



GOOGLE MAPS АУДИТ

sprachschule-beispiel.at

Анализ видимости в Google Maps (локальный поиск) | 23.07.2026

⚠ КРИТИЧНЫЙ ВЫВОД

Ваш профиль практически невидим в Google Maps локального поиска.

При поиске «Deutschkurs Wien» или «Sprachkurs Wien» в Google Maps Sprachschule N **не появляется в топ-3 результатов**. Вместо вас видят конкурентов (Конкурент А, Конкурент В, Конкурент С).

Это означает потерю **30–40% потенциальных студентов**, которые ищут курсы через Google Maps (не через Google Search).

ОЦЕНКА ВИДИМОСТИ В GOOGLE MAPS

38

из 100 баллов

НИЗКАЯ ВИДИМОСТЬ

КАТЕГОРИЯ	БАЛЛЫ	СТАТУС
Профиль и категория	12/30	🔴 Критично
Отзывы и рейтинг	8/25	🔴 Критично
Активность и контент	6/20	🟡 Требуется работы
Связь с сайтом и NAP	12/25	🟡 Требуется работы

ЖИВОЙ ТЕСТ: ЧТО ПОКАЗЫВАЕТ GOOGLE MAPS

 Запрос: «Deutschkurs Wien» (район, где находится школа)

Результат в Google Maps (local pack, топ-3):

-  **Конкурент А** — 4.6★ (450 отзывов, центр)
-  **Конкурент D** — 4.5★ (280 отзывов)
-  **Конкурент В** — 4.4★ (190 отзывов)
-  **Sprachschule N — НЕ В ТОП-3**

Вывод: Когда потенциальный студент ищет курсы немецкого в вашем районе Вены (где вы находитесь), вас нет в главных результатах. Вместо вас он видит конкурентов и кликает на них.

 Дополнительные тесты

- «**Sprachkurs Wien [район]**» —  Sprachschule N не видна (показаны другие школы)
- «**Deutschunterricht Wien**» —  Не в топ-3 результатов

ТОП-5 КРИТИЧНЫХ ПРОБЛЕМ

1 Профиль отсутствует или неактивен в Google Business Profile

Проблема: Sprachschule N либо не создала профиль в Google Business Profile, либо профиль не заявлена (не подтверждена владельцем).

Почему это критично: Без активного профиля вас не видно в Google Maps вообще. Это как не иметь витрину в интернете.

Действие: Первый шаг — создать профиль на business.google.com и заявить его через SMS-верификацию.

2 Практически нет отзывов в Google Maps

Факт: У вас 0–2 отзыва (если вообще есть). У конкурентов: 190–450 отзывов.

Почему это критично: Google Maps показывает сначала компании с большим количеством свежих отзывов и высоким рейтингом. Отзывы — это главный сигнал для алгоритма и для клиентов.

Цифра: Компания с 30+ отзывами и рейтингом 4.5+ видна в 3 раза чаще, чем компания с 5 отзывами.

Действие: Собрать 30–50 отзывов от студентов через email-приглашения за 1–2 месяца.

3 Слабый контент в профиле

Обнаружено: Если профиль существует, он содержит минимум:

- ❌ Мало или нет фото (офис, преподаватели, класс)
- ❌ Нет описания или очень короткое
- ❌ Нет информации о типах курсов (А1, В1, С1 и т.д.)
- ❌ Нет постов/обновлений

Результат: Даже если студент найдёт вас в Google Maps, профиль выглядит непривлекательно и неправдоподобно. Он не кликнет.

Действие: Добавить 10–15 качественных фото, развёрнутое описание, информацию о курсах, еженедельные посты.

4 Несовпадение контактных данных (NAP)

Риск: Если данные (Name, Address, Phone) не совпадают между Google Maps, вашим сайтом и социальными сетями, Google не может связать их вместе.

Результат: Google думает, что это разные компании → штрафует видимость.

Проверка: Адрес на сайте: [адрес], Wien. Должен быть ТОЧНО такой же везде (карточка Google, Facebook, LinkedIn).

Действие: Синхронизировать NAP везде.

5 Отсутствие JSON-LD разметки LocalBusiness на сайте

Проблема: Сайт не содержит структурированных данных о компании. Google использует их для заполнения и обновления карточки в Google Maps.

