

Чеклист локального SEO

- Создайте страницу «контакты» и «о нас» на своем веб-сайте.
 - На странице контактов укажите полное название вашей компании, адрес, номер телефона и адрес электронной почты.
 - Убедитесь в том, что пользователь может кликнуть на ваш номер телефона со своего мобильного устройства.
 - Убедитесь, что ваши контактные данные унифицированы везде, где они упоминаются на веб-сайте.
 - Если активность компании связана лишь с одним адресом, укажите свой адрес и адрес электронной почты в футере веб-сайта.
 - Добавьте карту Google на свою контактную страницу, чтобы упростить поиск для потенциальных клиентов.
 - Зарегистрируйтесь в Google Мой бизнес (GMB) и верифицируйте свой веб-сайт.
 - Обеспечьте полную совместимость сайта с мобильными устройствами.
 - Если активность бизнеса распространяется на несколько местностей, каждой из них следует посвятить отдельную страницу.
 - Используйте микроразметку, чтобы помочь Google легче определить ваш местный бизнес.
 - Выполняйте еженедельные проверки сайта с помощью таких инструментов, как SEMrush или Serpstat, чтобы исправить все ошибки SEO.
-
- Публикуйте отзывы ваших существующих клиентов на вашем веб-сайте.
 - Включите свою компанию в Google Мой бизнес (GMB).
 - Если ваш бизнес уже входит в список GMB, попросите своих существующих клиентов опубликовать отзывы и рейтинги в Google. Эти обзоры будут отображаться в результатах поиска, когда кто-то ищет ваш бизнес в Google.
 - Добавьте фотографии в профиль GMB.
 - Отвечайте на негативные отзывы в GMB, если таковые имеются.
 - Добавьте свой бизнес на Yelp.
 - Добавьте свою компанию на Foursquare.
 - Добавьте свой бизнес на Bing Places.
 - Попросите своих клиентов опубликовать отзывы на вашей бизнес-странице в Facebook.
 - Не запрашивайте слишком много отзывов сразу. Внезапный приток отзывов может рассматриваться как спам на определенных платформах.
 - Не платите за фальшивые отзывы.
 - Относитесь к приобретению отзывов как к непрерывному процессу.
 - Убедитесь, что ваш самый важный контент находится на главной странице или, по крайней мере, связан с главной страницей.
 - Оптимизируйте теги title и description с помощью локализованных ключевых слов («Йога-студия Киев» вместо «Йога-студия»).
 - Удалите любой дублирующийся контент на своем веб-сайте. Используйте инструмент, например SEMrush, для идентификации повторяющихся страниц на вашем сайте. Используйте канонические URL везде, где это необходимо.
 - Используйте отзывы клиентов в городах активности вашего бизнеса, чтобы сделать ваши целевые страницы, разделенные по городам, уникальными.
 - Используйте уникальные отзывы клиентов, которые воспользовались конкретными продуктами или услугами, для соответствующих страниц продуктов и услуг вашего сайта.

- Добавьте локальные фотографии и видеоролики (оптимизированные с соответствующими ключевыми словами), чтобы обогатить и дополнить контент.
- Принимайте или спонсируйте различные мероприятия в вашем городе.
- Используйте инструменты, такие как Buzzsumo или Google Trends, чтобы идентифицировать и отслеживать трендовый контент в вашем местоположении.
- Создавайте записи в блогах по темам, которые относятся к определенной демографии или местоположению.

- Заявите о себе на всех популярных платформах в социальных сетях.
- Заведите профиль для своей компании на каждой крупной платформе социальных сетей.
- Создайте надежную стратегию для социальных сетей.
- Опубликуйте фотографии в профиле Google Мой бизнес (GMB).
- Следите за активностью в социальных сетях. Проводите работу с возражениями.
- Придерживайтесь определенного расписания и регулярно публикуйте новый контент в соцсетях.
- Попросите своих существующих клиентов опубликовать обзоры и оценки на бизнес-странице Facebook.
- Поделитесь пользовательским контентом на своих страницах социальных сетей.
- **Ручные упоминания.** Такие упоминания требуют времени и усилий, но в конечном итоге у вас больше контроля.
- **Автоматические ссылки.** Автоматические упоминания помогут вам сэкономить время и силы. Основным недостатком автоматических упоминаний является то, что не все сервисы обладают одинаковым качеством, и вы не сможете контролировать свои рабочие данные.
- Используйте сторонний инструмент, например MozLocal или BrightLocal, для локальных упоминаний и ссылок.