MIDNIGHT WEBS

RESURSĂ GRATUITĂ · LISTĂ DE SEO LOCAL

Listă de verificare SEO local pentru afaceri mici

Când cineva caută „instalator lângă mine” sau „dentist în Chișinău”, Google ordonează afacerile din apropiere după relevanță, distanță și proeminență. Pe două dintre ele le poți influența. Lista acoperă profilul, paginile, recenziile și măsurarea care le mișcă.

Actualizat în noiembrie 2026 | 11 min de citit | 41 verificări

PENTRU CINE ESTE	CE ACOPERĂ	CUM DECIDE GOOGLE
Afaceri locale de servicii, comerț și ospitalitate	6 domenii, de la profil la urmărirea apelurilor	Relevanță, distanță și proeminență (formularea Google)

ÎNCEPE DE AICI

Revendică și completează profilul Google Business săptămâna aceasta. Pentru majoritatea afacerilor locale este cea mai mare sursă de apeluri din căutare și este gratuit.

BIFEAZĂ CĂSUȚA CÂND AI TERMINAT · ESENȚIAL = IMPACT MAXIM

01 Definește datele afacerii și păstrează-le consecvente

Google compară ce spun site-ul, profilul și directoarele despre tine. Informațiile care se potrivesc creează încredere; cele care se contrazic creează îndoială.

- [ ] ESENȚIAL **Scrie o singură versiune oficială a numelui, adresei și telefonului (NAP)**
  Folosește-o identic peste tot: „Str. Mihai Eminescu 12” și „Strada Mihai Eminescu nr. 12” par două locuri diferite pentru un program.

- [ ] ESENȚIAL **Folosește denumirea reală a afacerii**
  Adăugarea de cuvinte-cheie în numele profilului Google Business („Cel mai bun instalator ieftin Chișinău”) încalcă regulile Google și îți poate suspenda profilul.

- [ ] **Decide cum servești clienții**
  La adresa ta, la ei sau ambele. Afacerile cu arie de servire pot ascunde adresa din profil și pot enumera zonele acoperite.

- [ ] **Enumeră serviciile pe care le oferi cu adevărat, în zonele unde chiar lucrezi**
  Pretențiile exagerate aduc solicitări irelevante și încredere mai slabă.

- [ ] **Găsește și îmbină înregistrările duplicate**
  Caută numărul tău de telefon și denumirile vechi. Duplicatele împart recenziile și încurcă clasamentul.

- [ ] **Folosește un număr de telefon local**
  Un număr cu prefix local le spune clienților (și motoarelor de căutare) că ești cu adevărat acolo.

CUM VERIFICI

Caută numărul tău de telefon între ghilimele în Google. Fiecare rezultat trebuie să arate același nume, aceeași adresă și același număr.

02 Completează și întreține profilul Google Business

Profilul este de obicei primul lucru pe care îl văd clienții, înaintea site-ului. Tratează-l ca pe o pagină vie.

- [ ] ESENȚIAL **Verifică profilul**
  Fără verificare nu controlezi ce apare. Google oferă verificare prin telefon, email, video sau carte poștală, în funcție de afacere.

- [ ] ESENȚIAL **Alege categoria principală cât mai specifică**
  Este printre cele mai puternice semnale de relevanță. Alege „Restaurant italian”, nu „Restaurant”, apoi adaugă categorii secundare pentru celelalte servicii.

- [ ] **Completează fiecare câmp**
  Program (inclusiv sărbători), telefon, site, link de rezervare, servicii, produse, atribute și o descriere clară scrisă pentru oameni.

- [ ] **Adaugă regulat fotografii reale**
  Exterior, interior, echipă, lucrări terminate și produse. Pozele autentice bat pozele de stoc și arată clienților la ce să se aștepte.

- [ ] **Adaugă servicii sau produse cu descrieri și prețuri**
  Dă Google mai mult de potrivit cu căutările și răspunde primelor întrebări ale clienților.

