



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Чек-лист по локальному SEO и геотаргетингу

Подробное руководство для малого бизнеса по привлечению местной аудитории

Базовые настройки Google Мой Бизнес / Яндекс Бизнес

☐ Зарегистрировать и верифицировать компанию

Зачем: Без этого профиль не появится в поиске и на картах. Как сделать: Зайдите на Google My Business или Яндекс Бизнес, следуйте инструкциям по регистрации и подтверждению (почта, телефон, видеозвонок).

☐ Полное заполнение профиля (адрес, телефон, часы работы, категории)

Зачем: Чем полнее информация, тем выше шанс, что вас найдут и выберут. По данным Google, компании с полными профилями получают на 70% больше посещений и на 50% больше запросов на маршруты (Google, 2023). Как сделать: Укажите точный адрес, актуальный телефон, все часы работы (включая праздники), подробный список услуг.

☐ Добавить качественные фотографии

Зачем: Визуальный контент привлекает внимание. Компании с фотографиями получают на 42% больше запросов на маршруты и на 35% больше переходов на сайт (Google, 2023). Как сделать: Загрузите фото фасада, интерьера, команды, продуктов/услуг. Используйте профессиональные снимки.

☐ Написать подробное описание услуг/продуктов

Зачем: Помогает потенциальным клиентам понять, что вы предлагаете. Включите ключевые слова, по которым вас могут искать. Как сделать: Опишите свои уникальные преимущества, используйте локальные ключевые слова (например, 'лучший кофе в [название района]').

☐ Выбрать основные и дополнительные категории

Зачем: Категории помогают поисковым системам понять, чем занимается ваш бизнес. Как сделать: Выберите наиболее релевантную основную категорию и до 9 дополнительных. Будьте точны, избегайте слишком общих категорий.

Управление отзывами и репутацией

Поощрять клиентов оставлять отзывы

Зачем: Отзывы — один из ключевых факторов ранжирования в локальном поиске и повышения доверия. 82% потребителей читают онлайн-отзывы о местных компаниях (BrightLocal, 2023). Как сделать: Разместите QR-коды для отзывов, отправляйте ссылки по SMS/Email, предлагайте небольшие бонусы (скидки, подарки) за честные отзывы.

Оперативно отвечать на все отзывы (позитивные и негативные)

Зачем: Показывает вашу клиентоориентированность. 89% потребителей с большей вероятностью выберут компанию, которая отвечает на все отзывы (BrightLocal, 2023). Как сделать: Благодарите за позитивные отзывы, предлагайте решение проблем в негативных, приглашайте к личному общению для урегулирования.

Регулярно мониторить отзывы на сторонних площадках (2ГИС, TripAdvisor и т.д.)

Зачем: Клиенты ищут информацию везде. Важно контролировать репутацию на всех платформах. Как сделать: Используйте сервисы мониторинга упоминаний или ручную проверку основных агрегаторов отзывов в вашей нише.

Оптимизация сайта для локального SEO

□ Упомянуть город/район в Title и Description

Зачем: Помогает поисковым системам понять релевантность вашего сайта для локальных запросов. Как сделать: Включите название вашего города или района в мета-теги Title и Description на главной странице и на страницах услуг.

□ Использовать адрес и телефон на каждой странице

Зачем: Улучшает пользовательский опыт и подтверждает локальную привязку для поисковиков. Как сделать: Разместите контактную информацию (NAP: Name, Address, Phone) в футере или хедере сайта, чтобы она была видна на всех страницах.

□ Создать локальные целевые страницы (если применимо)

Зачем: Если у вас несколько филиалов или вы обслуживаете разные районы, отдельные страницы для каждого местоположения улучшат ранжирование по локальным запросам. Как сделать: Создайте уникальный контент для каждой страницы, включающий информацию о районе, местных достопримечательностях, отзывах клиентов из этого района.

