NEOXRA MAP · 美甲美睫版

# Neoxra Map
# 美甲美睫使用指南

給美甲、美睫工作室的老闆與美甲師：怎麼看自家 Google 地圖體檢報告、怎麼開通、QR 放哪裡，以及顧客怎麼在 10 秒內留下一則有內容的評論。
範例：MISS LADY（台中西區 · 4.5★ · 52 則評論）。

| | |
|---|---|
| **開始分析** | map.neoxra.com |
| **方案與價格** | map.neoxra.com/pricing |
| **聯絡窗口** | hogan@neoxra.com |

# 目錄


01 為什麼美甲店需要 Neoxra Map — 10 個理由

02 Neoxra Map 是什麼 — 功能一覽

03 看自家美甲店的免費體檢報告 — 分數、要補的項目、關鍵字

04 開通、印出 QR — 加入、付款、QR 設定

05 遇到惡意評論怎麼辦 — 稀釋 + 加分，不是刪除

06 顧客：10 秒留評論 — 手機畫面

07 一定要知道的事 — 規範、價格、常見問題


> **給美甲店負責人 / 老闆 / 店長**：這份指南只講跟美甲店有關的事——怎麼看報告、怎麼開通、QR 放哪裡、客人怎麼掃。所有畫面以範例美甲店的 Google 公開資料示範；您看自己美甲店時，流程完全相同。

# 01 為什麼美甲店需要 Neoxra Map

### 1 顧客選美甲店，第一眼看的是 Google 評論

星等、評論內容、照片——這些決定顧客要不要聯絡你。多數美甲店知道這很重要，但不知道自己差在哪、該先改什麼。

### 2 排名上不去，常是評論沒提到你的主打項目

MISS LADY 有 52 則評論，但「凝膠美甲」被提到的次數＝0。不是服務不好——是顧客沒想到要寫。Google 把顧客寫的字跟搜尋連在一起，主打項目沒出現就沒加分。

### 3 分數化，一眼看出該改什麼

報告直接給完整度分數（0–100）、缺漏項目和優先順序，不用猜從哪開始。

### 4 AI 幫你寫貼文、回評論

依服務項目、商家資訊和產業關鍵字，產生 Google 貼文草稿與評論回覆草稿，複製就能用，省下每月想文案的時間。

### 5 顧客不想打字，也能留下有內容的評論

顧客點選體驗過的服務項目、滿意的地方，系統整理成草稿；顧客可以修改，最後自己在 Google 送出。

### 6 1 則有內容的五星，勝過 100 則空白五星

「美甲師做的凝膠美甲很細緻，兩週都沒有翹起來」這種長文、高關鍵字密度的評論，Google 會把它跟「台中西區美甲」等搜尋連在一起；100 則只有星星的評論在演算法眼中幾乎沒有加分。

### 7 不用假帳號、不買評論

每則評論都是真實顧客用自己的 Google 帳號送出，避開評論被 Google 刪除、商家檔案被處罰的風險。

### 8 不送禮換評論

不用折扣、贈品、加值服務換評論，做法符合 Google 評論規範，長期穩定、不會被查。

### 9 成效看得到

掃描數、每月評論數、排名雷達前三名的變化，每個月都有數據；哪位美甲師發的卡帶來最多掃描也看得出來。

### 10 來自 Google 新創加速計畫

Neoxra 參與 Google Project Hatcher × SparkLabs Taiwan，產品設計過程中也與 Google 地圖相關團隊交流、請益。

Neoxra Map 為 Neoxra 獨立開發的產品，並非 Google 官方產品。

# 02 Neoxra Map 是什麼

Neoxra Map 幫美甲店顧好 Google 地圖上的商家檔案：一份報告看出問題、知道怎麼改，再用 QR 讓顧客更容易留下真實評論。**每個據點 US$29 / 月，月繳，隨時可以停。**

| 功能 | 美甲店得到什麼 |
| --- | --- |
| 分析報告 | 商家檔案完整度分數、缺了什麼、改善建議、關鍵字策略 |
| 排名雷達 | 在你周邊多個位置搜尋「台中西區美甲」等關鍵字，看你在哪些位置排前面、哪裡被同業超越 |
| 評論健康度 | 近 90 天的評論數、星等變化、有沒有回覆 |
| 內容生成 | Google 貼文草稿不限次數；評論回覆草稿，複製後自己貼上 |
| QR、美甲師 QR | 顧客掃碼點選體驗就能產生評論草稿；看得出哪位美甲師發的卡帶來最多掃描 |
| 每月成效 | Google 評論總數、排名雷達前三名的變化 |

