

HOGYAN NÖVELD MASSZŐR VÁLLALKOZÁSODAT ÉS BŐVÍTSD VENDÉGKÖRÖDET?

7 lépéses lokális keresőoptimalizálás
útmutató masszőr vállalkozóknak
(2021)



Boncata Csilla

Tartalomjegyzék

Hogyan növeld masszőr vállalkozásodat és bővítsd vendégkörödet?

Masszőr vállalkozóként miért van szükséged lokális keresőoptimalizálásra?	2
1. lépés: Írd össze a kulcsszavaidat	4
2. lépés: Google Cégem adatlap optimalizálása	7
Miért fontos megigényelned a Google Cégem fiókot?	8
3. lépés: Weboldal optimalizálása	11
4. lépés: Hivatkozások és említések szerzése, linképítés	14
5. lépés: Vállalkozói oldal létrehozása a közösségi oldalakon	16
6. lépés: Vélemények kérése, kezelése	16
7. lépés: A teljesítmények mérése, követése	18

A kiadványt a legjobb tudásom és tapasztalatom alapján állítottam össze. Az útmutató kizárólag tájékoztatás célját szolgálja. Ennek pontosságáért, naprakészségéért, a használatából eredő bármilyen közvetett vagy közvetlen kárért semmilyen felelősséget nem vállalok. Az e-book teljes vagy részleges tartalmának felhasználása, terjesztése, átruházása, átdolgozása csak a szerző előzetes írásbeli engedélyével lehetséges, kivéve a pontos forrásmegjelöléssel és linken keresztüli hivatkozással történő felhasználását.

Hogyan növeld masszőr vállalkozásodat és bővítsd vendégkörödet?

Masszőr vállalkozóként miért van szükséged lokális keresőoptimalizálásra?

Az embereknek ma már nem kell az Arany oldalakat böngészniük, mobiltelefonnal a kezükben pillanatok alatt megtalálhatják és kiválaszthatják a hozzájuk legközelebb eső masszőrök közül azt, amelyik a legszimpatikusabb.

A masszázusra vágyó potenciális vendég szempontjából ez konkrétan azt jelenti, hogy egy egyszerű Google kereséssel a közvetlen közelében található masszőrök fognak megjelenni. Ha Csepelen van az illető, akkor csepeli masszőrök jelennek meg a képernyőjén. Nyitvatartással, telefonszámmal. Felkeresheti a honlapjukat, vélemények között böngészhet és akár az útvonalat is megtervezheti a szalonig.

„5-ből 4 vásárló a keresőmotorokat használja helyi információk megtalálására.” (Forrás: Think with Google)

„Azoknak a vásárlóknak a 88%-a, akik okostelefonon keresnek helyi (lokális) vállalkozásokra, egy napon belül felkeresik vagy felhívják az üzletet” (Nectafy)

„A keresők 92% -a választja a helyi keresési eredmények első oldalán található vállalkozásokat”. (Forrás: SEO Expert)

Ha masszőr vállalkozásod nincs rajta a Google térképen, nem szerepel, vagy csak valahol a lista végén tűnik fel a Google helyi találatai között, potenciális vendégeket veszítesz versenytársaid javára és jelentős bevételtől eshetsz el.



Az alábbi lokális keresőoptimalizálás útmutató lépéseit követve:

- ingyenes és alacsony költségű eszközök segítségével
- közép- és hosszútávon is hatékonyan
- folyamatosan

szerezhetsz érdeklődőket, potenciális vendégeket a Google keresőből és növelheted masszőr vállalkozásod bevételeit.

1. lépés: Írd össze a kulcsszavaidat

A **kulcsszavak** azok a kereső kifejezések, amelyeket a Google keresőbe beírsz, amikor valamit keresel.

A Google a barátunk, így bármilyen kérdésünk, problémánk van, segítségül hívjuk.

Nagy eséllyel ezt teszik azok is, akiknek fáj a hátuk, stresszes az életük, vagy egy kis lazításra vágnak és szeretnének egy masszázs szalont felkeresni.

