

Vsebina	
5 GOOGLE BUSINESS PROFILE .....	120
5.1 USTVARITE GOOGLE BUSINESS PROFILE .....	122
5.1.1 DOMOV (HOME).....	122
5.1.2 OBJAVE (POSTS).....	125
5.1.3 INFORMACIJE (INFORMATION) .....	125
5.1.4 VPOGLEDI (INSIGHTS).....	126
5.1.5 MNENJA (OPINIONS) .....	126
5.1.6 SPOROČILA (MESSAGES).....	126
5.1.7 FOTOGRAFIJE (PHOTOGRAPHS) .....	127
5.1.8 IZDELKI (PRODUCTS).....	127
5.1.9 STORITVE (SERVICES).....	128
5.1.10 SPLETNO MESTO (WEB SITE) .....	128
5.1.11 UPORABNIKI (USERS).....	128

## 5 GOOGLE BUSINESS PROFILE

### 1. Od koga je orodje Google Business Profile?

Google Business Profile je Googlovo orodje.

### 2. Kaj omogoča Google Business Profile ljudem, ko vtipkajo neko ključno besedo?

Google Business Profile omogoča ljudem, ko vtipkajo neko ključno besedo, da vidijo predstavitev najbolj priporočenih ponudnikov iskane:

1. storitve ali
2. izdelka.

### 3. Ali je potrebno obiskati spletno stran ponudnika, če smo ga našli v Google Business Profilu?

Ni potrebno obiskati spletno stran ponudnika, če smo ga našli v Google Business Profile.

### 4. Kaj je treba npr. vtipkati v Google, če želite videti Google Business Profile?

V Google vtipkate npr. elektroinstalacije, če želite videti Google Business Profile.

### 5. Kaj se pokaže pod oglasi, če ste vtipkali npr. Opel v Googlu?

Takoj pod oglasi se pokaže zemljevid, na katerem so z rdečimi oznakami prikazani najboljši ponudniki v vaši bližini, če gre za ključno besedo Opel.

### 6. Kaj je pod zemljevidom, če ste vtipkali npr. Opel v Google?

Pod zemljevidom sledi predstavitev treh najbolj ocenjenih ponudnikov, če ste v Google vtipkali Opel.

### 7. Kje je običajno predstavljen najboljši ponudnik, če ste vtipkali npr. Opel v Google?

Najboljši ponudnik je običajno predstavljen na sredini, če ste vtipkali Opel v Google.

### 8. Kaj vidite za vsakega ponudnika, če ste vtipkali npr. Opel v Google?

Za vsakega ponudnika vidite:

1. ime podjetja,
2. povprečno oceno (ang. rating),
3. število ljudi, ki so ponudnika ocenili,
4. naslov,
5. telefonsko številko,
6. delovni čas,
7. povezavo do spletne strani ter
8. navodila za pot do ponudnika.

### 9. Kaj sledi prikazom, npr. ime podjetja, povprečna ocena ...?

Šele pod temi prikazi sledijo povezave do spletnih strani.

### 10. Ali ni nujno, da so podjetja, ki so prikazana na prvih treh mestih med povezavami ista podjetja, ki so prikazana v orodju Google Business Profile?

Podjetja, ki so prikazana na prvih treh mestih med povezavami niso nujno ista podjetja, ki so prikazana v orodju Google Business Profile.

### 11. Katero priložnost predstavlja Google Business Profile glede uvrstitve na Google?

Zaradi tega predstavlja Google Business Profile priložnost za vse ponudnike, ki jih Google ne prikazuje na prvem mestu med povezavami.

**12. Kaj boste storili, če boste želeli več izvedeti o najboljšem ocenjenem ponudniku v Google Business Profilu?**

Zdaj ste torej videli, kateri ponudnik je najbolje ocenjen. Verjetno boste želeli izvedeti več o njem, zato boste njegovo ime vpisali v Google.

