

Checklista: 25 punktów widoczności gabinetu w Google

Sprawdź w 15 minut, czy pacjent znajdzie Twój gabinet, zaufa mu i się zapisze.

Jak korzystać z checklisty

Przejdź po punktach z telefonem w rękę. Zaznacz to, co jest zrobione, i policz wynik.

Jak liczyć wynik

Za każdy zaznaczony punkt dostajesz 1 punkt. Maksymalnie 25. Wynik pokazuje, na którym etapie jest gabinet, ale nie zastępuje oceny konkurencji w Twoim mieście.

21- **Dobrze.** Podstawy są zrobione. Skup się na opiniach i na pomiarze zapytań.
25

13- **Są luki.** Zaczynij od wizytówki Google, bo daje najszybszy efekt.
20

0- **Dużo do zrobienia.** Zaczynij od wizytówki i jednej strony z usługami, resztę dodawaj etapami.
12

To ogólna lista kontrolna. Wymogi dotyczące informowania o działalności leczniczej są ograniczone przepisami, więc treści na stronie i w wizytówce sprawdź pod tym kątem.

Chcesz, żebyśmy sprawdzili to za Ciebie?

Zamów darmowy audyt gabinetu na www.bellemedia.pl/darmowy-audit/. Sprawdzimy wizytówkę Google, stronę i opinie oraz wskażemy jeden pierwszy ruch.

Wizytówka Google

Zaznacz punkty, które są już zrobione.

- ☐ Nazwa, adres i telefon są takie same jak na stronie i w katalogach.
- ☐ Wybrana jest właściwa kategoria główna (np. dentysta, lekarz, salon kosmetyczny) oraz kategorie dodatkowe.
- ☐ Godziny otwarcia są aktualne, także na święta.
- ☐ Dodana jest lista usług lub zabiegów z krótkim opisem.
- ☐ Opis gabinetu jest uzupełniony i mówi, kogo przyjmujecie.
- ☐ Są aktualne zdjęcia wejścia, wnętrza i zespołu (min. kilkanaście).
- ☐ Widoczny jest link do strony i do rezerwacji.
- ☐ Dodajecie aktualności lub zdjęcia co najmniej raz w miesiącu.
- ☐ Numer telefonu odbiera ktoś w godzinach pracy.
- ☐ Wiesz, ile połączeń i wskazówek dojazdu generuje wizytówka co miesiąc.

Strona internetowa

Zaznacz punkty, które są już zrobione.

- ☐ Strona otwiera się szybko na telefonie i jest czytelna bez powiększania.
- ☐ Na stronie głównej od razu widać, czym jest gabinet i w jakim mieście działa.
- ☐ Każdy kluczowy zabieg lub usługa ma osobną podstronę.
- ☐ Podstrony mają opis, przebieg, najczęstsze pytania i informację o cenie lub widelkach.
- ☐ Przycisk zapisu lub telefon są widoczne bez przewijania.
- ☐ Formularz ma maksymalnie trzy pola.
- ☐ Jest strona zespołu ze zdjęciami i kwalifikacjami (w zakresie dozwolonym przepisami).
- ☐ Jest polityka prywatności i informacja o plikach cookies.

Opinie

Zaznacz punkty, które są już zrobione.

- ☐ Ocena gabinetu w Google jest nie niższa niż u konkurencji w okolicy.
- ☐ Na nowe opinie odpowiadacie w ciągu kilku dni.
- ☐ Proście o opinię po wizycie w stały, prosty sposób (kod QR, wiadomość).
- ☐ Odpowiedzi na negatywne opinie nie ujawniają danych ani szczegółów leczenia.

Reakcja na zapytanie

Zaznacz punkty, które są już zrobione.

- ☐ Zapytania z formularza i nieodebrane połączenia są sprawdzane kilka razy dziennie.
- ☐ Oddzwaniacie na zapytanie w ciągu kilkunastu minut w godzinach pracy.
- ☐ Wiesz, ilu pacjentów umówiło się po zapytaniu i skąd przyszło.

Twój wynik i pierwszy krok

Wynik: _____ / 25

Z czego zacząć

Wybierz jeden obszar, w którym zaznaczyłeś najmniej punktów, i zrób tam trzy rzeczy z listy w ciągu tygodnia. Po miesiącu wróć do checklisty i policz wynik jeszcze raz.

Notatki

Chcesz, żebyśmy sprawdzili to za Ciebie?

Zamów darmowy audyt gabinetu na www.bellemedia.pl/darmowy-audit/. Sprawdzimy wizytówkę Google, stronę i opinie oraz wskażemy jeden pierwszy ruch.