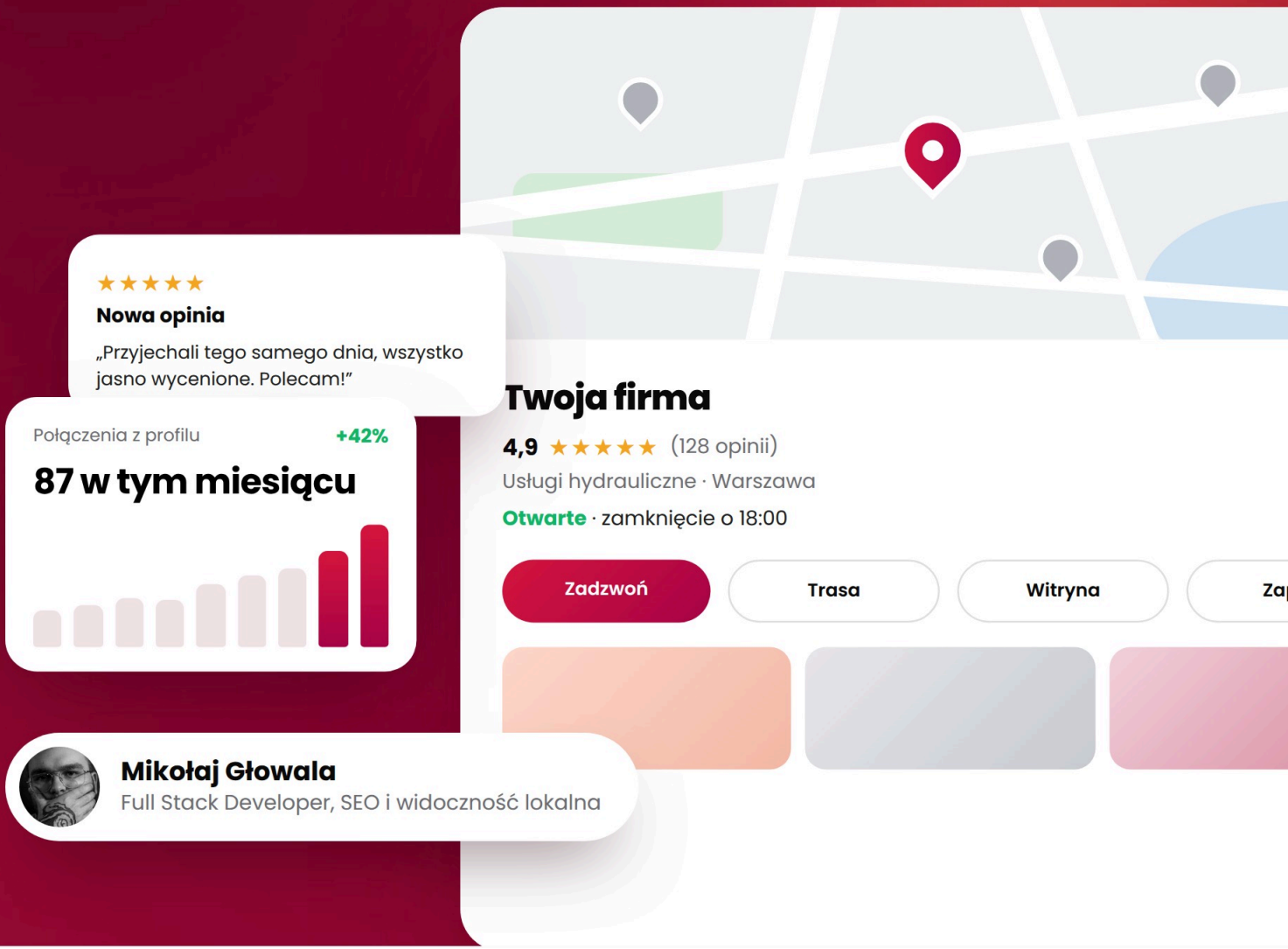
Ebook - przewodnik 2026

Zdobądź klientów z Map Google dzięki Profilowi Firmy

Zakładanie, weryfikacja, opinie i pozycjonowanie wizytówki (dawniej Google Moja Firma) według zasad z 2026 roku.