報告呈現的是掃描當下的結果，Neoxra Map 不保證名次。

**老闆 / 店長**　看報告 → 開通 → 設定 QR

↓

**顧客**　掃 QR → 點選體驗過的服務項目 → 產生評論 → 到 Google 自己送出

**10/24 UI 更新**：舊版的「申請開通審核」步驟已拿掉，老闆按「這是我的店」直接進付款，不用等 1 個工作天審核。評論頁也從多步改成一頁式（體驗選擇 + 評論草稿同頁）。

# 03 看自家美甲店的免費體檢報告

免費方案每月 3 次分析，可以先看目前的分數、要補哪些東西，再決定要不要開通付費功能。

> 本例是台中西區的美甲店，4.5 星、52 則評論，完整度 **42/100**，**關鍵字覆蓋 0/5**：主打的「凝膠美甲」「手足保養」「美睫嫁接」在評論裡都沒有出現。顧客搜尋「台中西區美甲」時，Google 找不到理由把你排上來。

## 1 註冊、貼上自己的 Google 地圖連結

到 **map.neoxra.com** 用 Google 帳號一鍵註冊。打開 Google 地圖找到自己美甲店，按「分享」→「複製連結」，貼進分析工作台。再填 3–5 個主打服務項目（例：凝膠美甲、手足保養、美睫嫁接、光療卸甲、睫毛角蛋白），點「開始分析」，1–2 分鐘就有報告。

