SEO LOKALNE | MECHANIZM RANKINGU

Google Local Pack od środka — co napędza ranking lokalny

Zespół Boostwave · Ostatnia aktualizacja: wrzesień 2026

Google wyświetla lokalne wyniki nie losowo i nie tylko według bliskości. Za każdą pozycją w trójce stoją konkretne sygnały, które algorytm waży jednocześnie. Ten artykuł rozkłada ten mechanizm na części, żeby przedsiębiorca wiedział, z czym ma do czynienia, zanim zacznie działać.

Trzy filary, na których stoi lokalny ranking

Google opisuje swój lokalny algorytm przez trzy pojęcia: bliskość, znaczenie i prominencja. Brzmi prosto, ale każdy z tych filarów kryje dziesiątki zmiennych, które wchodzą ze sobą w interakcje. Firma znajdująca się metr od użytkownika nie trafi automatycznie na pierwszą pozycję, jeśli jej profil jest słaby, a konkurent z drugiego końca dzielnicy ma silniejsze sygnały wiarygodności.

Ważne jest też to, czego algorytm nie robi: nie ocenia firm według subiektywnej jakości usług. Ocenia sygnały, które może zmierzyć — dane ustrukturyzowane, zachowania użytkowników, spójność informacji w sieci. To rozróżnienie ma znaczenie praktyczne, bo pokazuje, gdzie w ogóle można wpłynąć na wynik.

Bliskość (proximity)

Google bierze pod uwagę odległość między lokalizacją użytkownika a adresem firmy. Gdy zapytanie nie zawiera nazwy miejsca, algorytm korzysta z sygnałów geolokalizacyjnych urządzenia. Bliskość to jedyna zmienna, na którą firma nie ma wpływu — można jednak rozszerzyć obszar obsługi, jeśli profil to uzasadnia.

Znaczenie (relevance)

To dopasowanie profilu firmy do intencji wyszukiwania. Algorytm sprawdza kategorie działalności, opis, treści na stronie docelowej i dane strukturalne. Im dokładniej profil odzwierciedla, czym faktycznie zajmuje się firma, tym wyżej trafia przy trafnych zapytaniach — i tym niżej przy zapytaniach pobocznych.

Prominencja (prominence)

To miara rozpoznawalności firmy w sieci: liczba i jakość recenzji, ocena gwiazdkowa, wzmianki w zewnętrznych serwisach, linki do strony, obecność w katalogach branżowych. Prominencja

odzwierciedla też ruch i zaangażowanie — kliknięcia, prośby o trasę, połączenia telefoniczne z poziomu wizytówki.

Sygnały rankingowe — co algorytm faktycznie mierzy

Trzy filary to rama koncepcyjna. Praktyczny ranking wynika z dziesiątek szczegółowych sygnałów, które można pogrupować według źródła. Poniżej zestawienie głównych kategorii z przykładami zmiennych i orientacyjną wagą w kontekście lokalnych wyszukiwań. Liczby nie są oficjalne — opierają się na wieloletnich obserwacjach branżowych i badaniach korelacyjnych, a nie na dokumentacji Google.

Kategoria sygnału Przykłady zmiennych Orientacyjna waga Google Business Profile Kompletność profilu, kategoria główna, słowa kluczowe w opisie, posty, zdjęcia, atrybuty wysoka Recenzje i oceny Liczba recenzji, średnia ocena, świeżość opinii, odpowiedzi właściciela, treść recenzji wysoka Sygnały ze strony internetowej NAP na stronie, treści lokalne, dane strukturalne Schema, szybkość ładowania, linki wewnętrzne średnia–wysoka Cytowania i spójność NAP Obecność w katalogach, spójność nazwy, adresu i numeru telefonu, wzmianki lokalne średnia Sygnały behawioralne CTR z wyników lokalnych, kliknięcia trasy, połączenia telefoniczne, czas sesji na stronie średnia Linki zewnętrzne Liczba domen odsyłających, autorytet linkujących stron, linki z lokalnych mediów średnia Bliskość geograficzna Odległość od użytkownika lub centrum zapytania zmienna — zależy od frazy

Waga poszczególnych sygnałów zmienia się w zależności od frazy i konkurencji w danej niszy. Przy zapytaniach o wysokiej lokalnej intencji — takich jak *hydraulik Warszawa Mokotów* — recenzje i bliskość mają większy udział niż przy zapytaniach ogólnobranżowych. To osobne zagadnienie, bo różnice między rankingiem w Mapach a rankingiem organicznym mają własną logikę, którą opisujemy w innym artykule z tej serii.