**13. Kaj vam prikaže Google Business Profile, če boste ime podjetja vpisali v Google?**

Tokrat naredi Google Business Profile še dodaten korak in vam prikaže mini spletno predstavitev podjetja, ki ga iščete.

**14. Kje boste videli predstavitev podjetja, če uporabljate Google na računalniku?**

V kolikor Google uporabljate na računalniku, boste na desni strani ekrana videli predstavitev podjetja.

**15. Kam bo segala predstavitev podjetja v Google Business Profile, če boste uporabljali računalnik?**

Predstavitev podjetja v Google Business Profilu bo navzdol segala še preko vidnega polja ekrana.

**16. Kje bo predstavitev Google Business Profile predstavljen na mobilnem telefonu?**

Na mobilnem telefonu pa bo ista predstavitev prikazana takoj pod oglasi na Googlu.

**17. Kaj vse vidite oziroma lahko dodate v Google Business Profile, če boste ime podjetja vpisali v Google?**

Za iskano podjetje najprej vidite v Google Business Profile, če boste ime podjetja vpisali v Google:

1. fotografije,
2. lokacijo,
3. ime podjetja,
4. povezavo do spletne strani,
5. navodila za pot,
6. povprečno oceno,
7. število ocen oz. mnenj,
8. popoln poštni naslov,
9. delovni čas in
10. telefonsko številko.

Poleg tega vidite še:

1. vsa vprašanja, ki jih podjetju postavijo obiskovalci in odgovore podjetja na njih;
2. vidite vse ocene predhodnih obiskovalcev;
3. s klikom na gumb »Napiši mnenje« lahko tudi samo oddate mnenje.

Kot lastnik podjetja lahko dodate elemente, ki še bolj podrobno predstavijo vaše podjetje:

1. npr. logotip ali
2. prikaz izdelkov v drsniku (ang. slider), kjer lahko fotografijam dodate tudi opise vaše ponudbe.

**18. Kaj je rezultat Google Business Profila?**

Obiskovalcem sploh ni treba obiskati vaše spletne strani in že dobijo vse informacije kar na prvi strani Googla.

**19. Kako so včasih stranke dobile prvi vtis o podjetju?**

Včasih so stranke prvi vtis o podjetju dobile šele, ko so vašo spletno stran dejansko obiskale.

## 20. Katere aktivnosti so nujno potrebne v zvezi z Google Business Profilom?

V zvezi z Google Business Profile profilom so nujno potrebne naslednje aktivnosti:

1. ustvarite si Google Business Profile,
2. ga uredite in
3. na njem redno objavljate ter
4. aktivno pridobivajte ocene s strani vaših kupcev.

## 21. O čem prepričate ljudi, če imate urejen Google Business Profile?

S tem prepričate ljudi, da sploh obišejo vašo spletno stran.

## 5.1 USTVARITE GOOGLE BUSINESS PROFILE

### 1. Kaj je potrebno vtipkati v Google, da najdemo domeno orodja Google Business Profile?

Najprej v Google vtipkate »Google Business Profile«, da najdete domeno tega orodja.

### 2. Kako ustvarite Google Business Profile?

Google Business Profile enostavno ustvarite tako, da se v orodje vpišete z vašim Gmail e-naslovom (ki ste ga uporabili tudi za druga Googlova orodja).

### 3. Kaj vse lahko določite za ime vašega Google Business Profila?

Za ime vašega Google Business Profila določite:

1. ime vaše znamke oz.
2. naziv podjetja.
3. Uporabite pa lahko tudi trik in na začetek imena vstavite vašo ključno besedo, pri iskanju katere bi želeli biti med prvimi prikazi na Googlu.

Primer:

Lesena okna - ime znamke npr. Jelovica.

### 4. Kaj se odpre, ko se vpišete v Google Business Profile, če ne mislimo na osnovne nastavitve?

Ko se vpišete v Google Business Profile, se odpre nadzorna plošča, ki je v začetni kategoriji Domov.