## 2 報告總覽：一眼看到分數

報告最上方是「**檔案完整度**」分數（0–100）和「**成長空間**」等級。左邊是美甲店基本資料（星等、評論數、照片數、業主回覆率），右邊是診斷結果。

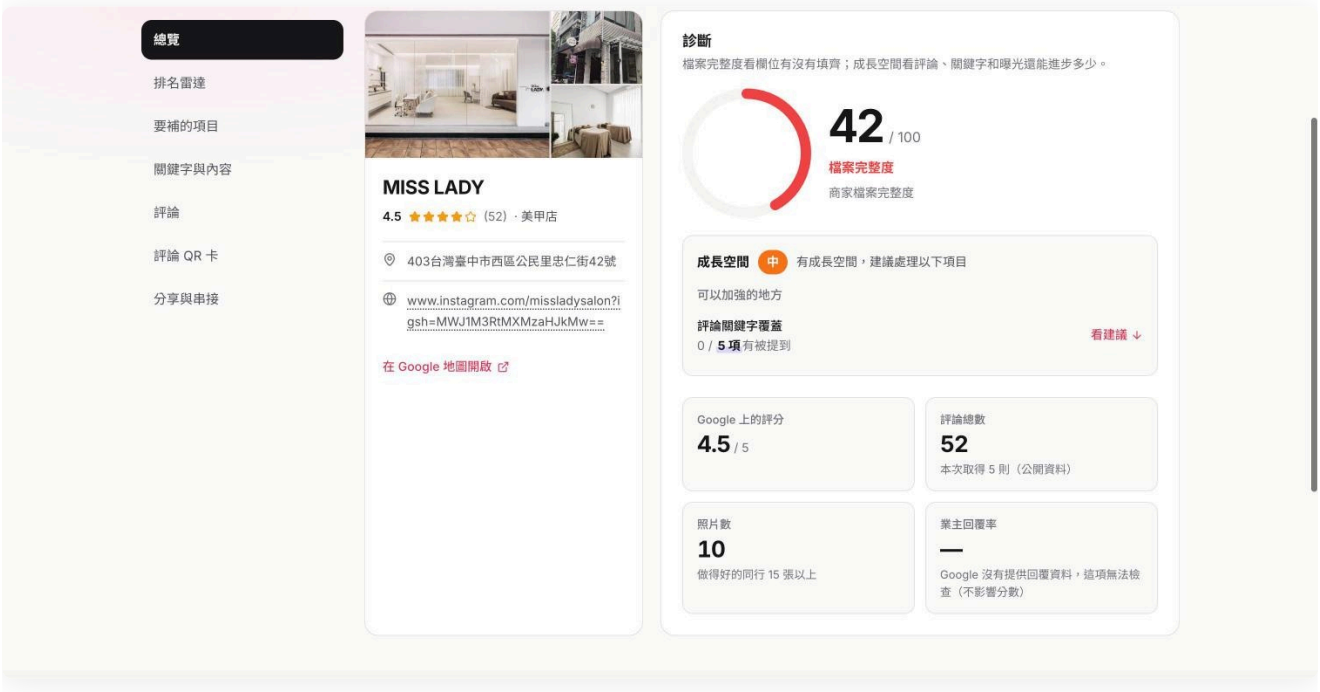



圖 1 MISS LADY 報告總覽：完整度 42/100、評論關鍵字覆蓋 0/5。

## 3 要補的項目：照影響大小排序

報告會把要補的項目按影響大小排好。上面是「**先做這三件**」，接下來是基本資訊、內容豐富度、服務標示、評論經營等分類，每一項都標示目前分數與滿分。




圖 2　要補的項目依影響大小排序；上面「先做這三件」最優先處理。

## 4 關鍵字缺口：評論裡有沒有提到你的主打項目

「**評論關鍵字覆蓋率**」比對的是客人寫的評論，不是官網文案。如果主打服務項目沒出現在評論裡，Google 就不會把你跟那個搜尋連在一起。

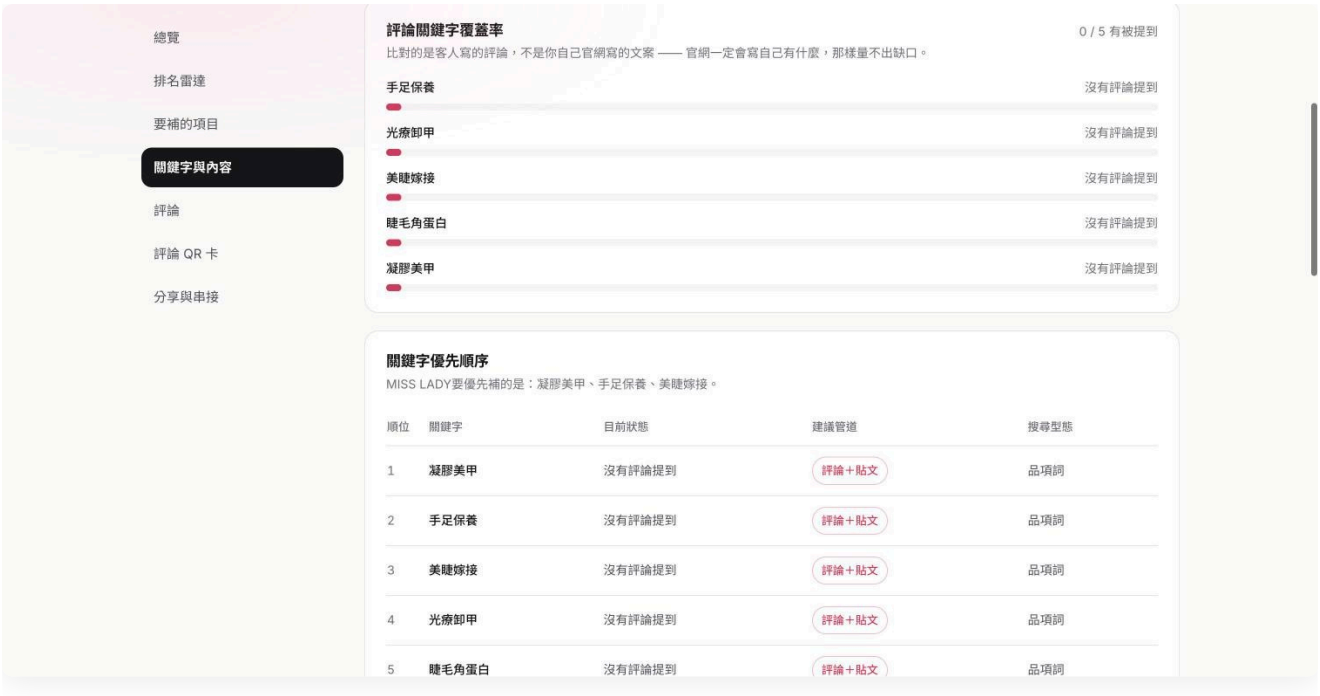



圖 3 評論關鍵字覆蓋率（5 項主打 vs 評論實際出現）＋關鍵字優先順序表。

## 5 內容建議：該發什麼貼文、該讓評論提到什麼

依上面的關鍵字缺口，自動分成「**該發什麼貼文**」和「**該讓評論提到什麼**」兩份清單。開通後可以直接按鈕產生草稿。