Írj össze minden olyan szót, kifejezést, amiről azt gondolod, hogy a célközönséged ezeket használja, amikor a szolgáltatásodra keres:

- írd fel a különböző masszázstípusokat, amelyeket igénybe vehetnek nálad
- egészítsd ki a településed, kerületed nevével
- használj jelzőket, amelyekkel kiegészítheted a kulcsszavaidat, például olcsó, legjobb, ingyenes stb.
- használd a Google keresőt, hogy még több javaslatot kapj, egyszerűen csak írd be a keresőbe a kulcsszavaidat és gyűjtsd össze a Google által felajánlott további lehetőségeket.



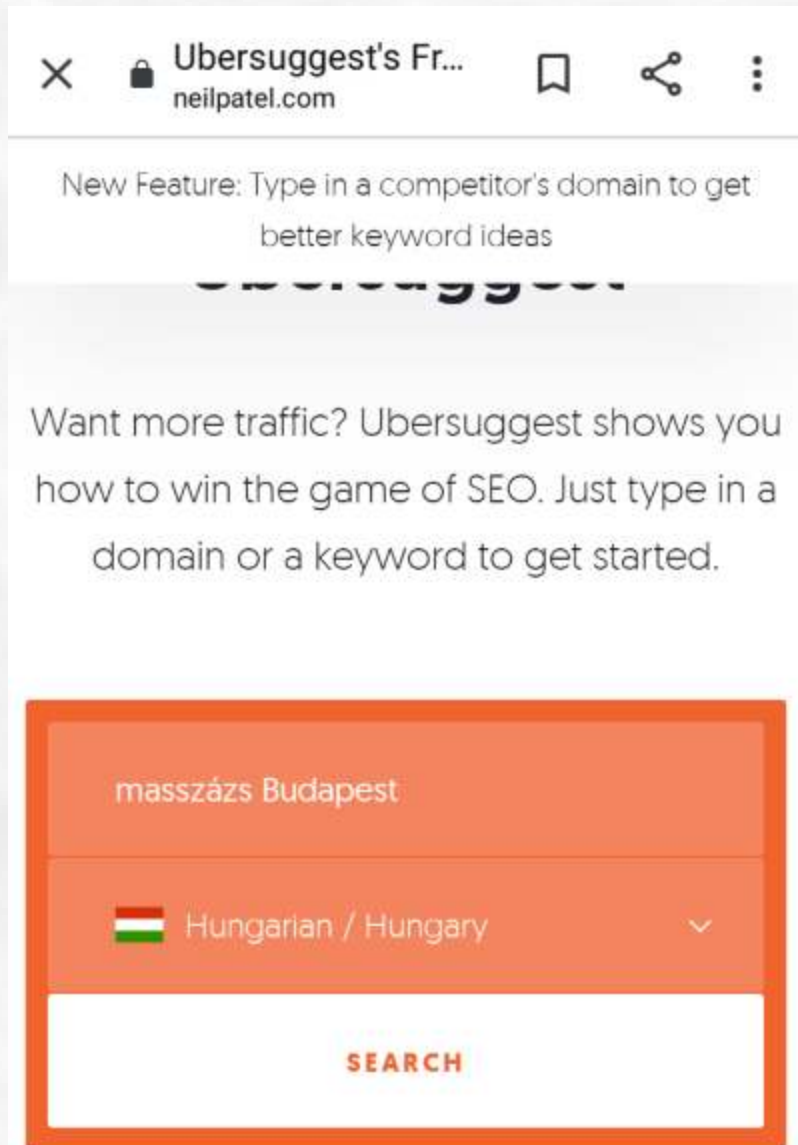
- gyűjts ötleteket a versenytársaid honlapjáról.

De hogyan tudhatod meg, hogy mennyien keresnek az általad összeírt kulcsszavakra?

Ha van Google Adwords fiókod, akkor ott tudod legegyszerűbben ellenőrizni.

Egy másik ingyenes alkalmazás az [ubersuggest](#).

A kereső kifejezéshez beírod például, hogy masszázs Budapest és az országoknál legörgetsz Magyarorszáig.



