

Google Business profiil — kohalik nähtavus Google'is

Tasuta tööriist, mis paneb su ettevõtte Google'i kaardile. Käesolev käsiraamat on koostatud 2026. aasta reaalsuse põhjal — kõik vananenud nipid on asendatud tänase tegelikkusega.

- 1 Mis on Google Business profiil ja miks see loeb
- 2 Profiili loomine ja kinnitamine — videokinnituse juhend
- 3 Ettevõtte andmed — mis peab kindlasti täidetud olema
- 4 Kategooriad — kõige tähtsam väli
- 5 Fotod — miks aktiivsus on uus rankimistegur
- 6 Arvustused — värskus loeb rohkem kui kogus
- 7 Google Posts — aktiivne profiil rankib kõrgemale
- 8 Levinud vead ja müüdid

Mis on Google Business profiil

ja kuidas seda kinnitada

Google Business profiil on tasuta leht, mille Google kuvab otsingutulemustes ja kaardil, kui keegi otsib su lähedal asuvat teenust. Kui profiil on kinnitamata või täitmata, jääd kohalikus otsingus nähtamatuks — olenemata sellest, kui hea su koduleht on.

KUIDAS PROFIIL LUUA — KOLM SAMMU

Samm 1 — mine business.google.com

Sisselogimine Google'i kontoga. Otsi oma ettevõtte nime — võib-olla on profiil juba olemas. Kui on, saad selle üle võtta.

Samm 2 — täida andmed ja vali kategooria

Ettevõtte nimi, aadress või teeninduspiirkond, telefoninumber, veebisait ja peakategooria. Kategooriate valimine toimub eesti keeles.

Samm 3 — kinnita profiil

Google määrab kinnitamisemeetodi automaatselt. 2026. aastal on peamine meetod videokinnitus nutitelefoni.

VIDEOKINNITUS — KUIDAS SEE KÄIB

Video on praegu kõige levinum kinnitusviis. Seda ei saa ette salvestada — video tuleb salvestada otse GBP kinnitamise voos nutitelefoni. Video peab olema üks järjepidev võte, redigeerimata, vähemalt 30 sekundit.

Mida näidata — kauplusel

1. Alusta väljast: tänavasildi ja hoone numbri juurest
2. Näita ettevõtte silti (peab klappima nimega profiilis)
3. Mine sisse, näita tööruumi
4. Näita ligipääsu (nt avad ukse võtmega)

Mida näidata — külastab kliente

Kauplus puudub? Näita:

1. Firmamärgistusega sõidukit
2. Firmamärgistusega tööriistasid või rõivastust
3. Tööpiirkonna kaarti
4. Firmadokumenti või litsentsi

KIIRKINNITAMINE ILMA VIDEOOTA — KUI ON SEARCH CONSOLE

Kui su veebisait on Google Search Console'is kinnitatud ja GBP-d haldad sama Google'i kontoga — võib kinnitamine toimuda automaatselt kohe. Seadista Search Console enne GBP loomist.

Ettevõtte andmed — mis peab kindlasti täidetud olema

Täielikult täidetud profiil saab Google'ilt seitsekordselt rohkem klikke kui pooleli jäetud profiil. Google eelistab profile, mis annavad kliendile kohe kõik vajaliku — aadressi, lahtiolekuajad, telefoninumbri ja veebisaidi.

KOHUSTUSLIKUD VÄLJAD

<p>1 Ettevõtte nimi</p> <p>Kasuta täpset ärinime. Ära lisa märksõnu, linna nime ega reklaami. Google karistab selle eest — profiil peatatakse.</p>	<p>2 Aadress või teeninduspiirkond</p> <p>Kliendid tulevad su juurde → lisa täpne aadress. Käid klientide juurde → märgi teeninduspiirkond. Mõlemat saab kasutada korraga.</p>
<p>3 Telefoninumber ja veebisait</p> <p>Telefon peab toimima — klient helistab otse profiilist. Veebisait on Google'ile ka signaali allikas profiili „topeltkontrolliks“.</p>	<p>4 Lahtiolekuajad — AJAKOHASED</p> <p>Vananenud lahtiolekuage on halvade arvustuste kõige levinum põhjus. Uuenda enne kõiki riiklikke pühi.</p>
<p>5 Kirjeldus (kuni 750 märki)</p> <p>Kirjelda, mida teed, kellele ja mis sind eristab. Kasuta loomulikult märksõnu lausetes — mitte loendina. Google kasutab kirjeldust AI vastuste koostamisel.</p>	<p>6 Teenused ja tooted</p> <p>Lisa kõik pakutavad teenused kirjeldustega. Iga teenus on eraldi otsinguvõimalus — see laiendab otsinguid, millest profiil näidatakse.</p>

NAP-KONSISTENTSUS — NIMI, AADRESS, TELEFON

Ettevõtte nimi, aadress ja telefon peavad olema **täpselt sama** kõikjal — GBP-s, kodulehel ja teistel platvormidel. Isegi väike erinevus (lühend vs täissõna, „tn“ vs „tänav“) segab Google'it ja mõjutab rankimist.