### 5. Kaj se nahaja na levi strani, ko smo odprli Google Business Profile?

Na levi strani je meni z vsemi kategorijami.

### 6. Kaj počnemo s temi kategorijami?

V te kategorije je potrebno, npr.:

1. naložiti fotografije,
2. dodati opise in
3. povezave do svoje spletne strani.

#### 5.1.1 DOMOV (HOME)

Povsem na vrhu vidite sledeče možnosti:

##### 1. Ustvari objavo (Posts)

#### 1. Čemu je podobna priprava objave v Google Business Profilu?

Objavo naredite podobno kot na Facebooku.

## **2. Kaj se bo zgodilo, če boste redno objavljali na Google Business Profilu?**

Bolj redno kot boste objavljali na GBP, bolje bo Google:

1. ocenil vaš profil in
2. več možnosti imate, da se vaše podjetje pojavi na prvih mestih.

## **3. Katere vsebine objavljajte na GBP?**

Objavljajte pa vsebine, ki so pomembne za vaše podjetje. To so lahko zelo podobne ali celo iste vsebine, kot jih objavljate na LinkedInu.

## **2. Dodaj fotografijo (Add a Photo)**

### **1. Kakšne fotografije objavite, če boste z njimi predstavili svoj posel v orodju GBP?**

Objavite samo vrhunske fotografije, saj boste z njimi predstavljali svoj posel v orodju Google Business Profile.

## **3. Ustvari oglas (Create an ad)**

### **1. Kam nas vodi povezava, da bi ustvarili Google oglas?**

Gre za povezavo do orodja Google AdWords.

### **2. Kaj sledi funkcionalnosti Ustvari oglas?**

Funkcionalnosti Ustvari oglas sledi kratko poročilo o uspešnosti vašega profila.

### **3. Kaj vsebuje Kratko poročilo o uspešnosti vašega profila?**

Kratko poročilo o uspešnosti vašega profila vsebuje:

1. Prikazano je število ogledov (ang. views) v zadnjih 28 dnevih,
2. število iskanj (ang. searches) vaše znamke ter
3. število dejavnosti (ang. activity), tj. obiskov spletnega mesta, klicev, ogledov fotografij, zahtev za prikaz navodil za pot in podobnega.

### **4. Kaj je nadalje prikazano?**

Zatem je prikazana:

1. vaša zadnja objava ter
2. gumb »Ustvari objavo«.

### **5. Kaj lahko nato preverite?**

Nato lahko preverite:

1. kje na Google zemljevidih je prikazana lokacija vašega podjetja.
2. Preverite lahko tudi, kako Google prikaže vaš profil.

### **6. Kaj je še pod to vsebino?**

Pod to vsebino je še prikaz ocen in mnenj.

### **7. Kaj vidimo s klikom na moder napis Upravljanje mnenj (Manage opinions)?**

S klikom na moder napis Upravljanje mnenj (ang. Manage opinions) vidite vse prejete ocene (ali samo zvezdice ali pa tudi komentarje).

### **8. Ali lahko na mnenja tukaj odgovorite kot lastnik GBP?**

Na mnenja lahko tukaj tudi odgovorite.

**9. Kaj storite, če gre za dobra mnenja?**

Za vsa dobra mnenja se obvezno zahvalite.

**10. Kaj storite v primeru slabšega mnenja?**

V primeru slabšega mnenja:

1. prav tako odgovorite,
2. vprašajte za razlog za nezadovoljstvo in
3. stranko povabite, da vas pokliče ali vam pošlje e-pošto.

**11. Kaj bodo storili drugi obiskovalci vašega GBP in kaj kažete z odgovori?**

Zavedajte se, da bodo drugi obiskovalci:

1. brali ta mnenja in
2. da z odgovori kažete svoj odnos do strank.

