Profil Firmy w Google: skąd się wziął i czym różni się od starej Mojej Firmy

Zespół Boostwave · Ostatnia aktualizacja: wrzesień 2026

Google kilkakrotnie zmieniał nazwę swojego narzędzia dla firm lokalnych. Dla właściciela warsztatu, gabinetu czy usługi hydraulicznej te zmiany mogą wydawać się kosmetyczne — ale część z nich wpłynęła na to, gdzie i jak zarządzasz wizytówką. Ten artykuł wyjaśnia historię tych zmian i co dziś powinieneś wiedzieć, zanim zaczniesz cokolwiek edytować.

Od Google Places do Profilu Firmy — krótka historia wizytówki

Wszystko zaczęło się od **Google Places**, czyli serwisu uruchomionego w 2004 roku, który pozwalał firmom zgłaszać swoją lokalizację do map Google. Był to prosty katalog: adres, telefon, godziny otwarcia. Przez kilka lat działał niemal niezauważony przez właścicieli małych firm.

W 2014 roku Google scalił Places z siecią społecznościową Google+ i stworzył **Google Moja Firma** — panel dostępny pod osobnym adresem, z własną aplikacją mobilną. To wtedy wizytówka przestała być tylko wpisem w mapach, a stała się miejscem, gdzie można odpowiadać na opinie, publikować zdjęcia i śledzić statystyki. Dla wielu lokalnych przedsiębiorców był to pierwszy kontakt z pojęciem zarządzania swoją obecnością w wyszukiwarce.

W listopadzie 2021 roku Google ogłosił kolejną zmianę: **Google Moja Firma** oficjalnie stała się **Profilem Firmy w Google**. Aplikacja mobilna Moja Firma zniknęła ze sklepów. Dedykowany panel webowy dla firm z jedną lokalizacją został zamknięty. Od tej pory zarządzanie wizytówką przeniosło się bezpośrednio do wyszukiwarki i Map Google.

Jak dziś wygląda zarządzanie profilem — siedem kroków od zera

Poniższa procedura dotyczy firmy z jedną lokalizacją, która chce sprawdzić lub zaktualizować swój profil. Każdy krok możesz wykonać dziś, przy komputerze lub telefonie, bez żadnych

aplikacji.

1 Wyszukaj nazwę swojej firmy w Google

Wpisz pełną nazwę firmy w wyszukiwarce Google, najlepiej z nazwą miejscowości. Jeśli profil istnieje i jesteś zalogowany na konto, które go posiada, zobaczysz po prawej stronie panel z przyciskiem *Edytuj profil*. Zajmuje to około minuty.

2 Sprawdź, czy jesteś właścicielem profilu

Jeśli przycisk *Edytuj profil* nie pojawia się, a profil istnieje, kliknij opcję *Przejęcie własności* lub *Czy to Twoja firma?*. Brak tego przycisku może oznaczać, że profil należy do innego konta — wtedy potrzebujesz dostępu do pierwotnej skrzynki e-mail użytej przy rejestracji. Samo ustalenie właściciela trwa zwykle kilka minut, ale odzyskanie dostępu może zająć kilka dni.

3 Wejdź w tryb edycji i przejrzyj dane podstawowe

Po kliknięciu *Edytuj profil* otwiera się nakładka bezpośrednio w wyszukiwarce. Sprawdź nazwę firmy, adres, numer telefonu i kategorię główną — to cztery dane, które Google wyświetla najczęściej w wynikach lokalnych. Całość przejrzenia zajmuje około 5–10 minut.

4 https://ameblo.jp/johnnyrrxx828/entry-12978715091.html Uzupełnij godziny otwarcia i atrybuty

Godziny otwarcia wpływają na to, czy przy Twojej wizytówce pojawi się oznaczenie *Otwarte teraz* lub *Zamknięte*. Atrybuty to dodatkowe informacje, takie jak akceptowane formy płatności, dostępność parkingu czy obsługa w danym języku — ich lista różni się w zależności od kategorii firmy. Uzupełnienie tej sekcji zajmuje 10–15 minut.

5 Dodaj opis firmy i zdjęcia

Opis może mieć do 750 znaków. Napisz go tak, jak opisałbyś firmę klientowi przez telefon: czym się zajmujesz, dla kogo, w jakim rejonie działasz. Zdjęcia powinny być aktualne — elewacja budynku, wnętrze, przykłady pracy. Po dodaniu zdjęcia pojawia się w profilu zwykle w ciągu kilku minut.

6 Skorzystaj z sekcji Pytania i odpowiedzi

W profilu widoczna jest sekcja, gdzie internauci mogą zadawać pytania publicznie. Jeśli nikt jeszcze nie zadał pytań, możesz sam dodać najczęściej zadawane przez klientów i od razu na nie odpowiedzieć — to treść, którą Google może pokazać bezpośrednio w wyszukiwarce. Przygotowanie trzech takich par pytanie-odpowiedź zajmuje około 15 minut.

7 Sprawdź statystyki po 7–14 dniach

W panelu profilu dostępna jest zakładka z podstawowymi danymi: liczba wyświetleń, kliknięć w numer telefonu, zapytań o trasę. Po wprowadzeniu zmian wróć do statystyk za tydzień lub dwa i porównaj z poprzednim okresem. To jedyny sposób, by ocenić, czy edycje coś zmieniły — choć oddzielenie efektu jednej zmiany od innych czynników bywa trudne.