Pillanatok alatt megkapod az eredményt, hogy havonta átlagosan 3600-an keresnek a Google-ban erre a kifejezésre.

Ahhoz is találsz itt segítséget, hogy megtudd, hogy pontosan milyen kifejezésekre keresnek ezen kívül az emberek, akár különböző masszázstípusok, vagy kerületek, városrészek esetében.

Sokan nem írják be a település nevét, ahol masszőrt keresnek, de az ubersuggest ebben is a segítségedre van, mert megmutatja azt is, hogy egy adott településen hányan kerestek egy kifejezésre.

Ha beírod a masszázs szót és a nyelv/ország kiválasztásánál: Hungarian / Budapest, akkor megjelenik, hogy havonta átlagosan 6600 keresés van.

Ahhoz, hogy a potenciális vendégeid megtaláljanak az interneten, rendkívül fontos, hogy egy nyelvet beszélj velük, azokat a szavakat, kifejezéseket használd a különböző felületeken (Google Cégem, weboldal, stb.), amelyeket ők használnak.

Az összegyűjtött kulcsszavakat **két fő csoportra oszthatod az alapján, hogy a kereső személy készen áll-e arra, hogy igénybe vegye a szolgáltatásodat, vagy még csak „nézelődik”**.

Például aki svédmasszázszt keres a Keletinél, már pontosan tudja, hogy mit akar és nagy valószínűséggel rövid időn belül időpontot foglal. Ha valaki a kismama masszázs hatásaira keres rá, még csak tájékozódni szeretne, információkat gyűjt. Ez nem jelenti azt, hogy nem keresi fel a masszázsszalont, csak valószínűleg nem azonnal.

Az első csoportba sorolt kulcsszavaidra érdemes optimalizálnod a Google Cégem adatlapodat, a weboldalad főoldalát, a szolgáltatásaid oldalait, mert ezek a „gyors befutók”, ezek hozzák az azonnali vendégeket.

A második csoportba sorolt kulcsszavaidat a bejegyzésekben, a gyakori kérdések oldaladnál tudod majd felhasználni.

2. lépés: Google Cégem adatlap optimalizálása

A Google Cégem adatlap a masszőr vállalkozásod “online kirakata” a nap 24 órájában, amely megjelenik a Google térképen és Google keresőben. Segítség a meglévő vendégek számára, ha például a nyitvatartást szeretnék ellenőrizni és remek lehetőség, hogy az érdeklődők felfedezzék szolgáltatásaidat.

Miért fontos megigényelned a Google Cégem fiókodat?

Azért fontos a Google Cégem fiókodat megigényelned, mert:

- Ha te igényled meg vállalkozásod Google Cégem fiókját, nem tudja más megigényelni helyetted
- A helyes információk jelennek meg a keresőben vállalkozásodról, mint például a vállalkozás neve, címe, telefonszáma, weboldala, nyitva tartása stb.
- A célcsoportod számára releváns információkat tudsz megosztani.
- Meg tudod válaszolni a feltett kérdéseket és reagálni tudsz az ügyfelek által írt értékelésekre.
- Hitelessé válsz a potenciális vendégeid szemében, akik az interneten találnak szolgáltatásaidra.
- Könnyen megtalálják az érdeklődők és az útvonalat is meg tudják tervezni, hogy eljussanak hozzád.
- Jobb helyezést tudsz elérni a Google keresőben.

Ahhoz, hogy jó helyezést érhesd el a helyi keresések között, fontos, hogy Google Cégem profilod részletesen ki legyen töltve és az előző lépésben kiválasztott kulcsszavakra legyen optimalizálva.

Ha még nem rendelkezel Google Cégem adatlappal, a következő linken tudod elkezdni a regisztrációs folyamatot:
<https://business.google.com/u/1/create>.

A regisztrációhoz a következő adatokat kell megadnod és kérdéseket megválaszolni:

- **A vállalkozás neve**

- **Hol működik a vállalkozás** – a pontos címet szükséges megadnod olyan formában, ahogy minden online felületen szerepel, vagy szerepelni fog (pl. ha a honlapodon Attila u. 41 szerepel, itt is úgy tüntessük fel, és nem Attila utca 41)

- A következő pontban ki kell választanod a masszőr vállalkozásodnak leginkább megfelelő **kategóriát**.