**12. S čim se zaključuje pregled kategorije Domov?**

Pregled kategorije Domov se zaključuje s povezavo do mobilne aplikacije Google Business Profile.

**13. Za katere operacijske sisteme je na voljo mobilna aplikacija Google Business profile?**

Mobilna aplikacija Google Business Profile je na voljo za mobilne telefone z operacijskima sistemoma:

1. Android in
2. iOS.

**14. Zakaj je priporočljivo namestitev mobilne aplikacije?**

Priporočam vam, da si namestite mobilno aplikacijo, saj boste preko nje takoj dobili obvestila o mnenjih, ki so jih oddali vaši kupci.

**15. Za koga je namestitev mobilne aplikacije še posebej pomembna?**

Namestitev mobilne aplikacije je še posebej pomembna za vse imetnike storitvene dejavnosti.

**16. Kaj pozna GBP?**

Google Business Profile namreč točno pozna lokacijo osebe, ki ima s sabo pametni mobilni telefon (torej praktično vsakogar).

**17. Kaj GBP pošlje osebam, ki so obiskali gostilno, frizerja ... nekaj trenutkov po tem, ko so zapustili lokacijo gostilne, frizerskega salona ...?**

Zato vsem, ki so obiskali vašo gostilno, restavracijo, frizerja, avtomehanično delavnico, mažni salon, itd., nekaj trenutkov po tem, ko so zapustili lokacijo, avtomatično pošlje vprašanje, kako so bili zadovoljni z vašo ponudbo.

**18. Kaj lahko stori odgovorni, če je kakšna stranka podala negativno oceno?**

V kolikor kakšna stranka poda negativno oceno, npr., da je bila pica ob robu zažgana, lahko vodja pizerije takoj ukrepa:

1. odgovori na komentar,  
stranko povabi k ponovnemu obisku in  
ji npr. ponudi brezplačno pijačo.

**19. Kaj lahko storite v primeru slabega komentarja, če ste hitro odzivni?**

Tako lahko slab komentar s hitro odzivnostjo obrnete v prikaz, da za vaše stranke dobro skrbite.

## 20. Kaj se lahko zgodi ob obilici dela in digitalnih kanalov, če gre za slabe komentarje?

Ob obilici dela in digitalnih kanalov se drugače lahko hitro zgodi, da se:

2. negativni komentar ali več komentarjev, pozabi oz. spregleda.
3. Tako lahko drugi obiskovalci več mesecev berejo negativna mnenja, na katera ni nihče odgovoril.
4. V tem primeru lahko novi obiskovalci pomislijo, da vam za vaše stranke res ni mar.

To je torej vsebina kategorije Domov, ki se nahaja na samem vrhu menija na levi strani ekrana. Sledi predstavitev kategorije Objave.

### 5.1.2 OBJAVE (POSTS)

#### 1. Kaj lahko naložite (napišete) pod objavo?

Pod objave lahko naložite (napišete):

1. sliko,
2. dodate ime,
3. opis in
4. povezavo do svoje spletne strani.

#### 2. Kolikokrat tedensko objavljate?

Pomembno je, da objavljate enkrat ali dvakrat tedensko.

#### 3. Katere vrste objav so možne v kategoriji Objave (GBP)?

Možnih je več vrst objav v kategoriji Objave (GBP):

1. Posodobitev stanja (novice),
2. Dogodki (objava o dejanskem ali virtualnem dogodku),
3. Ponudba (objavite lahko npr. kodo za popust v vaši trgovini) in
4. Izdelek (naložite fotografijo ali video izdelka z opisom, ceno in povezavo).

Sledijo zelo pomembne kategorije, ki so prav tako vidne že na prvi strani Googla.

### 5.1.3 INFORMACIJE (INFORMATION)

#### 1. Kaj lahko določite ali spremenite na vrhu strani, če smo v kategoriji Informacije?

Na vrhu strani, če smo v kategoriji Informacije, lahko določite ali spremenite:

1. ime vašega profila in
2. panogo, v katero spadate.

