

Lokální SEO Checklist

Získejte více zákazníků z okolí s tímto praktickým průvodcem

CHECKLIST

1. Založit a ověřit Google Firemní profil
2. Optimalizovat kategorie v Google Firemním profilu
3. Vyplnit služby, produkty a nahrát autentické fotky
4. Zajistit konzistenci NAP informací na webu
5. Optimalizovat web pro lokální klíčová slova
6. Vložit Google Mapu a LocalBusiness Schema na web
7. Zaregistrovat firmu do klíčových českých katalogů
8. Aktivně sbírat pozitivní recenze od zákazníků
9. Získat zpětné odkazy od místních partnerů
10. Optimalizovat web pro mobilní zařízení a rychlost
11. Pravidelně sledovat výkon v Google Firemním profilu

Podrobný návod

Ke každému kroku najdete konkrétní instrukce, jak postupovat.

1 Založit a ověřit Google Firemní profil

Přejděte na business.google.com, přihlaste se Google účtem a zadejte údaje firmy. Profil ověřte dle pokynů Google (video nebo okamžité ověření).

2 Optimalizovat kategorie v Google Firemním profilu

Vyberte hlavní kategorii, která nejlépe popisuje vaše podnikání. Přidejte až 9 vedlejších kategorií pro širší zobrazení na relevantní dotazy.

3 Vyplnit služby, produkty a nahrát autentické fotky

Detailně popište nabízené služby a produkty včetně cen. Nahrajte autentické fotografie exteriéru, interiéru, týmu a produktů.

4 Zajistit konzistenci NAP informací na webu

Zkontrolujte, že název, adresa a telefon (NAP) jsou naprosto identické na vašem webu, v Google Firemním profilu a ve všech katalozích.

5 Optimalizovat web pro lokální klíčová slova

Zahrňte lokální fráze jako „blízko mě“ a názvy měst/čtvrtí do title tagů, H1 nadpisů a textu na stránkách. Použijte je přirozeně.

6 Vložit Google Mapu a LocalBusiness Schema na web

Na kontaktní stránku vložte interaktivní Google Mapu vaší firmy. Požádejte webmastera o přidání LocalBusiness Schema (název, adresa, tel.).

7 Zaregistrovat firmu do klíčových českých katalogů

Kromě Google Firemního profilu se zaregistrujte na Firmy.cz a Mapy.cz (Seznam). Doplněte profil na Facebooku a v oborových katalozích.

8 Aktivně sbírat pozitivní recenze od zákazníků

Požádejte spokojené zákazníky o recenzi osobně, emailem s přímým odkazem nebo QR kódem. Profesionálně reagujte i na negativní zpětnou vazbu.

9 Získat zpětné odkazy od místních partnerů

Sepište seznam dodavatelů a partnerů. Požádejte je o zařazení s odkazem na váš web v sekci „Partneři“ nebo nabídněte vzájemnou spolupráci.

10 Optimalizovat web pro mobilní zařízení a rychlost

Zkontrolujte rychlost načítání webu na PageSpeed Insights (cíl pod 3 vteřiny). Ujistěte se, že telefonní číslo je klikatelné a text čitelný.

11 Pravidelně sledovat výkon v Google Firemním profilu

V sekci „Insights“ sledujte počet zobrazení v mapách, kliků na telefon, požadavků na trasu a návštěvníků webu. Analyzujte, co funguje.