Mikołaj Głowala
Full Stack Developer, SEO i widoczność lokalna

Wszelkie prawa zastrzeżone.

Kopiowanie, powielanie, publiczne odtwarzanie lub rozpowszechnianie niniejszej publikacji - w całości lub w części - w jakiejkolwiek formie bez pisemnej zgody autora jest zabronione i stanowi naruszenie praw autorskich.

Autor dołożył wszelkich starań, aby zawarte w publikacji treści były rzetelne i aktualne w momencie opracowania. Nie ponosi jednak odpowiedzialności za sposób ich wykorzystania ani za jakiekolwiek szkody powstałe w wyniku ich zastosowania.

Stan na październik 2026 r. Opisy funkcji, wytycznych i procesów odpowiadają informacjom z Centrum pomocy Profilu Firmy w Google z tego okresu. Google regularnie zmienia wygląd panelu i udostępnia funkcje stopniowo, dlatego niektóre opcje mogą wyglądać inaczej lub nie być jeszcze dostępne na Twoim koncie.

Google, Mapy Google, Profil Firmy w Google, Gemini i Google Analytics są znakami towarowymi Google LLC. Ebook nie jest materiałem oficjalnym Google ani nie jest przez Google autoryzowany.

Mikołaj Głowala
mikolajglowala.pl | kontakt@mikolajglowala.pl
Warszawa, 2026

Spis treści

01 **Profil Firmy w Google w 2026 roku**
Czym jest wizytówka, co zmieniło się w ostatnich latach, kto może ją mieć

02 **Zanim założysz profil**
Nazwa, adres lub obszar, kategoria, frazy wpisywane przez klientów, konto i spójne dane

03 **Zakładanie profilu krok po kroku**
Nowy profil, przejęcie wizytówki, duplikaty, wiele lokalizacji, agencje, profil marki

04 **Weryfikacja**
Metody weryfikacji, nagranie wideo, czas oczekiwania, ponowna weryfikacja

05 **Uzupełnianie profilu**
Kategorie, opis, godziny, usługi, atrybuty, linki, czat, wskazówki dla branż

06 **Zdjęcia i filmy**
Co fotografować, jak często dodawać, zdjęcia od klientów

07 **Wpisy w profilu**
Aktualności, oferty i wydarzenia - jak pisać i jak często

08 **Opinie**
Zdobywanie opinii zgodnie z zasadami, gotowe odpowiedzi, fałszywe opinie i wymuszenia

09 **Pozycjonowanie w Mapach**
Trafność, odległość, rozpoznawalność, pomiar pozycji, plan na 90 dni

10 **Strona internetowa i profil**
Spójne dane, strona lokalna, dane strukturalne, reklamy lokalne, katalogi i inne mapy

11 **AI w wyszukiwaniu lokalnym**
Ask Maps zamiast pytań i odpowiedzi, AI Overviews, połączenia od Google, Gemini

12 **Statystyki, bezpieczeństwo i problemy**
Skuteczność, Google Analytics, zawieszenia, oszuści, najczęstsze problemy, zmiany w firmie

13 **Plan działania**
Pierwsze 7 dni, rutyna, audyt profilu w 30 punktach, słowniczek pojęć



Zanim zaczniemy

Kilka słów ode mnie

Nazywam się Mikołaj Głowala. Jestem Full Stack Developerem i projektantem stron, absolwentem Polsko-Japońskiej Akademii Technik Komputerowych w Warszawie.

Na co dzień projektuję i koduję strony oraz sklepy internetowe, zajmuję się pozycjonowaniem i widocznością lokalną firm. Profil Firmy w Google to element, od którego zaczynam niemal każdą współpracę z firmą działającą lokalnie.