□ Установить Schema.org разметку LocalBusiness

Зачем: Структурированные данные помогают поисковым системам лучше понимать информацию о вашем бизнесе и отображать ее в расширенных сниппетах. Как сделать: Используйте генераторы Schema.org разметки или обратитесь к веб-разработчику для внедрения разметки LocalBusiness с указанием адреса, телефона, часов работы, отзывов.

□ Проверить мобильную адаптацию сайта

Зачем: Более 60% поисковых запросов в Google совершаются с мобильных устройств (Statista, 2023). Мобильная адаптация критически важна для ранжирования и удобства пользователей. Как сделать: Используйте Google Mobile-Friendly Test, убедитесь, что сайт быстро загружается и корректно отображается на всех устройствах.

Локальные ссылки и упоминания

Помимо оптимизации собственного сайта и профилей, важно создавать внешние сигналы для поисковых систем, указывающие на локальную привязку вашего бизнеса. Это называется 'локальные цитирования' (local citations) и является важным фактором ранжирования.

Размещение в местных онлайн-каталогах:

Зачем: Увеличивает количество упоминаний вашего бизнеса в интернете, что положительно влияет на локальное SEO. Поисковые системы видят, что о вас говорят на разных авторитетных площадках.

Как сделать: Зарегистрируйтесь в популярных местных каталогах (например, 2ГИС, Flamp, Zoon, yell.ru), а также в отраслевых каталогах. Убедитесь, что информация (NAP) везде одинакова.

Участие в местных мероприятиях и партнерствах:

Зачем: Повышает узнаваемость бренда в местном сообществе и может привести к упоминаниям в местных СМИ или на сайтах партнеров.

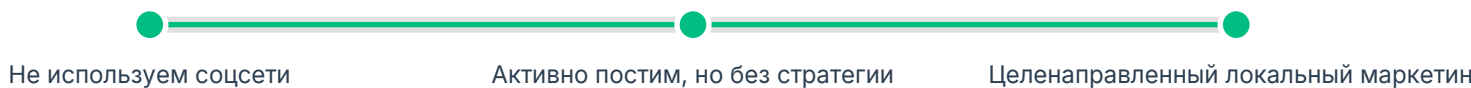
Как сделать: Спонсируйте местные спортивные команды, участвуйте в городских праздниках, проводите совместные акции с другими местными бизнесами. Это может дать вам ссылки с сайтов организаторов или партнеров.

Получение ссылок с местных СМИ или блогов:

Зачем: Ссылки с авторитетных местных ресурсов являются мощным сигналом для поисковых систем о вашей значимости в регионе.

Как сделать: Предлагайте местным журналистам или блогерам экспертные комментарии, организуйте пресс-туры, делитесь интересными новостями о вашем бизнесе. Например, если вы открыли новую точку или запустили уникальную местную акцию.

Социальные сети и контент



Оцените уровень использования социальных сетей для локального маркетинга

Социальные сети и контент: Практические шаги

Геотаргетинг постов в соцсетях	Зачем: Позволяет показывать ваш контент только тем пользователям, которые находятся в вашей целевой локации. Как сделать: Используйте встроенные функции геотаргетинга в Facebook, Instagram, ВКонтакте при создании рекламных кампаний или органических постов.
Создание контента о местных событиях/проблемах	Зачем: Повышает релевантность вашего контента для местной аудитории и демонстрирует вашу вовлеченность в жизнь сообщества. Как сделать: Пишите посты о местных новостях, поддерживайте местные инициативы, делитесь информацией о городских мероприятиях, которые могут быть интересны вашим клиентам.
Проведение локальных акций/конкурсов	Зачем: Стимулирует вовлеченность местной аудитории и привлекает новых клиентов. Как сделать: Организуйте конкурсы с призами от местных партнеров, предлагайте скидки для жителей конкретного района, проводите мероприятия в вашем заведении.

Больше интересного в нашем блоге

развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями



Получить пользу

