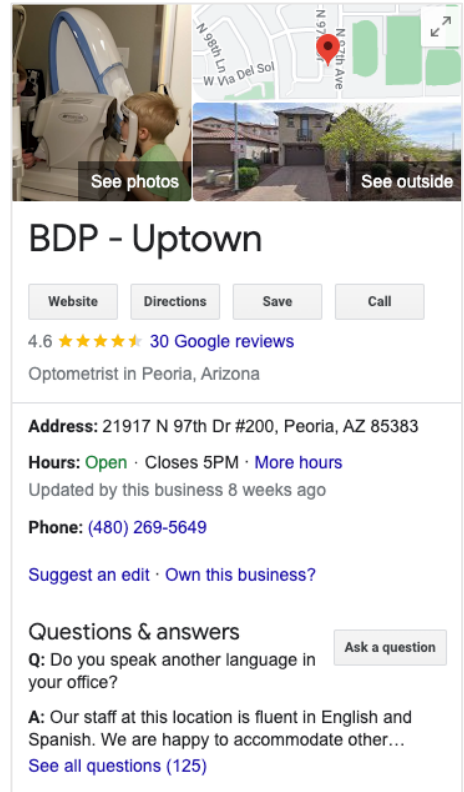
Нижче наведено поширені запитання щодо керування оголошеннями компанії.

Чи можуть інші користувачі вносити зміни щодо графіку роботи нашої компанії?

Для гарантії актуальності даних компанії Google покладається як на її працівників, так і на споживачів. Програма Місцеві експерти Google заохочує споживачів відповідати на запитання про компанії, послугами яких вони користуються, для забезпечення актуальності і точності інформації в оголошеннях компаній.

Коли йдеться про фотографії та відгуки, то створений користувачами вміст суттєво сприяє видимості профілю вашої компанії. Водночас зміна відомостей про графік роботи або розташування компанії не особливо заохочується.

Якщо користувач редагує інформацію про графік роботи або розташування, то зміни вносяться у профіль компанії майже одразу. Однак, якщо керовані оголошення компанії підтримуються платформою Reputation, то під час наступної автоматичної перевірки (зазвичай виконується кожні 24 години) зміни, внесені користувачами, буде перезаписано відповідно до даних джерела достовірної інформації.



Як атрибути впливають на ефективність пошуку?

Атрибути дозволяють користувачам переглядати додаткову інформацію про вашу компанію, наприклад, чи є у вашому ресторані Wi-Fi або столики на вулиці або чи представлені жінки в керівництві вашої компанії. Додавання атрибутів, які виходять за рамки вашої бізнес-категорії, допомагає вам виділятися з-поміж компаній, знайдених користувачем у Google. Наприклад, «Окей, Google, де приймає найближчий окуліст з можливістю доступу на інвалідному візку?»

Примітка: Допустимі до використання атрибути визначаються категорією бізнесу. Зокрема, доступні атрибути можуть стосуватися підтримуваних типів оплати, зручностей для людей з інвалідністю або того, чи дружна ваша компанія до ЛГБТ.

Чи можу я поставити запитання/дати відповідь у розділі «Запитання й відповіді»?

Це абсолютно прийнятно і навіть корисно для компанії самостійно розмістити поширені запитання і відповіді на них. Опублікуйте відповіді на запитання, які користувачі ставлять найчастіше, або вкажіть перелік послуг, які ви *не* надаєте. Питання має виглядати так, ніби його написав клієнт, а відповідати краще у професійному (діловому) стилі. Запитання й відповіді мають бути чіткими та зрозумілими і не мають трактуватися як маркетинговий прийом.

Запитання/відповіді з найбільшою кількістю позначок «подобається» відображаються першими, тому не забудьте вподобати корисні відповіді, надані іншими користувачами. Якщо ви та інший користувач дали відповіді на те саме запитання й отримали однакову кількість вподобань, то пріоритет надаватиметься відповіді користувача і вона відобразатиметься першою.