圖 4 內容建議：貼文建議與評論建議兩份清單對齊關鍵字缺口。

## 6 每月成效 + 美甲師 QR

每月成效表追蹤：掃描、不重複訪客、複製評論、前往 Google 地圖、Google 評論總數、排名雷達前三名。美甲師 QR 看得出誰發的卡帶來最多掃描。




圖 5 每月成效表＋美甲師專屬 QR（最多 30 位）。

# 04 開通、印出 QR

開通 **4 個步驟**：加入我的門市 → 付款 → 設定服務項目 → 印 QR 卡。整個流程大約 5 分鐘。

## 1 加入我的門市

打開自己美甲店的分析報告，最上方會出現「**這是你的店嗎？[這是我的店，開始使用 US$29 / 月]**」按鈕。按下去，系統就會把這間美甲店加到你的門市清單。

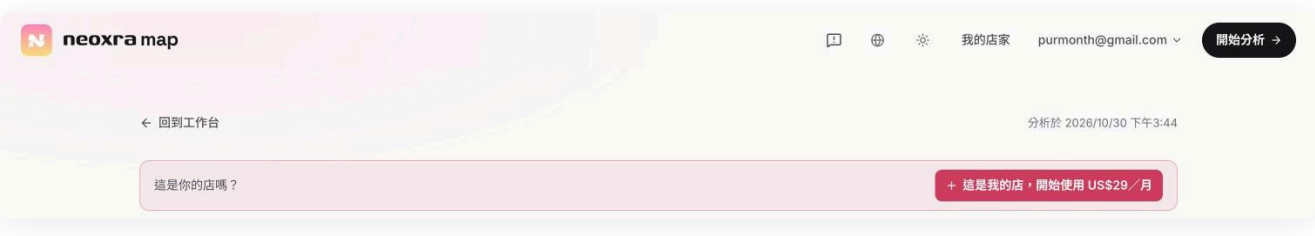



圖 6 報告頁頂端「這是我的店」按鈕（店家視角）。

## 2 店家管理頁：開始使用 US$29 / 月

加入後進到該美甲店的管理頁，狀態顯示「**未開通**」（下圖為開通後的同一頁）。按「**開始使用 US$29 / 月**」用信用卡付款（由 Stripe 處理，不會碰到你的卡號）。付完改善建議、關鍵字策略、排名雷達、貼文生成全部解鎖。