- [ ] **Publică actualizări și oferte**
  Postările nu te clasează direct, dar țin profilul la zi și le dau clienților un motiv să acționeze.

- [ ] **Verifică profilul lunar**
  Alții pot sugera modificări, deci confirmă că programul, telefonul și site-ul nu au fost schimbate.

CUM VERIFICI

Caută de pe telefon numele afacerii tale și un serviciu plus orașul. Vezi ce vede clientul și repară primul lucru care arată prost.

03 Construiește pagini utile de servicii și locații

Paginile trebuie să existe pentru că oamenii le caută, nu pentru că o listă de cuvinte-cheie o cere.

- [ ] ESENȚIAL **Creează o pagină pentru fiecare serviciu de bază**
  Explică ce faci, cui i te adresezi, cum funcționează, cât costă (sau o plajă de preț), cât durează și arată exemple reale.
- [ ] ESENȚIAL **Scrie pagini de locație doar când ai ceva local de spus**
  Proiecte locale, o echipă în acel oraș, o adresă distinctă, indicații de drum sau informații specifice zonei. Paginile aproape identice, cu numele orașului schimbat, sunt „doorway pages", vizate de politicile Google împotriva spamului.
- [ ] **Pune orașul și serviciul în titlu, H1 și primul paragraf**
  Natural, o dată fiecare. Nu repeta expresia.
- [ ] **Arată adresa, programul, telefonul și o hartă pe pagina de contact**
  Încorporează harta după ce pagina e utilă și fără ea.
- [ ] **Leagă paginile înrudite**
  Serviciile de locații, locațiile de proiecte și toate de pagina de contact.
- [ ] **Adaugă întrebări frecvente din întrebările reale ale clienților**
  Prețuri, termene, parcare, pregătire. Aceste pagini tind să câștige căutările lungi și specifice.
- [ ] **Include recenzii și studii de caz în pagină**
  Dovada locală concretă convinge și este unică pentru tine.

CUM VERIFICI

Pentru fiecare pagină de locație, șterge mental numele orașului. Dacă restul ar putea aparține oricărui oraș, încă nu este o pagină locală.

04 Adaugă date structurate și semnale locale în pagină

Fă pagina ușor de înțeles pentru oameni și pentru software.

- [ ] ESENȚIAL **Adaugă date structurate LocalBusiness**
  Folosește cel mai specific tip schema.org (Dentist, Restaurant, Plumber) cu nume, adresă, telefon, program, coordonate geo și `areaServed`. Google îl recomandă ca modalitate de a înțelege afacerea ta.
- [ ] ESENȚIAL **Potrivește marcajul cu pagina vizibilă**
  Detaliile din schemă care nu apar în pagină sau evaluările inventate riscă o acțiune manuală.
- [ ] **Folosește un singur H1 și subtitluri descriptive**
  Căutarea și cititoarele de ecran le folosesc pe amândouă.
- [ ] **Scrie titluri și meta descrieri pentru oameni**
  „Instalator de urgență în Chișinău – intervenție 24/7 | Brand" funcționează mai bine decât o listă de cuvinte-cheie.
- [ ] **Pune apel dintr-o atingere pe mobil**
  Un link `tel:` pe numărul de telefon transformă o vizită într-un apel cu o singură atingere.
- [ ] **Adaugă linkuri `sameAs`**
  Spre profilul Google Business, Facebook, LinkedIn și alte profiluri oficiale.
- [ ] **Fă site-ul rapid și potrivit pentru mobil**
  Cele mai multe căutări locale se fac de pe telefon.

CUM VERIFICI

Testează paginile în Rich Results Test de la Google și corectează erorile și avertismentele care se aplică LocalBusiness.

05 Câștigă recenzii, citări și linkuri locale

Proeminența vine din cât de cunoscut și de credibil ești. Recenziile și mențiunile locale sunt cea mai clară dovadă.