Regisztrációkor egyetlen kategóriát tudsz megadni, ezt majd tudod bővíteni. Elsődleges kategóriának kiválaszthatod pl. a „Masszőr”-t.

Saját kategóriát nem lehet létrehozni, csak a Google kategória listájából lehet választani.

[Ezen az oldalon](#) a magyar nyelv és Magyarország kiválasztását követően a Google Cégem kategória lista letölthető, vagy egyszerűen kereshetsz a lehetséges Google kategóriák között.

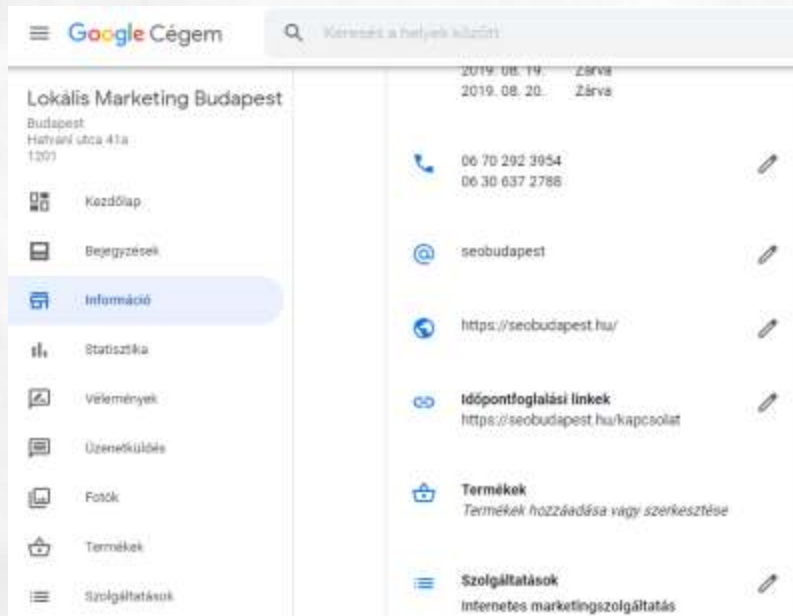
- A **telefonszámod** megadásával a mobilról kereső vendégek egy gombnyomással hívhatnak, anélkül, hogy ki kellene lépniük a keresőből.

A Google Cégem profilod tulajdonjogának ellenőrzéséhez a legtöbb esetben a Google egy levelezőlapot küld az ellenőrző kóddal. A levél megérkezésére általában 14 napot kell várni. Ha ennyi idő alatt nem érkezik meg, akkor még kétszer kérheted az igazoló kód megküldését.

Előfordulhat, hogy az ellenőrzési folyamat gyorsan lezajlik, mert lehetőséget kapsz arra, hogy masszőr vállalkozásodat telefonon vagy e-mail-ben igazold.

Google Cégem adatok szerkesztése, hozzáadása:

Az **Információ** menüpont alatt lehetőséged van a már megadott adataid módosítására, illetve a hiányzó adatok kiegészítésére.



- A regisztrációkor megadott kategória mellett lehetőséged van más, a vállalkozás tevékenységére jellemző **kategóriák** megadására.

- A **nyitvatartási idő** kitöltése nagyon fontos, hogy vendégeid mindig tudják, hogy mikor tudnak időpontot foglalni nálad.

Lehetőséged van rendkívüli nyitva tartás megjelölésére is, például ünnepnapok alkalmával, vagy ha esetleg egy olyan eseményt szervezel, amely miatt későbbig fogadsz vendégeket.

- **A cég rövid bemutatását** maximum 750 karakterben teheted meg, amelyben nem szerepelhetnek URL-címek. Érdemes masszőr vállalkozásod egyedi jellemzőit kiemelni és használnod a legfontosabb kulcsszavaidat. Nevezd meg szolgáltatásaidat és a települést. Írd le, hogy miért kedvelnek vendégeid és érdemes valamilyen cselekvésre ösztönöznöd az érdeklődőket (pl. hívj most, ha szeretnél 10% kedvezményt az első kezelés árából).