KÕIGE LEVINUM VIGA — LAHTIOLEKUAJAD

Klient sõidab kohale, uks on kinni. See on üks sagedamaid põhjuseid, miks ettevõtte saab halbu arvustusi. Pane telefoni kalenderisse kordav meeldetuletus enne kõiki riiklikke pühi — „uuenda lahtiolekuajad“.

Kategooriad — kõige tähtsam väli

2026. aasta kohaliku otsingu rankimise uuringud kinnitavad: peakategooria on kõige mõjukam üksik tegur kohalikus otsingus. See määrab, millistest otsingutes su profiil üldse näidatakse.

Peakategooria — ainult üks

Vali see, mis kirjeldab täpselt sinu põhiteenust. Google pakub kategooriaid eesti keeles — hakka kirjutama ja vali sobiv loendist. Täpne on alati parem kui üldine.

Lisakategooriad — kuni 9

Lisa ainult teenused, mida päriselt pakud. Ära täida kõiki üheksas kohta läbimõtetmata — asjakohased lisakategooriad loovad uusi otsinguvõimalusi.

NÄITED — TÄPNE VS ÜLDINE

× LIIGA ÜLDINE

Raamatupidamisfirma valib kategooria „Äriteenuste firma“

Google ei näita seda profiili, kui keegi otsib „raamatupidaja Tallinn“.

✓ TÄPNE

Sama firma valib „Raamatupidaja“ ja lisakategooriaks „Maksudeklaratsioonide koostaja“

Google seob selle profiili otse raamatupidamise otsingutega.

KUIDAS LEIDA PARIM KATEGOORIA — KOLM SAMMU

- Otsi inkognito aknas** oma teenust oma linnas — nt „juuksur Tartu“. Vaata, mis kategoorias on kõige nähtavamates tulemustes olevad ettevõtted.
- Vaata konkurentide profiile** — kliki nende nimel otsingutulemustes ja vaata nende kategooriat. Kasuta sama, kui see kirjeldab sinugi tegevust.
- Kontrolli kahe nädala pärast** — GBP statistikas on näha, mitu korda profiil otsingutes ilmus. Kui arv kasvas, toimus kategooria valik õigesti.

MÜÜDIMURDJA

Kategooriaid saab valida eesti keeles — inglise keelt ei ole vaja. Google'i GBP on täielikult eesti keeles saadaval juba aastaid.

Fotod ja arvustused — aktiivsus ja värskus on uued reeglid

2026. aastal ei piisa enam sellest, et fotod ja arvustused on olemas. Google hindab **värskust** ja **pidevust** — vanad fotod ja seiskunud arvustused mõjutavad rankimist negatiivselt isegi siis, kui neid on palju.

FOTOD — MIDA LISADA JA KUI TIHTI

1 Logo ja kaanefoto

Logo ilmub kõikjal, kus profiil näidatakse. Kaanefoto on peamine visuaal — meeskond, töökoht või teenus. Ära kasuta stockfotot.

2 Tegevusfotod

Töö käigus tehtud fotod, meeskond, enne-pärast. Minimaalselt 5–10 fotot. Google'i AI „loeb“ fotode sisu ja seob su profiili vastavate otsingutega.

3 Lisa uusi regulaarselt

Lisa vähemalt kaks uut fotot kuus. Profiil, millel on 80 fotot viimase aasta jooksul lisatud, näitab paremaid tulemusi kui profiil, millel on 200 vana fotot.

ARVUSTUSED — KOLM REEGLIT 2026

- ✓ **Värskus loeb rohkem kui koguarv** — ettevõtte, kellel on 80 arvustust pidevalt lisandumas, jätab rankimises maha ettevõtte, kellel on 200 arvustust, kuid mitte ühtegi viimase poole aasta jooksul
- ✓ **Vasta kõigile arvustustele** — nii positiivsetele kui ka negatiivsetele. Vastamine on rankimissignaal ja näitab teistele klientidele, et sa hoolid
- ✗ **Täiuslik 5,0 hinne on kahtlane** — Google AI filtreerib ebalooslikult täiuslikke profile. 4,5–4,8 koos reaalsete arvustustega on usaldusväärsem

ARVUSTUSTE KÜSIMINE — KAKS LIHTSAT VIISI

✓ Otseling

GBP armatuurlaud → Küsi arvustusi → kopeeri link → saada see sõnumina või e-postiga rahulolevatele klientidele kohe pärast teenuse lõppu.

QR-kood

Sama link → qr-code-generator.com → prindi välja → pane lauale, ukse peale või kviitungile. Klient skaneerib ja jätab arvustuse kohe kohapeal.

NEGATIIVNE ARVUSTUS — KUIDAS VASTATA

Ära vaidle. Täna tagasiside eest. Vabanda ebamugavuse pärast. Paku lahendust. „Võtame teiega ühendust, et see korda ajada.“ Teised kliendid näevad, et lahendad probleeme — see suurendab usaldust.