- [ ] ESENȚIAL **Cere o recenzie fiecărui client mulțumit**
  În momentul satisfacției, cu linkul direct din profil (Obține mai multe recenzii) trimis prin mesaj, bon sau cod QR.
- [ ] ESENȚIAL **Nu cumpăra, nu schimba și nu filtra recenzii**
  Google interzice recenziile stimulate și „review gating" (cererea doar către clienții mulțumiți). Recenziile false îți pot costa profilurile și reputația.
- [ ] **Răspunde la fiecare recenzie**
  Mulțumește clienților pe nume și menționează un detaliu. Răspunde calm și factual la cele negative și oferă rezolvarea în privat.

- [ ] **Păstrează citările corecte**
  Directoare de afaceri, camere de comerț, asociații profesionale și aplicații de hărți. Calitatea și corectitudinea contează mai mult decât cantitatea.

- [ ] **Câștigă linkuri din surse locale**
  Sponsorizări, furnizori, parteneri, școli, organizații caritabile și presa locală. Un link local relevant valorează mai mult decât zeci de linkuri generice din directoare.

- [ ] **Publică ceva demn de citat**
  Un ghid local de prețuri, un tutorial specific zonei, o listă sezonieră.

- [ ] **Urmărește concurenții**
  Vezi cine se clasează deasupra ta și compară numărul de recenzii, categoriile, fotografiile și conținutul site-ului.

CUM VERIFICI

Numără recenziile și nota medie față de primii trei concurenți din rezultatele hărții și stabilește o țintă lunară.

06 Măsoară ce produce căutarea locală

Clasamentele nu plătesc facturile. Apelurile, cererile de indicații și solicitările o fac.

- [ ] ESENȚIAL **Urmărește ce livrează profilul**
  Performanța din Google Business Profile arată căutări, apeluri, cereri de indicații, clickuri pe site și rezervări. Notează-le lunar.

- [ ] ESENȚIAL **Etichetează linkul spre site din profil cu parametri UTM**
  De exemplu `?utm_source=google&utm_medium=organic&utm_campaign=gbp`, ca analytics să separe vizitele din profil de căutarea obișnuită.

- [ ] **Adaugă urmărirea apelurilor cu grijă**
  Folosește un număr de urmărire ca număr secundar și păstrează numărul principal ca principal, ca NAP să rămână consecvent.

- [ ] **Notează de unde a venit fiecare solicitare**
  Întreabă „Cum ne-ați găsit?” la apeluri și în formulare și salvează răspunsul.

- [ ] **Folosește Search Console ca să găsești interogările locale**
  Filtrează interogările după orașul tău sau „lângă mine” și caută pagini cu multe afișări, dar puține clickuri.

- [ ] **Verifică pozițiile din locurile unde sunt clienții**
  Rezultatele locale se schimbă de la o stradă la alta, deci caută din cartierele pe care le servești, nu doar din birou.

- [ ] **Actualizează înainte de sezoanele aglomerate**
  Program, oferte și fotografii cu câteva săptămâni înainte.

CUM VERIFICI

La sfârșitul fiecărei luni, notează apelurile, cererile de indicații, solicitările din formulare și recenziile noi. După trei luni vei vedea ce funcționează.

Surse și lecturi suplimentare

Ghidul Google Business Profile
https://support.google.com/business/answer/3038177

Google: îmbunătățește-ți clasarea locală
https://support.google.com/business/answer/7091

Politicile Google împotriva spamului (doorway pages)
https://developers.google.com/search/docs/essentials/spam-policies

Google: date structurate LocalBusiness
https://developers.google.com/search/docs/appearance/structured-data/local-business

Ai nevoie de ajutor?

Midnight Webs proiectează, securizează și întreține site-uri pentru afaceri mici. Spune-ne ce ai nevoie și stabilim împreună pașii.

midnightwebs.com/ro/estimate