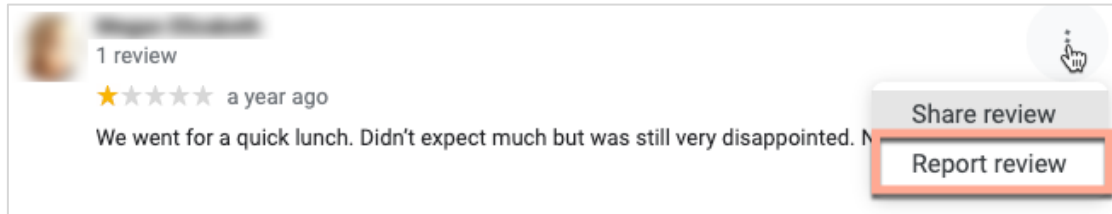
Для чого потрібні публікації у бізнес-профіль Google?

Google зберігає величезну кількість блоків знань щодо вашої компанії на основі дописів у GBP. Це максимально ефективний спосіб зацікавити користувачів, які виконують пошук. Дописи у GBP функціонують дещо по-іншому, ніж дописи у найбільших соцмережах.

- **Використовуйте прості, яскраві зображення без тексту.** Найкраще використовувати зображення з високою якістю (мінімум 750 x 540 пікселів). Текст на зображенні дозволений, але на екрані мобільних пристроїв він може обтинатися. Тому краще не використовувати накладання тексту. Відеофайли не підтримуються.
- **Короткі, інформативні описи.** Допустима довжина — 1500 знаків, але постарайтеся вкластися в 100-120. На сторінках результатів пошуку описи обрізаються.
- **Чіткий заклик до дії.** Додайте різноманітності вашим дописам за допомогою таких кнопок: «Забронювати», «Замовити онлайн», «Купити», «Дізнатися більше», «Зареєструватися», «Переглянути пропозицію». Відстежуйте кількість переходів (за допомогою міток UTM) на ваші URL-адреси для визначення рівня ефективності.
- **Використовуйте інтерактивні заголовки (для заходів).** Усі дописи в GBP доступні не більше 7 днів, а публікації дописів про події мають дату початку і дату завершення. Коли ви розміщуєте допис через платформу, ви можете опублікувати його не більш ніж на 10 ресурсах. Для кожного ресурсу вам необхідно мати на платформі унікальні облікові дані.

Як можна видалити відгук?

Якщо певний відгук був помилково розміщений (наприклад, стосується іншої компанії) або містить наклеп/ненормативну лексику, ви можете повідомити про порушення. Якщо навести курсор поряд із текстом у вікні відгуку в Google, відобразиться прапорець.



Пам'ятайте, не слід домагатися видалення відгуку, якщо він не порушує правил розміщення на сайті. Інакше кажучи, не подавайте запит на видалення відгуку лише тому, що він вам не подобається. Деякі сайти відповідно позначають відгуки, які компанія просила видалити без належної причини.

Для чого використовується URL-адреса резервування?

URL-адреси резервування містять посилання в оголошенні, яке направляє користувача на веб-сторінку, спеціально призначену для планування будь-якої зустрічі або бронювання (наприклад, візит до лікаря, екскурсія по нерухомості, що здається в оренду, бронювання столика в ресторані).

Що таке розширені функції керування категоріями

Reputation дозволяє компаніям публікувати категорії своїх філій у різних зовнішніх каталогах (також званих сайтами публікації), таких як Google, Facebook, Apple, Bing тощо. На даний момент компанії бачать лише категорії Reputation, які всередині компанії зіставлені з категоріями каталогу. Користувачам це незручно, оскільки вони не бачать, які категорії фактично публікуються у зовнішніх каталогах.

Завдяки розширеним функціям керування категоріями компанії тепер можуть використовувати платформу Reputation для перегляду того, як їх категорії Reputation зіставляються з категоріями каталогу. Це стосується як основних, так додаткових категорій. Користувачі зможуть переглядати категорії каталогу під час перегляду або додавання категорій для своїх філій або профілів.

Як використовувати цю функцію:

1. Перейдіть до **Оголошення**, а потім у **Профілі**.
2. Натисніть **Профіль**, а потім **Редагувати** (варіант 1 на зображенні); АБО клацніть значок редагування праворуч від списку профілів (варіант 2 на зображенні).

<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. Натисніть **Категорії** на лівій панелі та **Розширене керування категоріями**.

Profiles > BDP - Uptown

Profile Information

Basic

Offices

Categories

Attributes

Medical

[Add Office](#)

Categories

Categories*

Optometry Primary

[Add Category](#)

[Advanced Category Management](#)

4. Тут можна переглянути або додати категорії Reputation та каталогу.
5. Натисніть **Зберегти зміни**.