- Fotók, videók hozzáadása:

Jó minőségű, igényes fotók hozzáadásával növelheted esélyeidet, hogy még több érdeklődőt vonzz az adatlapodra.

Készíthetsz kültéri, beltéri, illetve termékfotókat. Feltölthetsz címlapképet, profilfotót, vagy képeket a nyújtott szolgáltatásokról, a csapattagokról, a munkavégzésről. Készíthetsz videót is, amelynek segítségével az érdeklődők többet megtudhatnak rólad és szolgáltatásaidról.

A feltöltött képek png, vagy jpg formátumban tölthetőek fel, méretük 10 kb és 5 MB között lehet. A felbontás nem lehet 720×720-nál kisebb. A videók időtartama maximum 30 másodperc lehet, a felbontás legalább 720p és a fájl méret nem haladhatja meg a 100 MB-t.

3. lépés: Weboldal optimalizálása

Miért van szükség saját weboldalra?

- Honlap nélkül potenciális vendégeket veszítesz

A közösségi médiában jelen lenni remek lehetőség a vállalkozás népszerűsítésére és kapcsolattartásra.

Gyakran merül fel kifogásként, hogy masszőrként nincs szükség weboldalra, ha van Facebook oldala.

Azok a személyek, akik nincsenek fent a Facebook-on, vagy nem ott szoktak termékeket, szolgáltatásokat keresni, nem fognak megtalálni, kénytelenek lesznek a versenytársaid szolgáltatásait igénybe venni. Azokét, akiket megtalálnak a keresőben.

Egyetlen kifejezésre: „masszőr Budapest”, 3600 keresés van havonta. Potenciális ügyfelek tömege, akik a honlappal rendelkező masszőröket találják meg.

- Masszőr vállalkozásod üzleti honlapja az egyik legolcsóbb marketing eszköz lehet, amelynek a segítségével a nap 24 órájában új vendégeket szerezhetsz, illetve kapcsolatot ápolhatsz a meglévő vendégkörrel.

A saját honlapod teljesen a te irányításod alatt áll, és dolgozik helyetted akkor is, amikor alszol.

Csinálhatsz ingyenes honlapot, ingyenes tárhelyen. Ne tedd. Akkor sem, ha még az elején vagy, ha kevés pénzből kell működtetned vállalkozásodat. Nem éri meg. Egy két óra alatt összedobott ingyenes weboldal mit üzen a látogatónak? Hogy nem érdekel? Akkor miért vegye igénybe a szolgáltatásaidat?

Saját weboldallal nem kell osztoznod az „albérleten”, a saját birodalmadat építheted.

- Bármilyen forrásból érkezzenek is, az érdeklődők rákeresnek a honlapodra.

Lehet, hogy családtag, vagy jó ismerős ajánlott téged, de ebben az esetben is kíváncsiak az emberek, tudni akarják, hogy kihez fordulnak, hogyan tudsz nekik segíteni. Rá fognak keresni a honlapodra, hogy több információt szerezzenek, jobban megismerjenek.

A weboldallal láthatóvá válhatsz, kitűnhetsz a tömegből, feltöltheted a referenciáidat, felkeltheted az érdeklődést szolgáltatásaid iránt. Kialakíthatsz egy szakértői képet. Megoszthatod elégedett vendégeid véleményét és ezzel is bizalmat ébreszthetsz az oldalra látogatókban.

- Hogyan tudod optimalizálni weboldaladat, hogy jó helyezést érj el a Google keresőben?

A honlapodnak a következő oldalakat érdemes tartalmaznia:

- Kezdőlap
- Szolgáltatások (minden szolgáltatás külön oldalon)
- Rólam
- Blog
- Kapcsolat
- Adatvédelmi tájékoztató

Minden oldalon legyen cselekvésre ösztönzés (pl. időpontfoglalás, telefonhívás)

A kapcsolati oldalon minden elérhetőség legyen feltüntetve és érdemes térképet is beilleszteni, valamint röviden leírni, hogy hogyan tudják megközelíteni a szalonodat különböző közlekedési eszközökkel.