Zajmuję się też pozycjonowaniem, optymalizacją prędkości, zabezpieczaniem stron i opieką techniczną po wdrożeniu. Dzięki temu widzę sklep z każdej strony: od kodu, przez wygląd, po to, co dzieje się z nim rok po starcie.

Ten ebook to zapis tego, co sprawdzam i ustawiam przy każdym profilu: od weryfikacji, przez opinie, po pozycjonowanie w Mapach. Bez obietnic „pierwszego miejsca w tydzień" - za to z zasadami, które działają w 2026 roku.

Masz pytanie po lekturze?

mikolajglowala.pl
kontakt@mikolajglowala.pl
572 952 790 | działam w całej Polsce

Rozdział 1

Profil Firmy w Google w 2026 roku

Wizytówka w Google to często pierwsze, a czasem jedyne miejsce, w którym klient styka się z Twoją firmą przed telefonem lub wizytą. W ostatnich latach zmieniła się bardziej niż przez poprzednią dekadę - ten rozdział porządkuje, jak działa dziś.

1.1 Czym jest Profil Firmy i gdzie się wyświetla

1.2 Co zmieniło się w latach 2024-2026

1.3 Kto może mieć profil, a kto nie

1.4 Najczęstsze mity o wizytówce Google

01

1.1

Czym jest Profil Firmy i gdzie się wyświetla

Profil Firmy w Google to darmowa wizytówka Twojej firmy w wyszukiwarce i Mapach Google. Pokazuje nazwę, adres lub obszar działania, godziny otwarcia, telefon, zdjęcia, opinie i przyciski do kontaktu.

Wielu właścicieli wciąż mówi o niej „Google Moja Firma". To dawna nazwa usługi - od kilku lat oficjalnie funkcjonuje jako **Profil Firmy w Google**, a zarządza się nią na stronie business.google.com albo bezpośrednio z wyszukiwarki i Map. Wpisanie w Google hasła „moja firma" po zalogowaniu nadal otwiera panel zarządzania Twoim profilem.

Trzy miejsca, w których klient widzi Twój profil

Wyniki lokalne w wyszukiwarce	Blok z mapą i kilkoma firmami nad zwykłymi wynikami, gdy ktoś wpisze np. „hydraulik Warszawa" albo „fryzjer w pobliżu". To najbardziej wartościowe miejsce - trafiają tu osoby gotowe do kontaktu.
Mapy Google	Lista firm i pinezki na mapie. Klient porównuje oceny, zdjęcia i odległość, a potem dzwoni lub wyznacza trasę - często bez wchodzenia na Twoją stronę.
Panel firmy	Duża karta po prawej stronie wyników (na telefonie u góry), gdy ktoś szuka Twojej firmy po nazwie. Tu klient sprawdza godziny, telefon i opinie przed wizytą.

Co klient może zrobić bez wchodzenia na stronę

- **Zadzwonić** jednym dotknięciem i **wyznaczyć trasę** do firmy.
- **Napisać** przez WhatsApp lub SMS, jeśli dodasz taką opcję (rozdział 5).
- **Umówić wizytę, zamówić lub zarezerwować** przez linki do działań.
- **Przeczytać opinie, obejrzeć zdjęcia i zadać pytanie** asystentowi AI w Mapach (rozdział 11).

Dlaczego to ważniejsze niż kiedyś

Coraz więcej decyzji zapada bezpośrednio w wynikach wyszukiwania i w Mapach. Klient porównuje trzy firmy na ekranie telefonu i wybiera tę, która wygląda na najbardziej aktywną i wiarygodną. Twoja strona internetowa może być świetna - ale jeśli profil jest pusty, klient może do niej nigdy nie dotrzeć.

1.2

Co zmieniło się w latach 2024–2026

Jeśli zakładałeś wizytówkę kilka lat temu, część rzeczy działa dziś inaczej, a niektóre funkcje zniknęły. Poniżej najważniejsze zmiany, o których warto wiedzieć, zanim przeczytasz stare poradniki w internecie.

