



HUSKY DIGITAL PLAYBOOK • LOCAL SEO ДЛЯ HOME SERVICE

Google Maps для подрядчиков: как вывести карточку в ТОП и получать звонки

Пошаговый регламент работы с профилем без накруток и риска блокировки. Разбор факторов ранжирования на реальных примерах (и почему бизнес с 50 отзывами часто уступает компании с 10).

Сегмент: Home Service (ремонт, стройка, HVAC)

Рынок: США

Стандарт: Google Guidelines

3 ключевых фактора локального ранжирования Google

Google не раскрывает точную формулу алгоритма, но прямо называет три главных фактора, от которых зависит видимость карточки в результатах поиска:

1. RELEVANCE (РЕЛЕВАНТНОСТЬ)

Насколько карточка отвечает запросу клиента. Google оценивает это по основной и дополнительным категориям, каталогу услуг, описанию бизнеса и контенту сайта.

2. DISTANCE (РАССТОЯНИЕ)

Физическое расстояние между точкой поиска пользователя и бизнесом. Это географический фактор, который нельзя изменить SEO-методами.

3. PROMINENCE (ИЗВЕСТНОСТЬ)

Насколько бизнес известен и заметен. Google прямо указывает среди факторов, связанных с Prominence, количество и оценки отзывов, а также внешние ссылки. В практической Local SEO-работе мы также учитываем органическую видимость сайта и присутствие компании в авторитетных каталогах.

Спам ключевыми словами в названии (Keyword Stuffing):

Соблазн вписать в имя профиля «Austin Kitchen Remodel» или «Denver HVAC Repair» велик — конкуренты часто так делают и временно выходят вперед. Но если этих слов нет в реальном названии компании, **это прямое нарушение правил Google**: данные профиля могут быть изменены, а к компании могут применяться ограничения, вплоть до блокировки (suspension). Рисковать бизнесом ради временного преимущества не стоит.

Главный вывод: Все три фактора работают вместе: итоговая видимость зависит от конкретного запроса и местоположения пользователя. Ближайшая компания с наибольшим числом отзывов не обязательно будет первой.



Категории и каталог услуг: точность релевантности

Если неправильно выбрать категорию, профиль может быть менее релевантен для целевых поисковых запросов. Вот как настроить релевантность без потери охвата:

PRIMARY CATEGORY (ОСНОВНАЯ)

Суть бизнеса, а не самый крупный чек: категория выбирается по тому, кем компания является на самом деле. Если 80% выручки — кухни, ставьте *Kitchen Remodeler*, а не размытый *General Contractor*.

ADDITIONAL CATEGORIES (ДО 9 ШТУК)

Google разрешает указать 1 основную и **до 9 дополнительных категорий**. Выбирайте только те направления, которыми реально занимаетесь (например: *Bathroom Remodeler*, *Deck Builder*), без попыток добавить лишнее.

РАЗДЕЛ SERVICES ВМЕСТО PRODUCTS

Для сервисного бизнеса используйте раздел **Services**, а не *Products*: функция *Products* предназначена прежде всего для представления товаров розничного бизнеса. Заполните каждую услугу: понятное название, описание работ и стартовую цену. Это дает Google дополнительный контекст об услугах компании, а клиенту — сразу понять, беретесь ли вы за его задачу.

Фотографии с объектов: рабочий регламент

В Home Service клиент часто выбирает подрядчика ещё до первого звонка. Реальные фотографии с объектов помогают показать команду, процесс работы и качество результата.

- ☐ **Правило 3 кадров с объекта:** мастера фиксируют исходное состояние «До», рабочий процесс с людьми и инструментом, и чистый финальный результат «После».
- ☐ **Приоритет — реальные фотографии:** публикуйте свои фургоны с брендингом, мастеров в форме и рабочий процесс на объектах вместо стоковых картинок из интернета.
- ☐ **Геоданные (EXIF):** тратить время на ручное геотегирование не стоит — Google не указывает GPS-метки в EXIF как фактор локального ранжирования. Гораздо полезнее публиковать качественные и реальные фотографии с объектов.