A címet és telefonszámot érdemes minden oldalon jól láthatóan feltüntetned.

Készíthetsz egy külön oldalt az ügyfélvéleményeknek, de az is tökéletes, ha a főoldalon, illetve a szolgáltatások oldalon jeleníted meg ezeket.

- A főoldalt és a szolgáltatások oldalaidat optimalizáld a legfontosabb kulcsszavaidra.
- A title tag (cím címke), a legfontosabb eleme a főoldalnak, tartalmaznia kell a legfontosabb kulcsszavakat és a település nevét. A title tag hossza 50 és 65 karakter között kell legyen.
- A látható cím (H1) tartalmazza az elsődleges kategóriádat.
- A meta description-ban (meta leírás) röviden (100-150 karakterben) mutasd be a szolgáltatásaidat és fejezd be cselekvésre ösztönzéssel.
- A tartalom 800-1500 szó között legyen, de a mennyiség helyett mindig a minőségre törekedj.
- A kulcsszavaid a szövegmennyiségtől függően 2-5 alkalommal jelenjenek meg az oldalon. Használj alcímeket, hogy jobban olvasható, átlátható legyen a szöveged.
- Tegyél fel minél több (lehetőleg saját) fotót, minden esetben adj meg (lehetőleg kulcsszavakat tartalmazó) címet, írd be az „alt tag” -et és adj hozzá leírást. A Google nem „látja”, hogy mit ábrázol a fotó, az alt tag (alt címke) segítségével teszed lehetővé számára, hogy értelmezni tudja ezt, ezért fontos a kitöltése keresőoptimalizálás szempontjából.

4. lépés: Hivatkozások és említések szerzése, linképítés

Az **említések** masszőr vállalkozásod alapadatainak (név, cím, telefonszám) megjelenítésére vonatkoznak különböző webhelyeken. Említések szerzésével egyrészt a Google felé teszed világossá, hogy valóban létezik a vállalkozásod, másrészt az esélyeidet növeled, hogy több érdeklődő rád találjon, akik az adott oldalakat látogatják.

Hivatkozások esetében a masszőr vállalkozás neve, címe, telefonszáma ugyanúgy megjelenik a különböző webhelyeken, de emellett a honlapodra mutató linket is el tudsz helyezni.

Nagyon fontos, hogy mindenhol egyformán jelenjenek meg az információk, ugyanolyan formátumban, mert a Google csak így tudja beazonosítani, hogy ugyanarra a vállalkozásra vonatkoznak. Érdeklődőket is elveszíthetsz, ha nem pontosak az adatok (helytelen cím, régi telefonszám, stb.).

Érdemes vállalkozásod adatait feltüntetned a legnagyobb általános gyűjtőoldalakon (pl. Arany Oldalak, Cylex), szakma-specifikus cégkatalógusokban (pl. MasszőrBázis, Masszázs.hu) és helyi katalógusokban (ittlakunk.hu).

Ne a mennyiségre törekedj, hanem a minőségre, azaz csak olyan katalógusokba regisztrálj, amelyek megbízhatóak és amelyekről látogatókra számíthatsz.

A **linképítés** az a tevékenység, amelynek során külső oldalakról weboldalunk oldalaira mutató hivatkozásokat szerzünk. A Google keresési eredményeiben való megjelenésedet jelentősen befolyásolja, hogy mennyi és milyen külső linkek mutatnak az oldaladra.

Mivel a szolgáltatásaiddal a környékelieket szeretnéd elérni, hasznos, ha olyan oldalakról szerzel linkeket, amelyek szintén a helybélieket célozzák. Rengeteg lehetőséged van, gondolj csak a hozzád hasonló vállalkozókra, bloggerekre, alapítványokra, stb..