KIEDY	CO SIĘ ZMIENIŁO
2024	Google wyłączył czat w profilu (dawne „Wiadomości") oraz proste witryny tworzone w Profilu Firmy. Profil wymaga dziś normalnej strony internetowej, jeśli chcesz ją mieć w wizytówce.
2024-2025	Weryfikacja nagraniem wideo stała się jedną z głównych metod - Google zaleca ją, jeśli jest dostępna dla Twojej firmy (rozdział 4).
koniec 2025	Sekcja „Pytania i odpowiedzi" została wycofana. Zastępuje ją asystent AI w Mapach, który odpowiada na pytania klientów na podstawie profilu, opinii i Twojej strony (rozdział 11).
2025-2026	Kontakt przez WhatsApp lub SMS jako opcja czatu w danych kontaktowych - w wybranych regionach.
2026	Zarządzanie profilem przez rozmowę z Gemini. Na razie niedostępne w Europejskim Obszarze Gospodarczym, czyli także w Polsce.
2026	Mocniejsza automatyczna moderacja opinii i edycji profili oraz surowsze egzekwowanie zasad dotyczących manipulowania ocenami (rozdział 8).

Co z tego wynika dla Ciebie

- **Stare poradniki się zestarzały** - porady o „dodawaniu własnych pytań i odpowiedzi" czy „stronie w Google Moja Firma" nie mają już zastosowania.
- **Kompletny profil jest ważniejszy niż kiedykolwiek** - asystent AI odpowiada klientom na podstawie tego, co wpiszesz w profilu i na stronie. Puste pola to pytania, na które AI odpowie na podstawie przypadkowych źródeł albo wcale.
- **Zasady są egzekwowane automatycznie** - nazwa z dopisanymi słowami kluczowymi, kupione opinie czy fałszywy adres częściej kończą się ograniczeniem profilu, a nie tylko upomnieniem.

Funkcje są udostępniane stopniowo

Google często wprowadza nowości najpierw w Stanach Zjednoczonych, a dopiero później w Europie. Jeśli opisana funkcja nie pojawia się w Twoim panelu, prawdopodobnie nie jest jeszcze dostępna dla Polski lub dla Twojej kategorii działalności.

1.3

Kto może mieć profil, a kto nie

Profil Firmy jest przeznaczony dla firm, które spotykają się z klientami osobiście - u siebie albo u klienta. To najczęściej pomijany warunek, a jego złamanie prędzej czy później kończy się ograniczeniem profilu.

RODZAJ FIRMY	CZY MOŻE MIEĆ PROFIL
Firma stacjonarna	**Tak** - lokal z trwałym szyldem, w którym obsługujesz klientów w godzinach otwarcia (sklep, salon, gabinet, warsztat, restauracja).
Firma działająca na obszarze	**Tak** - dojeżdżasz do klientów (hydraulik, ślusarz, firma sprzątająca). Adres ukrywasz, a pokazujesz obszar działania.
Firma hybrydowa	**Tak** - przyjmujesz klientów w lokalu i dojeżdżasz do nich (serwis z pomocą drogową, restauracja z dowozem).
Specjalista w indywidualnej praktyce	**Tak** - np. lekarz, prawnik, agent nieruchomości przyjmujący klientów osobiście. Jeden profil na osobę.
Firma tylko online	**Nie** - sklep internetowy bez punktu, w którym obsługujesz klientów, nie kwalifikuje się do profilu.
Wirtualne biuro	**Nie** - adres do korespondencji, pod którym nikt z firmy nie pracuje.
Coworking	**Tylko wyjątkowo** - jeśli biuro jest wyraźnie oznaczone, a w godzinach otwarcia są w nim Twoi pracownicy obsługujący klientów.