Що таке відстеження кліків у бізнес-профілі Google?

Відстеження кліків у бізнес-профілі Google — це можливість відстежувати дії, які ваші клієнти або потенційні клієнти виконують стосовно оголошення вашої компанії, наприклад, запитують номер телефону, маршрут проїзду або сайт. Під час додавання або редагування інформації профілю вашої компанії на платформі Reputation встановіть для параметра «Відстеження кліків у бізнес-профілі Google» значення «Так», щоб відстежувати ці дії.

Яке обмеження кількості символів використовується для опису в Google?

Google має обмеження – 700 символів. Деякі джерела дозволяють додавати як короткий, так і детальний опис. Короткі описи використовуються лише для Facebook або у разі відсутності детального опису.

Чому для мого оголошення не завантажується зображення?

При додаванні фотографій та відео до оголошення вашої компанії важливо пам'ятати про обмеження, що застосовуються сайтом-джерелом по відношенню до медіафайлів.

Рекомендовані розміри для платформи Reputation:

- Обкладинка, обкладинка Google, обкладинка Facebook: формат JPEG, 1080x608 пікселів, співвідношення сторін 16:9
- Профіль, Профіль Facebook, фото обличчя, інші параметри: формат JPEG, 720x720 пікселів, співвідношення сторін 1:1
- Логотип, логотип Google: формат JPEG, 250x250 пікселів, співвідношення сторін 1:1

Якщо ваші фотографії не відповідають рекомендованим розмірам, Reputation спробує опублікувати їх, якщо вони не порушують обмеження видавця:

Вимоги до бізнес-профілю Google

- Фотографія обкладинки: співвідношення сторін 16:9 (обов'язково), мінімум 480x270 пікселів, максимум 2120x1192 пікселів
- Фотографія логотипу: співвідношення сторін 1:1 (рекомендується), мінімум 250x250 пікселів, максимум 5500x5400 пікселів
- Додаткові параметри: співвідношення сторін 16:9 (рекомендується), мінімум 250x250 пікселів, максимум 5200x5300 пікселів

Вимоги Facebook

- Фотографія профілю: співвідношення сторін 1:1 (рекомендується), щонайменше 180x180 пікселів
- Фото обкладинки: співвідношення сторін 2,7:1 (рекомендується), щонайменше 400x150 пікселів.

Вимоги Bing

- Фото: співвідношення сторін 4:3 (обов'язково), мінімум 480x360

Примітка: Платформа Reputation наразі не сповіщає користувачів, якщо їх медіафайли були відхилені сайтом-джерелом.

Платні преміум-послуги

Наші експерти платформи преміум-послуг раді вам допомогти.

Незважаючи на наше прагнення зробити платформу інтуїтивно зрозумілою та ефективною, ми розуміємо, що найцінніше – час, а ресурси та пропускна спроможність можуть бути обмежені. Reputation має команду відданих справі експертів, готових допомогти вам керувати вашими оголошеннями; оптимізувати SEO; публікувати дописи в соціальних мережах та керувати ними, а також керувати відповідями на відгуки. Завдяки цьому набору додаткових послуг, які підтримуються нашою платформою та продуктами, ми можемо гарантувати високу якість обслуговування клієнтів. Наші експерти допоможуть вам:

- Забезпечити безкомпромісну **точність** (керування оголошеннями)
- Зробіть свій бізнес-профіль максимально **привабливим** (оптимізація профілів Google раніше відома як керовані послуги для Google)
- Використовувати **можливості** соціальних мереж (управління соціальними мережами)
- **Перемагає** той бренд, який найбільше **піклується** про клієнтів (керування відповідями на відгуки)



За більш детальною інформацією про платні преміум-послуги зверніться до менеджера по роботі з клієнтами.

Додаткові ресурси

Ознайомтеся з повним списком посібників користувача, які допомагають дізнатися більше про платформу Reputation.

- Дії
- Адміністратор
- Бренд у соціальних мережах
- Інформаційні панелі
- Досвід
- Вхідні
- Мобільний застосунок
- Сторінки й покажчики
- Rep Connect
- Показник репутації
- Звіти
- Запити
- Відгуки
- Оголошення в соціальних мережах
- Соціальний модуль
- Опитування
- Віджети