A honlapodra mutató külső linkekre tekints úgy, mint szavazatokra. Minél több **jó minőségű** „szavazatot” kapsz, annál hitelesebb, relevánsabb leszel a Google szemében.

5. lépés: Vállalkozói oldal létrehozása a közösségi oldalakon

- Ha rákeresel bármilyen vállalkozásra a Google keresőben, láthatod, hogy azoknak a vállalkozásoknak az esetében is, amelyek erős webes jelenléttel rendelkeznek, a közösségi média profiljaik a keresési eredményekben elől jelennek meg.

- A közösségi médiában való jelenléted lehetővé teszi masszőr vállalkozásod népszerűsítését, és kapcsolatokat alakíthatsz ki ügyfeleiddel azon a felületen, ahol a legtöbb időt töltik online.

- Ha kevés online tartalommal rendelkezel, akkor a közösségi média profiljaid létrehozásával nagymértékben befolyásolni tudod azt, hogy mi jelenjen meg rólad és masszőr vállalkozásodról az első helyeken.

- Igényeld meg a saját és vállalkozásod nevét az összes főbb közösségi média oldalon (Facebook, Instagram és LinkedIn). Ezen kívül megigényelheted és optimalizálhatod profilodat a tevékenységednek fontos más közösségi oldalakon is (például: Pinterest, YouTube).

Töltsd ki teljesen a profilodat, és feltétlenül add meg a weboldalad elérhetőségét, a fizikai címedet és töltsd fel a logódat / fényképedet.

6. lépés: Vélemények kérése, kezelése

A kutatások alapján az értékelések fontos rangsorolási tényezőként szerepelnek a keresési eredményekben. A Google több szempontból elemzi az online értékeléseket. Vizsgálja a vélemények mennyiségét, gyakoriságát, a weboldalak számát, amelyeken a vállalkozásról véleményt írtak, és a termékek/szolgáltatások kulcsszavait.

Fontos, hogy következetesen gyűjtsd a pozitív véleményeket, hogy masszőr vállalkozásod előrébb kerüljön a keresési eredmények között.

„Egy olyan termék megvásárlásának valószínűsége, amelyik legalább 5 értékeléssel rendelkezik, 270%-kal nagyobb, mint egy olyan terméké, amelyik nem rendelkezik értékelésekkel.”

Spiegel Kutatóközpont, Hogyan befolyásolják az értékesítést az online vélemények

Az értékelések, vélemények kezelésének egyértelmű előnye az is, hogy a meglévő vendégeid véleménye erőteljesen befolyásolja a szolgáltatásaid iránt érdeklődők vásárlási döntéseit. A vásárlói vélemények megosztását lehető tevő weboldalakon és a vállalkozásod honlapján közzétett online vélemények biztosítják a potenciális vendégeid számára a társadalmi bizonyítékot, amelyet keresnek, amikor megbízható szolgáltatásokat keresnek.

- A vásárlói vélemények megszerzésének legjobb módja, ha megkéred őket erre. A legmegfelelőbb időpont erre közvetlenül a szolgáltatásod igénybevételét követően. Az élmény még friss. Sokkal nyitottabbak. Ha előkészíted az utat egy egyszerű és kényelmes folyamatra, a vendégeid sokkal nagyobb valószínűséggel töltenek egy kis időt, tesznek egy kis erőfeszítést vállalkozásod értékelésére.

- Tudtad, hogy üzenetben is elküldheted a weboldalad, vagy Google Cégem profilod linkjét vendégeidnek, ahol megoszthatják véleményüket?

Ez hihetetlenül hatékony, ha telefonon küldesz időpont emlékeztetőket.

Az okostelefonok és a mobil internet használat elterjedésének köszönhetően a szöveges üzenetben található hivatkozásra kattintás egy nagyon egyszerű és gyors módja annak, hogy egy elégedett vendég megossza véleményét vállalkozásodról.

Azokat a vendégeket, akikkel telefonon egyeztetted, vagy szöveges üzeneteket kaptak tőled, nem fogja meglepni, vagy elriasztani egy értékelést kérő szöveg.