Сбор отзывов по правилам Google

Отзывы — один из факторов, которые Google связывает с Prominence, а для клиента они служат важным сигналом репутации компании. Но нарушения правил могут привести к удалению отзывов и ограничениям для профиля.

Что категорически запрещено правилами платформы:

- Платить за отзывы, предлагать скидки, подарки или кэшбек (любой подкуп запрещен).
- Фильтровать клиентов («review gating» — опрашивать недовольных втихую, а довольных слать в Google).
- Просить клиентов вставлять в текст ключевые слова или город. Запрос должен быть нейтральным и честным.

Скрипт запроса отзыва для менеджера или мастера после сдачи объекта:

«Hi [Name]! This is [Name] from [Company]. Thank you for trusting us with your home! We'd really appreciate it if you could share your honest experience on Google. Your feedback helps other homeowners understand what it's like to work with our team:

[Ссылка на Google Review или QR-код на визитке]

Thank you for your time and feedback!»

РЕГЛАМЕНТ ОТВЕТОВ

Отвечайте на каждый отзыв — и благодарный, и проблемный. Будущие клиенты всегда смотрят, как компания общается и решает спорные ситуации.

ИНТОНАЦИЯ ОТВЕТОВ

Спокойная и уважительная. Поблагодарите за доверие, кратко упомяните выполненную работу и покажите открытость к диалогу без шаблонных отписок.

Обновления профиля и внешние справочники

- ☐ **Справочники (NAP):** имя, адрес и телефон должны быть указаны последовательно и без противоречий на сайте и в ключевых внешних справочниках (Apple Maps, Bing Places, Yelp, BBB). Это помогает поддерживать корректные и согласованные данные о компании.
- ☐ **Google Posts (Обновления):** рекомендуемый ритм — короткие посты 1–2 раза в неделю о свежих объектах, сезонных предложениях или новостях с кнопкой действия (например, «Call now», если доступна для профиля).



Комплексное ведение под ключ

Что Husky Digital берёт на себя

Берём регулярное ведение профиля под ключ: освобождаем вашу команду от рутины, работаем в соответствии с актуальными правилами Google и каждый месяц показываем честную динамику видимости на карте.

РЕПУТАЦИЯ

Ответы на отзывы

Отслеживаем новые отзывы и пишем профессиональные ответы по согласованному регламенту.

ПРОЦЕСС

Инструкции для мастеров

Даем бригадам и замерщикам готовый скрипт и QR-коды, чтобы клиенты оставляли отзывы легко и без риска санкций.

КОНТЕНТ

Google Posts (Обновления)

Пишем и публикуем еженедельные посты о сданных объектах, сезонных работах и спецпредложениях.

МЕДИА

Публикация живых фото

Забираем кадры объектов из рабочих чатов бригад, отбираем лучшие фото и регулярно загружаем в профиль.

ИЗМЕРЕНИЕ

Трекинг по гео-сетке

Замеряем видимость карточки в десятках точек города по ключевым запросам (Local Grid).
Реальная динамика вместо догадок.

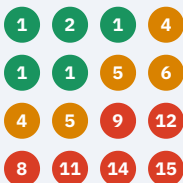
СПРАВОЧНИКИ

Локальные каталоги

Проверяем и синхронизируем данные компании в ключевых справочниках (Apple Maps, Bing, Yelp), исключая дубли и ошибки.

Google Business Profile Management — \$1,000 / мес

Фиксированный скоуп, регулярный мониторинг позиций по точкам карты и ежемесячный отчет, который реально читается.

[СТРАНИЦА УСЛУГИ ↗](#)

Мониторинг позиций по гео-сетке (Local Grid Tracking)

У компании нет одной фиксированной позиции на карте: в одном районе она может быть в топе, а в другом — значительно ниже. Мониторинг по гео-сетке показывает реальную географию видимости и точки для роста. Для самостоятельной проверки позиций можно использовать доступный сервис localgridtracker.com для отслеживания видимости по точкам карты.