#### 2. Kateri podatki sledijo v kategoriji Informacije?

Sledijo še podatki v kategoriji Informacije:

1. vaša točna lokacija,
2. seznam držav, v katerih nudite storitve,
3. delovni čas,
4. mobilna številka,
5. vaše kratko ime profila oz. @nickname,
6. povezava do spletne strani,
7. opis vaših storitev,
8. predstavitev izdelkov,
9. poudarki (npr. smo ekološki) ter
10. splošen opis podjetja.

### 3. Kaj dodate čisto na koncu kategorije Informacije?

Čisto na koncu dodate še:

1. informacije o delovnem času poslovalnic in
2. naložite fotografije, ki vas predstavljajo v vašem Google Business Profilu.

#### 5.1.4 VPOGLEDI (INSIGHTS)

##### 1. Katere informacije vam prinašajo vpogledi?

Vpogledi vam prinašajo informacijo o tem katere ključne besede so ljudje na Googlu vpisali, da so našli vaše podjetje.

##### 2. Kaj lahko spreminjate?

Spreminjate lahko časovno obdobje, za katerega se naj prikažejo ti podatki.

##### 3. Kateri podatki so še dodatno na voljo?

Dodatno so na voljo še podatki o tem, ali so ljudje, ki so obiskali vaš Google Business Profile, le-tega našli:

1. z direktnim vpisom imena vaše znamke ali
2. preko iskanja določene ponudbe (torej posredno).

##### 4. Katere informacije so še prikazane?

Prikazane so še informacije:

1. številu obiskov profila,
2. klikov na povezavo do spletne strani in
3. klicev podjetja.

##### 5. S čim se zaključuje pregled statističnih podatkov?

Pregled statističnih podatkov se zaključuje s številom ogledov fotografij na vašem profilu.

#### 5.1.5 MNENJA (OPINIONS)

##### 1. Kaj je glavni način za dostopanje do mnenj obiskovalcev vašega GBP?

Mnenja (Opinions) je glavni način za dostopanje do mnenj obiskovalcev vašega Google Business Profile profila.

##### 2. Kaj lahko pregledate oziroma napišete v podkategoriji "Brez odgovora"?

V podkategoriji »Brez odgovora« pregledajte mnenja, na katera še niste odgovorili in napišite odgovor.

#### 5.1.6 SPOROČILA (MESSAGES)

##### 1. Za koga so na voljo sporočila?

Sporočila so na voljo za uporabnike mobilne aplikacije Google Business Profile.

##### 2. Kaj omogočite s Sporočili, če gre za vaš GBP?

Z njimi obiskovalcem vašega profila omogočite:

1. da vam direktno pišejo,
2. vi pa jim lahko na njihova sporočila tudi odgovorite.

##### 3. Kaj so sporočila z drugo besedo v GBP?

Torej so še ena vrsta klepetalnice (ang. chat).



#### 4. S kom vas povežejo sporočila?

Sporočila vas povežejo z nekom:

1. ki se očitno zanima za vaše podjetje in
2. vas je poiskal na Googlu.

#### 5. Kaj si namestite, da boste lahko uporabljali funkcijo Sporočila?

Zato vam priporočamo, da si namestite mobilno aplikacijo in pričnete uporabljati tudi to funkcijo.

##### 5.1.7 FOTOGRAFIJE (PHOTOGRAPHS)

#### 1. Kaj je prikazano v kategoriji Fotografije?

V kategoriji Fotografije so prikazane vse:

fotografije in

videi, ki ste jih naložili na svoj Google Business Profil.

#### 2. Kaj lahko počnete z videi in fotografijami?

Seveda jih lahko poljubno:

1. dodajate ali
2. odstranite.

#### 3. Kakšno fotografijo izberite, ki bo prikazana na prvi strani?

Za fotografijo, ki bo prikazana na prvi strani, izberite takšno, na kateri so osebe.