Gdzie teraz zarządza się profilem Od 2022 roku dla firm z jedną lokalizacją nie ma już osobnego panelu webowego. Wszystko dzieje się bezpośrednio w wyszukiwarce Google lub w Mapach Google po zalogowaniu. Jeśli gdzieś widzisz odsyłacze do *business.google.com*, są one teraz przekierowywane — panel dla wielu lokalizacji nadal tam istnieje, ale dla pojedynczej firmy to nie jest właściwe miejsce pracy.

Co się zmieniło w funkcjach, a co zostało po staremu

Zmiana nazwy z Mojej Firmy na Profil Firmy w Google nie była wyłącznie rebrandingiem. Kilka funkcji zostało przeniesionych, kilka usunięto, a kilka dodano. Poniższa tabela pokazuje różnice, które mają praktyczne znaczenie dla właściciela lokalnej firmy.

Funkcja Google Moja Firma (do 2021) Profil Firmy w Google (od 2022) Miejsce zarządzania Osobny panel webowy + aplikacja mobilna Bezpośrednio w wyszukiwarce i Mapach Google Aplikacja mobilna Dedykowana aplikacja Moja Firma Brak — zarządzanie przez aplikację Mapy Google Posty i aktualizacje Dostępne w panelu Dostępne — sekcja Aktualizacje w profilu Statystyki Rozbudowany panel z wykresami Uproszczone dane bezpośrednio w wyszukiwarce Czat z klientami Dostępny przez aplikację Ograniczony — Google stopniowo wycofuje tę funkcję Produkty i usługi Dostępne w panelu Dostępne — edytowalne w nakładce wyszukiwarki Zarządzanie wieloma lokalizacjami W tym samym panelu Nadal przez business.google.com

Jedna zmiana, której wielu właścicieli nie zauważyło na czas: **aplikacja mobilna Google Moja Firma przestała być aktualizowana** i zniknęła ze sklepów z aplikacjami. Jeśli nadal masz ją zainstalowaną, działa — ale część funkcji może być niedostępna lub wyświetlać błędy. Zarządzanie przez Mapy Google to dziś standardowa ścieżka dla urządzeń mobilnych.

Z praktyki (dane uproszczone)

Właściciel warsztatu samochodowego z Warszawy przez dwa lata zarządzał wizytówką przez starą aplikację Moja Firma. Po jej usunięciu ze sklepu nie wiedział, jak wejść w tryb edycji. Profil przez kilka miesięcy miał nieaktualne godziny otwarcia — firma zamknęła się o 17:00, a wizytówka pokazywała 19:00. Klienci dzwonili i zastawali zamknięty lokal. Po przejściu na zarządzanie przez wyszukiwarkę i korekcie godzin liczba nieodebranych połączeń w statystykach profilu wyraźnie spadła. Nie można jednoznacznie przypisać tego wyłącznie jednej zmianie, ale zbieżność czasowa była wyraźna.

Widoczność w tak zwanym Local Pack — czyli trójce firm wyświetlanych nad wynikami organicznymi przy zapytaniach lokalnych — zależy między innymi od kompletności i

aktualności danych w profilu. To osobne zagadnienie z wieloma zmiennymi, ale stare, nieedytowane wizytówki rzadko trafiają do tej sekcji.

Najczęstsze pytania

1. Czy muszę zakładać nowe konto, skoro nazwa zmieniła się na Profil Firmy?

Nie. Jeśli miałeś konto Google Moja Firma, Twój profil i wszystkie dane zostały automatycznie przeniesione. Logujesz się tym samym kontem Google i wchodzisz w zarządzanie przez wyszukiwarkę — bez żadnej migracji z Twojej strony.

2. Czy profil w Google jest bezpłatny?

Samo założenie i prowadzenie profilu nie kosztuje nic. Część dodatkowych usług powiązanych z ekosystemem Google, takich jak reklamy lokalne, wiąże się z opłatami — ale to osobne zagadnienie, bo dotyczą zupełnie innego kanału niż organiczna widoczność w mapach.

3. Skąd wiem, że moja firma ma już profil, zanim go założę?

Wpisz nazwę firmy i miejscowość w wyszukiwarce Google. Jeśli po prawej stronie wyników pojawi się karta z danymi firmy, profil już istnieje — Google niekiedy tworzy je automatycznie na podstawie danych z internetu. W takim przypadku możesz go przejąć jako właściciel i dopiero wtedy edytować.

Chcesz wiedzieć, czy Twój profil działa na Twoją korzyść?

Boostwave sprawdzi, co w Twoim profilu hamuje widoczność w Mapach Google i powie wprost, co poprawić w pierwszej kolejności.: **Zamów bezpłatny audyt**

Transparentność treści (AI): Artykuł został wygenerowany z wykorzystaniem sztucznej inteligencji, a następnie zweryfikowany merytorycznie i zredagowany przez zespół Boostwave. Informację publikujemy zgodnie z zasadą przejrzystości wynikającą z art. 50 rozporządzenia UE 2024/1689 (AI Act). · https://boostwave.pl