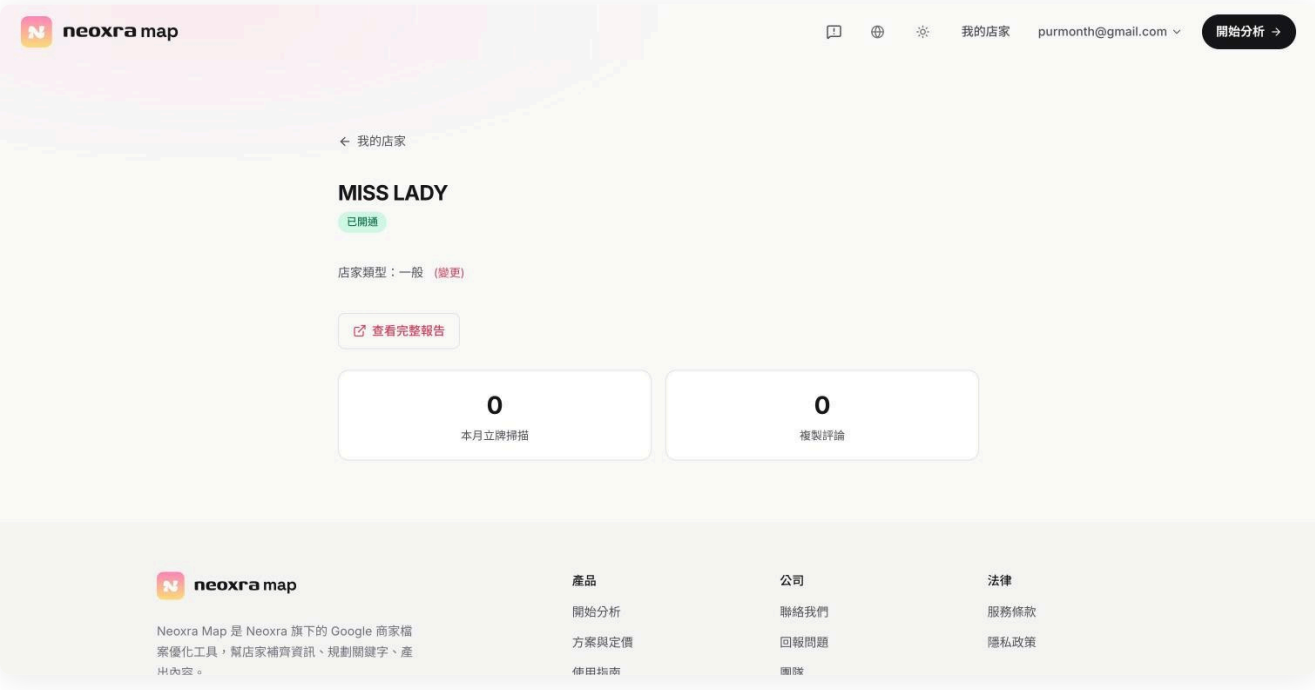



圖 7 開通後的店家管理頁：狀態「已開通」、店家類型、查看完整報告，以及本月掃描與複製評論數。

**有分店？**在「方案與帳單」的「據點管理」按「新增店家」，或直接從新美甲店的報告按「這是我的店」，走同樣流程。第二間起當天先收這期剩下天數的費用，之後所有門市同一天扣款。

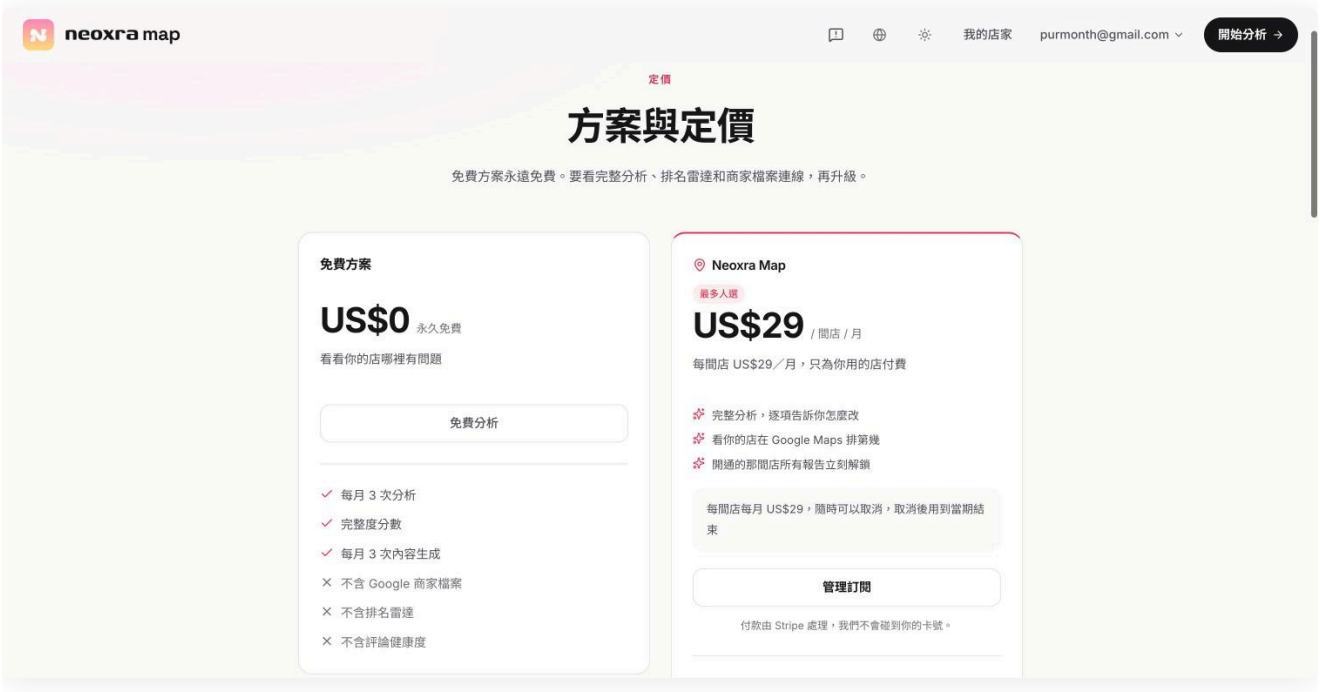



圖 8　價格方案：免費版（每月 3 次分析）與每間店 US$29 / 月（完整功能）。

## 3 設定店家資料與服務項目

1. **上傳 logo**：客人掃碼後會先看到美甲店的 logo。
2. **填服務項目**：填服務項目名稱（例：凝膠美甲、手足保養、美睫嫁接、光療卸甲、睫毛角蛋白），最多 12 個。**不要**填關鍵字或希望客人寫的內容——Google 規定不能引導評論內容。