#### 4. Katere osebe naj bodo na sliki?

To ste lahko:

1. vi ali
2. vaša zadovoljna stranka.

#### 5. Kaj ljudje zelo radi pogledajo?

Ljudje namreč zelo radi pogledajo fotografije, na katerih so druge osebe.

#### 6. Kaj je treba dodati fotografijam že na računalniku?

Fotografijam že na računalniku dodajte SEO ustrezno poimenovanje.

##### 5.1.8 IZDELKI (PRODUCTS)

#### 1. Katere izdelke je treba predstaviti v kategoriji Izdelki, če gre za GBP?

Predstavite ključne izdelke, za katere želite, da so vidni že v Google Business Profilu predstavitvi.

#### 2. Kakšni naj bodo ti izdelki?

Naj bodo to t.i. »brainer« izdelki.

#### 3. Kakšni so brainer izdelki?

Torej izdelki, ki jih kupite brez pomisleka, saj je razmerje med ceno in vrednostjo tako ugodno.

#### 4. Zakaj predstaviti brainer izdelke?

Tako lahko hitro pridobite kupca, ki mu nato ponudite dražjo ponudbo.

#### 5. Kakšen je postopek predstavitve izdelka v kategoriji Izdelki, če gre za GBP?

Postopek predstavitve izdelka je zelo preprost:

1. izberete fotografijo,
2. napišete ime in opis izdelka,
3. določite kategorijo,

4. vpišete ceno ter
5. vstavite povezavo do svoje podstrani.

#### 5.1.9 STORITVE (SERVICES)

##### **1. Ali je treba izkoristiti možnost, ko je treba vpisati besedilo (dolgo besedilo)?**

Vedno, ko imate možnost vpisati besedilo - ali še bolje, vedno, ko imate možnost vpisati dolgo besedilo - jo izkoristite.

##### **2. Zakaj je treba izkoristiti opis storitve?**

Opis storitve izkoristite zato, da uporabite ključne iskalne besede, ki ste jih identificirali pri Google SEO analizi.

##### **3. Ali je dobro ustvariti več razdelkov (podkategorij) in jih podrobno opisati?**

Ustvarite več razdelkov oz. podkategorij in vsako vrsto storitev, ki jih ponujate, podrobno opišete.

#### 5.1.10 SPLETNO MESTO (WEB SITE)

##### **1. Kaj je mogoče ustvariti v kategoriji Spletno mesto?**

Vsi, ki mogoče še nimate svoje spletne strani, si lahko tukaj brezplačno ustvarite osnovno spletno predstavitev.

##### **2. Kako poteka ustvarjanje osnovne spletne predstavitve?**

Izberete si:

1. predlogo strani, ki je že ustvarjena, in
2. nato vstavite svoje vsebine.

#### 5.1.11 UPORABNIKI (USERS)

##### **1. Kaj lahko podelite svojim sodelavcem v kategoriji Uporabniki?**

V kategoriji uporabniki lahko svojim sodelavcem podelite dovoljenje za upravljanje vsebin vašega Google Business profila.

##### **2. Kaj mora biti dobro izpolnjen GBP, redne objave in pridobivanje mnenj kupcev?**

Google Business Profile je zelo pomembno orodje za (lokalna) podjetja:

1. dobro izpolnjen profil,
2. redne objave in
3. pridobivanje mnenj od kupcev naj bodo med vašimi prioritetami.

##### **3. Ali ima GBP veliko vlogo tudi pri uvrstitvi vaše spletne strani na Googlu?**

Google Business Profil ima veliko vlogo tudi pri uvrstitvi vaše spletne strani na Googlu.

##### **4. Koliko procentov ocene predstavlja Google Business Profile v lokalnih iskanjih?**

V lokalnih iskanjih predstavlja kar 25 % ocene spletne strani!