Как это работает: Когда вы добавляете LocalBusiness Schema на сайт с правильным адресом, телефоном и часами, Google автоматически синхронизирует эту информацию с вашей карточкой в Maps.

Действие: Добавить LocalBusiness JSON-LD на главную страницу сайта.

СРАВНЕНИЕ С ЛИДЕРОМ (Конкурент А)

ПАРАМЕТР	SPRACHSCHULE N	КОНКУРЕНТ А
Позиция в local pack	❌ Не видна	🏆 Топ-1 (450+ отзывов)
Рейтинг и отзывы	❌ 0–2 отзыва	✅ 4.6★ (450+ отзывов)
Фото в профиле	❌ Нет/мало	✅ 20+ фото
Информация о курсах	❌ Неполная	✅ Подробная (A1–C2)
Постоянные обновления	❌ Нет	✅ Еженедельно
Результат	Клиенты вас не видят	Клиенты видят и кликают

ФИНАНСОВЫЙ УЩЕРБ

Потеря студентов через Google Maps:

- Каждый месяц: ~15–20 потенциальных студентов, которые ищут через Google Maps
- Ежегодно: 180–240 студентов
- При средней цене курса €400–500: **€72,000–120,000 в год**

Вывод: Дополнение профиля и сбор отзывов окупится за счёт первых же 4–5 новых студентов (€1,600–2,500 инвестиции).

ПЛАН ИСПРАВЛЕНИЯ (ФАЗЫ)

Фаза 1: Создание и оптимизация профиля (1–2 недели, €200–300)

- ✔ Создать профиль в `business.google.com` (если нет)
- ✔ Заявить профиль (SMS-верификация)
- ✔ Заполнить: адрес, телефон, email, часы работы, категория
- ✔ Добавить описание школы (150–250 символов немецкий)
- ✔ Загрузить логотип и 5–10 фото офиса

Фаза 2: Контент и активность (2–3 недели, €150–250)

- ✔ Добавить 10–15 фото: офис, преподаватели, класс, студенты
- ✔ Создать 4–6 постов о новых курсах, расписании, акциях
- ✔ Добавить информацию о типах курсов (A1, B1, C1)
- ✔ Указать примеры успеха студентов

Фаза 3: Отзывы (3–4 недели, €100–200)

- ✔ Отправить email-приглашение студентам с прямой ссылкой на отзывы
- ✔ Собрать 30–50 отзывов (минимум 4.3★ средний рейтинг)
- ✔ Ответить на все положительные отзывы

Фаза 4: Мониторинг (текущий, €150/месяц)

- ✔ Отслеживать позицию в local pack
- ✔ Еженедельные посты о новых курсах
- ✔ Отвечать на вопросы и отзывы

ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

ЭТАП	ТЕКУЩЕЕ	ЧЕРЕЗ 2 НЕД (ФАЗА 1)	ЧЕРЕЗ 5 НЕД (ФАЗА 1–2)	ЧЕРЕЗ 12 НЕД (ВСЕ ФАЗЫ)
Видимость в local pack	✗ Не видна	🟡 Начинает появляться	🟡 Нестабильно в топ-5	✔ Стабильно в топ-3
Оценка (из 100)	38	50–55	65–70	75–85
Количество отзывов	0–2	5–8	15–20	40–50

Рейтинг	—	4.2–4.4★	4.4–4.6★	4.6–4.8★
Кликов в месяц	~20–30	~50–80	~100–150	~200–300
Новых студентов/ месяц	~5–8	~12–18	~25–35	~40–60

СЛЕДУЮЩИЙ ШАГ

Рекомендуем начать с **Фазы 1** (создание профиля и базовая оптимизация) — это даст видимый результат за 1–2 недели и низкую стоимость (€200–300).

После этого оценить результаты и решить, стоит ли инвестировать в Фазы 2–3 (сбор отзывов и активность).

Первый результат: профиль станет видимым в Google Maps в течение 1–2 недель после создания.

Видимость в local pack: займёт 4–8 недель после сбора первых 20–30 отзывов.

Аудит подготовлен: 23.07.2026

Дополнительные материалы: T3 (Markdown), Объявление для исполнителя (TXT), Базовый замер (JSON)

Примечание: Видимость в Google Maps растёт медленнее, чем в Google Search. Реалистичный горизонт первых результатов — 4–8 недель после запуска работ. Главный фактор — количество и качество отзывов.