

GOOGLE FÖRETAGSPROFIL

Google Företagsprofil (f.d Google My business) är ett skyltfönster där organisationer kan publicera nyckelinformation om sin verksamhet på Googlesök och i Google maps. Man kan lägga in verksamhetens fysiska destination, öppettider och telefonnummer samt andra nödvändiga uppgifter som förenklar kommunikationen mellan säljare och köpare. Det förbättrar dessutom verksamhetens möjlighet att ranka bättre på lokala sökningar om man kopplar Google Företagsprofil till verksamhetens hemsida.

”En av de allra största fördelarna är att du exponeras i både Googlesök och via kartsöket i Google Maps.”

KOMMA IGÅNG MED GOOGLE FÖRETAGSPROFIL

Chansen är stor att din verksamhet redan existerar på Google Företagsprofil. Testa att googla på verksamhetens namn och se om den publiceras i Google Företagsprofil-vyn. Om du inte har verifierat din företagsprofil och din verksamhet syns med en text som säger ”Äger du det här företaget?” Klicka på länken och följ instruktionerna för verifiering så att du kan ta kontroll över ditt innehåll.

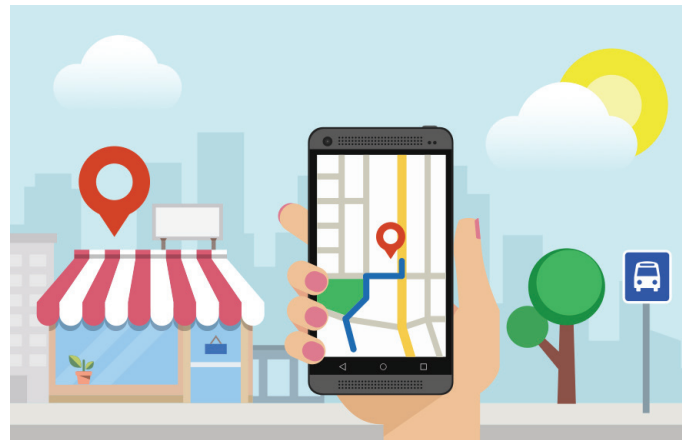
Om verksamheten inte kommer upp kan du lägga upp det genom att gå in på den här länken [Google Företagsprofil](#).

För att du ska kunna verifiera din verksamhet kommer Google att ge dig en kod, antingen via vykort, mail eller telefonsamtal. Det brukar vanligtvis ta fem arbetsdagar tills vykortet kommer fram.

När du lagt in koden är det dags att lägga upp din information. Ju mer innehåll du lägger in desto större är chanserna att en potentiell kund hittar dig. Det är enkelt att följa vad som saknas att uppdateras med Google Företagsprofil mätare.

Se till att lägga in följande information:

- Adress (Google Maps)
- Fysisk adress
- Öppettider*
- Telefonnummer
- Hemsida
- Logotyp
- Bilder på anläggning
- Kategoritagg



När man laddar upp bilder på hemsidor bör man komprimera bilderna, göra filstorleken mindre, så att bilderna laddas upp snabbare. Men på Google Företagsprofil ska bilderna gärna vara så högupplösta som möjligt – speciellt bilderna på din anläggning. Välj ut dina mest högkvalitativa bilder.

När du väljer kategori-taggar till din verksamhet så se till att vara så specifik som möjligt. Om företaget är en indisk lunchrestaurang så välj taggen ”indisk lunchrestaurang” och inte ”lunchrestaurang”.

SVAR PÅ RECENSIONER PÅ GOOGLE MY BUSINESS

Glöm inte bort att svara på dina kunders recensioner – både positiva och negativa. Tänk på er nästkommande gäst när ni svarar, den som läser kommentaren ska känna sig trygg att boka hos er. Håll samtalstonen trevlig men inte för personlig. Kort och koncist är ett bra mått.

För att hålla dig uppdaterad om vad dina kunder tycker om din verksamhet kan du koppla din e-postadress till GMB. Då får du alltid ett meddelande varje gång du får en ny recension.

Positiva recensioner i Google Företagsprofil är viktigt för att komma högt i Googles rankning. Uppmana gärna dina kunder att ge recensioner på Google, Tripadvisor, Eniro och övriga plattformar. Tänk på att recensioner från externa nätverk också påverkar Google Företagsprofil-algoritmen.

*tänk på att du kan lägga in fler sektioner med öppettider för olika delar inom ett företag.