圖 9 QR 下載 + 服務項目設定（本例填：凝膠美甲、手足保養、美睫嫁接、光療卸甲、睫毛角蛋白）。

## 4 印 QR 卡 + 加美甲師專屬 QR

1. **下載 QR 圖檔**：按「下載 QR 圖檔」，印在工作桌上的小立牌、櫃台、保養須知卡背面。
2. **加美甲師專屬 QR**：為每位美甲師新增一組專屬 QR（最多 30 位）。看得出誰發的卡帶來最多掃描——但**不要**依評論數給員工獎金（會被 Google 判定為買評論）。

## 開通之後，老闆 / 店長每天可以做的事

| 想做的事 | 在哪裡 |
| --- | --- |
| 看哪裡要改、改完重新分析看前後對比 | 該美甲店報告 |
| 看附近排名和對手 | 排名雷達（每週自動掃描） |
| 產生 Google 貼文草稿，不限次數 | 內容生成 |
| 替評論寫回覆草稿，複製到 Google 貼上 | 評論 |
| 看掃描數、各美甲師成效、每月評論總數 | 評論 QR 卡 |

## 停用、帳單

- **停用一間美甲店**：在該美甲店報告頁上方按「停用」，可以用到這期結束，下期起不收；期末前按「取消停用」就恢復。
- **資料保留 90 天**：停用後 90 天內重新開通，歷史報告和排名紀錄都還在。
- **換卡、下載收據**：帳單頁。
- **扣款失敗**：有 7 天寬限期，功能照常，更新信用卡後立即恢復。