Jeden profil na jedną lokalizację

Firma powinna mieć **jeden profil na każde miejsce**, w którym obsługuje klientów. Kilka profili dla tego samego adresu (np. osobno „hydraulik", „instalacje gazowe" i „ogrzewanie podłogowe") to naruszenie zasad. Wyjątkiem są działy z osobnym wejściem i inną kategorią (np. salon i serwis samochodowy) oraz specjaliści prowadzący własną praktykę w jednej przychodni.

Mam sklep internetowy - co mogę zrobić?

Jeśli prowadzisz punkt odbioru osobistego, showroom lub magazyn, w którym w stałych godzinach obsługujesz klientów, możesz mieć profil dla tego miejsca. Sam sklep internetowy pokażesz w Google przez Merchant Center i wyniki produktowe - to inne narzędzie niż Profil Firmy.

1.4

Najczęstsze mity o wizytówce Google

„Profil kosztuje”	Profil Firmy jest bezpłatny. Płatne mogą być tylko reklamy Google Ads, które są osobną usługą. Jeśli ktoś dzwoni „w imieniu Google” i żąda opłaty za utrzymanie wizytówki - to próba oszustwa (rozdział 12).
„Można zapłacić za wyższą pozycję”	Google wprost informuje, że nie da się kupić wyższej pozycji w bezpłatnych wynikach lokalnych. Agencje mogą pomóc w optymalizacji, ale żadna nie „wykupi” pierwszego miejsca.
„Więcej słów w nazwie to wyższa pozycja”	Dopisywanie do nazwy słów typu „hydraulik 24h tanio Warszawa” jest zakazane i bywa powodem zawieszenia profilu. Nazwa ma być taka jak na szyldzie.
„Wystarczy założyć i zapomnieć”	Profil bez aktualnych godzin, zdjęć i odpowiedzi na opinie wygląda na porzucony. Klienci to widzą, a Google ma mniej informacji, by pokazać firmę w trafnych wyszukiwaniach.
„Negatywna opinia zniszczy firmę”	Kilka krytycznych opinii obok wielu dobrych zwiększa wiarygodność. Szkodzi brak odpowiedzi lub odpowiedź pełna emocji (rozdział 8).
„Pozycja jest taka sama dla wszystkich”	Wyniki lokalne zależą m.in. od tego, gdzie znajduje się wyszukujący. Sprawdzając swoją pozycję z biura, widzisz tylko jeden z wielu możliwych wyników (rozdział 9).

Z mojej praktyki

Najczęstszy problem, z jakim przychodzą do mnie firmy, to nie brak „sztuczek”, tylko profil założony lata temu przez kogoś, kto już nie pracuje w firmie - z nieaktualnym telefonem, starymi godzinami i bez dostępu dla właściciela. **Zanim zaczniesz optymalizować, upewnij się, że profil w ogóle należy do Ciebie.**

W skrócie: rozdział 1

- Profil Firmy w Google (dawniej Google Moja Firma) to bezpłatna wizytówka w wyszukiwarce i Mapach.
- Pytania i odpowiedzi, czat w profilu i witryny Google zniknęły - stare poradniki są nieaktualne.
- Profil mogą mieć firmy obsługujące klientów osobiście: stacjonarnie, u klienta lub hybrydowo.
- Jedna lokalizacja to jeden profil, a nazwa musi odpowiadać szyldowi.
- Pozycji w wynikach lokalnych nie da się kupić.

Potrzebujesz wsparcia?

Zadbam o widoczność Twojej firmy

Pomagam firmom lokalnym być widocznymi w Google: od uporządkowania i weryfikacji profilu, przez stronę internetową, po pozycjonowanie w Mapach i wynikach wyszukiwania.

01	Audyt i uporządkowanie Profilu Firmy w Google
02	Strony internetowe przygotowane pod wyszukiwanie lokalne
03	Pozycjonowanie lokalne i w Mapach Google
04	Opieka techniczna i bezpieczeństwo stron



Mikołaj Głowala
kontakt@mikolajglowala.pl
572 952 790 | działam w całej Polsce

MG

mikolajglowala.pl