Google Posts — passiivne profiil kaotab nähtavust

2026. aastal näitavad kohaliku otsingu uuringud selgelt: profiilid, mida ei uuendata rohkem kui 30 päeva, registreerivad nähtavuse langust. Google Posts on lihtsaim viis hoida profiili aktiivseina.

KOLM POSTITUSE TÜÜPI

1 Värskendus

Ettevõtte uudised, hooajalised muutused, meeskonna täiendused. Näidatakse profiilil seitse päeva.

2 Pakkumine

Sooduspakkumine kindla kehtivusajaga. Kuvatakse eraldi „Limited Time Offer“ kaardina — näidatakse tänu eraldi ikoonile tõhusamalt.

3 Sündmus

Avatööpäev, koolitus, mess või kampaania kindla kuupäevaga. Algus- ja lõppkuupäeva väli on kohustuslik.

KUIDAS POSTITADA — SAMM-SAMMULT

1. Ava business.google.com või Google Mapsi rakendus telefonis

Mobilirakendusest on kõige lihtsam — profiil → Lisa postitus. Postitusi saab nüüd ka ette ajastada.

2. Vali postituse tüüp, kirjuta tekst ja lisa foto

150–300 märki on ideaalne pikkus. Postitus fotoga saab märgatavalt rohkem klikke. Lisa nupp (nt „Broneeri“, „Helista“ või „Loe rohkem“).

3. Avalda või ajasta

Postita vähemalt kord nädalas. Seadista telefoni kalenderisse iganädaline meeldetuletus „posti GBP-sse“.

✓ Head postituse teemad

Uus teenus või toode • Nõuanne klientidele • Enne-pärast tulemused • Lahtiolekuaja muutus • Kohalik sündmus • Kliendi eduloo lühiülevaade

Tähtis — AI ja postid

Google Gemini genereerib AI-vastused klientide küsimustele kasutades su postitusi, arvustusi ja kirjeldust allikana. Korrektsed ja värskendatud andmed tagavad õiged AI-vastused.

TEE ESIMENE POSTITUS TÄNA

Ava GBP → Lisa postitus → kirjuta üks lause, mida su ettevõtte praegu pakub → lisa foto telefoni kaamerast → avalda. Võtab kolm minutit.

Levinud vead ja müüdid — mida 2026. aastal tegelikult kehtib

Internetti on kogunenud palju vananenud nõuandeid GBP kohta. Siin on kõige olulisemad müüdid, mis tänapäeval enam ei kehti, ja vead, mis viivad kõige sagedamini profiili nähtavuse kaotuseni.

MÜÜDID — VANA VS TÄNANE TEGELIKKUS

VANA „Kategooria peab inglise keeles olema” — **Vale**. Google Business on täielikult eestikeelne, kategooriaid valitakse otse eesti keeles.

VANA „Postkaarti kaudu kinnitamine on standard” — **Kadunud**. 2025. aastast on videokinnitus peamine meetod.

VANA „200 vana arvustust on parem kui 80 uut” — **Vale**. Värskus on tänapäeval tähtsam kui koguarv.

VANA „Q&A sektsiooni optimeerimine aitab SEO-d” — **Kadunud**. Q&A eemaldati 2025. aasta lõpus, asendas Gemini AI.

VANA „Täiuslik 5,0 hinne on eesmärk” — **Vale**. Täiuslik hinne ilma ühegi negatiivse arvustusega tõstatab AI-filtrites kahtluse.

UUED „Aktiivne profiil rankib kõrgemale” — **Kehtib**. 30+ päeva ilma uuendusteta mõjutab nähtavust. Lisa fotosid, postita, vasta arvustustele.

KOLM KÕIGE TÄHTSAMAT RANKIMISTEGURIT

#1 — Peakategooria

Kõige mõjukam üksik tegur. Määrab, millistest otsingutes profiil üldse näidatakse. Vale kategooria = nähtamatu otsing.

#2 — Arvustuste värskus

Pidev arvustuste lisandumine on tänapäeval koguarvust tähtsam. Loo süsteem, mis tagab pidevad uued arvustused.

#3 — Profiili täielikkus ja aktiivsus

Kõik väljad täidetud + regulaarsed fotod + postitused + vastused arvustustele. Google hindab elavat, mitte seiskunud profiili.

STATISTIKA — MIDA KORD KUUS KONTROLLIDA

GBP → Tulemuslähivus → vaata 28 päeva andmeid. Küsi: kas kõnede ja veebisaidi klikkide arv kasvab? Kas profiil ilmub rohkem otsingutes kui eelmisel kuul? Kui ei, uuenda fotosid ja postita.

KaaroVeeb

KaaroVeeb

kaaroveeb.ee

Vajad abi Google Business profiili seadistamisel?

Esimene kõne on tasuta ja kohustuseta. Vaatame koos üle, kas su ettevõtte on Google'i kaardil korralikult esindatud.

kaaroveeb.ee

(+372) 5615 6313

Broneeri tasuta kõne →