- Bárkivel előfordulhat, hogy negatív értékelést kap, ezért érdemes létrehoznod egy rendszert a negatív vélemények vagy megjegyzések megválaszolására. Mindig válaszolj a negatív véleményekre.

„A fogyasztók 45% -a állítja, hogy nagyobb valószínűséggel újra felkeresne egy vállalkozást, amelyik válaszol az általuk írt negatív véleményre.”

- ReviewTrackers, Online vélemények felmérése

Általában keveset tehetsz annak érdekében, hogy a negatív értékeléseket eltávolítsd a Google Cégem profilról, vagy más, vélemények írását lehetővé tevő oldalakról. Ennek ellenére az olvasók látni fogják együttérző válaszodat és erőfeszítéseidet a problémák helyrehozására – ami lehetővé teszi a negatív vélemény pozitívvá változtatását.

7. lépés: A teljesítmények mérése, követése

Ahhoz, hogy értékelni tudd, hogy a helyi keresőoptimalizálásba fektetett munkád, energiád mennyire sikeres, mérned kell az eredményeket.

Masszőr vállalkozóként a legfontosabb mérőszámok, amelyeket érdemes követned a **Google keresési eredmények között elért helyezéseid, a weboldalad látogatottsága és az általad megadott konverziók száma.**

Konverziónak nevezzük, amikor a honlap látogatója egy általunk célként kitűzött műveletet hajt végre. Például ha időpontot foglalt a honlapon keresztül, feliratkozott a hírlevelünkre, stb..

- Azt, hogy a Google keresési eredményei között milyen helyezést értél el az ingyenes **Google Search Console** segítségével tudod nyomon követni.

- A honlap látogatóiról számos információt nyújt a szintén ingyenes **Google Analytics** (pl. látogatások száma, visszatérő látogatók száma, visszafordulási arány, milyen oldalakat látogatnak leggyakrabban, milyen eszközről-számítógépről vagy mobilról keresik fel, milyen településről, stb.)

A Google Analytics lehetővé teszi a konverziók nyomon követését is, segítségével megtudhatod, hogy melyik szolgáltatásaid hozzák a legtöbb konverziót.

Most rajtad a sor

A lokális keresőoptimalizálás segítségével a masszőr vállalkozásod számára legfontosabb emberekkel kerülhetsz kapcsolatba, azokkal a helyi potenciális vendégekkel, akik az általad nyújtott szolgáltatásokat keresik.

Azért, hogy jó pozícióba kerülj a helyi keresési eredményekben, a fenti 7 lépést kell követned:

1. Kulcsszó kutatás
2. Google Cégem adatlap optimalizálása
3. Weboldal optimalizálása
4. Említések, hivatkozások szerzése, linképítés
5. Közösségi média oldalak létrehozása
6. Vélemények kérése, kezelése
7. A teljesítmények mérése, követése

Kezdd el lépésről-lépésre alkalmazni a tanultakat és növekedj. Tanulj tovább, próbáld ki új dolgokat és szárnyalni fog a masszőr vállalkozásod.

Ha szeretnél több környékbeli vendéget a Google keresőből, de a helyi keresőoptimalizálás túl bonyolultnak tűnik, vagy egyszerűen csak nem fér bele az idődbe, vedd fel velem a [kapcsolatot](#), szívesen segítek.



Boncata Csilla online marketing tanácsadó

Küldetésem a helyi kisvállalkozások fejlődésének elősegítése. Célom, hogy segítséget nyújtsak online marketing stratégiájuk megtervezésében, kivitelezésében és optimalizálásában. A következő szolgáltatásokat nyújtom ügyfeleimnek:

Weboldal készítés:

Ügyfeleim elképzeléseinek és üzleti céljainak megfelelő Wordpress weboldalakat készítek. [Kattints ide bővebb információért szolgáltatásomról.](#)

Helyi keresőoptimalizálás:

Segítek ügyfeleimnek online jelenlétük növelésében on-site, off-site és reputáció marketing technikák igénybevételével. Támogatásra van szükséged a marketing terén? [Kattints és kérj időpontot ingyenes konzulációra .](#)