NAP (Name, Address, Phone)	Zestaw trzech danych identyfikujących firmę: nazwa, adres, numer telefonu. Algorytm lokalny sprawdza spójność tych danych we wszystkich miejscach w sieci — rozbieżności między wizytówką, stroną a katalogami obniżają zaufanie systemu do profilu i mogą negatywnie wpłynąć na pozycję.
Cytowania lokalne	Wzmianki o firmie w zewnętrznych serwisach: katalogach branżowych, lokalnych portalach, agregatorach map. Każde cytowanie z poprawnym NAP wzmacnia sygnał prominencji. Cytowania bez linku też się liczą — algorytm rozpoznaje wzmiankę jako dowód istnienia firmy w danej lokalizacji.

Sygnały behawioralne	Google obserwuje, jak użytkownicy reagują na wyniki lokalnego wyszukiwania. Wysoki współczynnik kliknięć, prośby o wyznaczenie trasy i połączenia telefoniczne z poziomu wizytówki to sygnały, że profil odpowiada intencji zapytania. Nie ma publicznego potwierdzenia, jak duży jest ich udział, ale korelacja z pozycją jest obserwowana konsekwentnie.
E-E-A-T w kontekście lokalnym	Doświadczenie, ekspertyza, autorytet i wiarygodność — w lokalnym SEO manifestują się głównie przez recenzje z treścią, odpowiedzi właściciela, treści eksperckie na stronie i obecność w wiarygodnych źródłach zewnętrznych. Nie zastępują sygnałów technicznych, ale wzmacniają profil w oczach algorytmu przy wyrównanej konkurencji.

Z praktyki (dane uproszczone)

Analizowaliśmy dwa profile firm usługowych z tej samej dzielnicy Warszawy, działających w tej samej kategorii. Profil A miał kompletną wizytówkę, 80 recenzji ze średnią 4,7 i stronę z treściami lokalnymi. Profil B miał 15 recenzji, niepełny opis i stronę bez danych strukturalnych. W zapytaniach bez wyraźnego modyfikatora geograficznego profil A pojawiał się konsekwentnie w trójce lokalnej, profil B poza pakietem. Po uzupełnieniu cytowań i danych strukturalnych dla profilu B różnica w widoczności zmniejszyła się, choć nie zniknęła — recenzje pozostały decydującą przewagą profilu A. Nie da https://poradnik-pingowanie-seo.timeforchangecounselling.com/seo-dla-warszawy-jak-konkurowac-w-nasyconym-lokalnym-rynku się rozdzielić efektu poszczególnych działań, bo zmiany zachodziły równolegle, ale kierunek był czytelny. Boostwave — lokalne SEO to jeden z obszarów, gdzie podobne analizy porównawcze stanowią punkt wyjścia do planowania działań.

Podsumowanie

Lokalny pakiet Google to wynik ważenia kilkudziesięciu sygnałów jednocześnie — nie ma jednego dźwigni, która podnosi pozycję. Bliskość jest dana, więc pole do działania leży w znaczeniu i prominencji: spójny NAP, kompletny profil, recenzje z treścią, dane strukturalne na stronie i cytowania w wiarygodnych źródłach. Zmiany algorytmu modyfikują wagi, ale struktura pozostaje stabilna od lat. Pierwszy sensowny krok to audyt tego, co już istnieje — zanim cokolwiek się doda, warto wiedzieć, co jest niespójne lub brakujące.

Chcesz wiedzieć, gdzie twój profil traci punkty w lokalnym rankingu?

▶ Przeprowadzamy audyt sygnałów lokalnych i pokazujemy konkretne luki — bez ogólników.: **Zamów audyt lokalny**

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