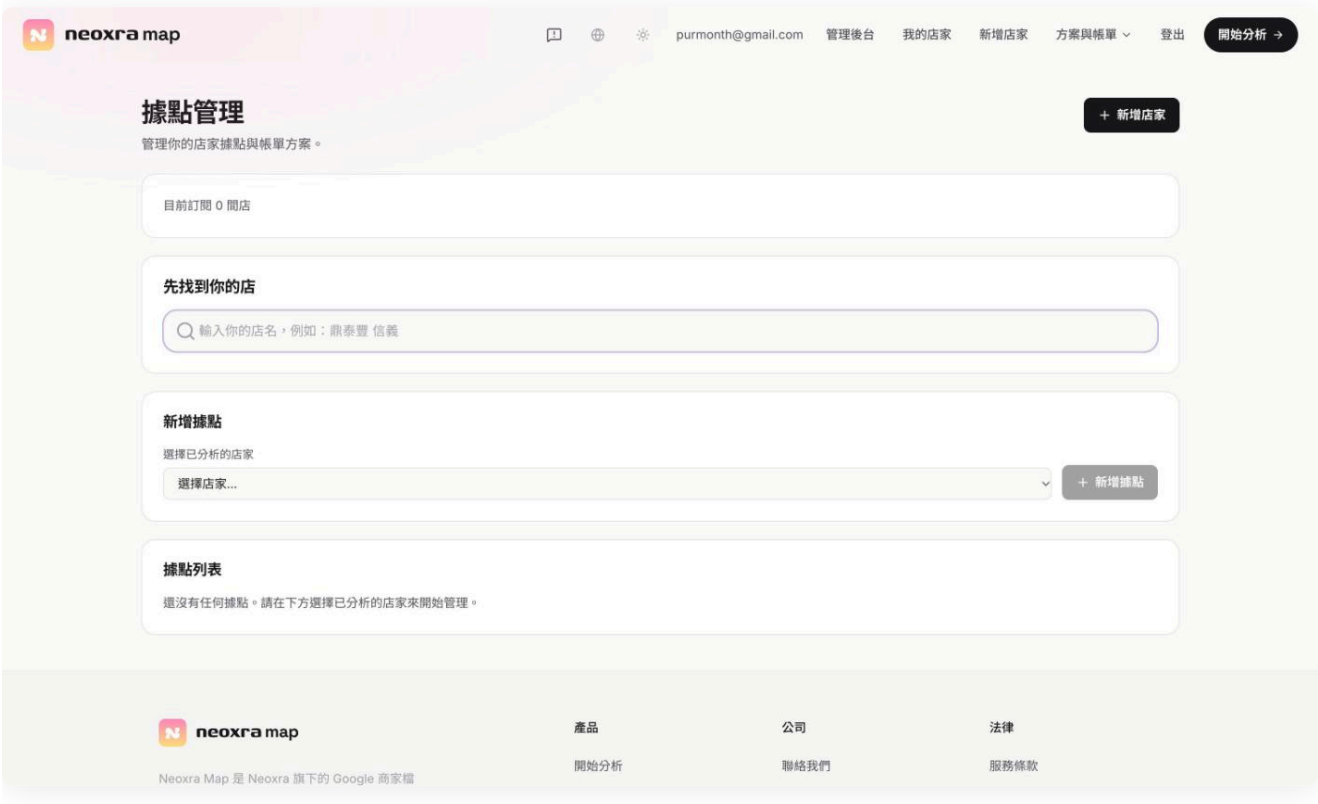



圖 10　「據點管理」頁：所有門市與訂閱狀態一覽。

# 05 遇到惡意評論怎麼辦

這是所有美甲店最在乎的一件事。先講結論：**Google 評論沒辦法刪除**——即使是明顯不實的評論，Google 檢舉後通常也不會下架。這不是 Neoxra 能解決的，也不是任何公關公司能解決的。但這不代表沒救，**有兩套方法可以把惡意評論的傷害降到最低**，而且 Neoxra Map 兩個都能做。

> **為什麼不能刪？**Google 的政策是：只要評論者是真人、沒有違反社群規範（例如仇恨言論、揭露個資、宣傳競爭對手），即使內容不客觀、不公平，Google 都會留著。因為刪評論會傷害 Google 自己的信任度——他們寧願留著不實評論，也不願變成「給錢就能刪負評」的平台。

## A 稀釋：讓負評在搜尋結果裡沉下去

當有人在 Google 搜 "美甲店評價" 時，Google 顯示的評論不是依時間先後，而是依「**評論品質 × 關鍵字相關度 × 近期活躍度**」排序。意思是——

- 如果負評後面沒再有新評論，那則負評會一直停在搜尋結果最上面。
- 如果每個月都穩定產出 **有內容、高關鍵字密度的五星評論**，Google 會把這些優質評論往前排，負評被往後擠。
- 再提醒一次：**1 則長文有內容的五星，勝過 100 則只有星星沒文字的五星**。字數越多、提到的服務項目和體驗細節越具體，Google 認為它越可信、排得越前面。

Neoxra Map 的 QR 就是為了做這件事——每位美甲店的客人都能 10 秒產生一則有內容的評論，長期下來自然把負評稀釋。

## B 回覆：用專業回覆把負評變加分

Google Maps 的演算法會給「**業主回覆率**」加分——有回覆的評論，在搜尋結果裡的權重會比沒回覆的高。更重要的是：**顧客會看回覆**，一則冷靜、專業、同理的回覆，往往比負評本身更能左右下一位顧客的印象。Neoxra Map 會針對每則評論（包含負評）產生**回覆草稿**，你可以直接複製到 Google 商家檔案貼。草稿會：

- 先致歉並承認顧客的感受，不辯解
- 簡短說明美甲店的實際做法或可能的誤會（不涉及顧客隱私）
- 邀請顧客直接聯絡美甲店討論
- 避免反擊、避免揭露紀錄、避免「我們是對的」的語氣

這樣做的效果：下一位看到這則負評的顧客會同時看到專業、負責的回應，印象反而加分。而且這些回覆文字也會被 Google 當作評論的一部分納入搜尋排序。

> **兩個方法要同時做**。只做 A（稀釋）會讓負評留在那但影響變小；只做 B（回覆）會讓單則負評變加分但沒拉動整體排名。兩個合起來做，惡意評論從「每天讓你睡不著」變成「演算法眼中可忽略的噪音」。

## 什麼時候該檢舉

以下狀況可以向 Google 檢舉（成功率不高但值得試）：

- 評論裡有**髒話**、**仇恨言論**、**人身攻擊**（違反社群規範）
- 評論裡**揭露顧客個資**、**紀錄**（違反隱私政策）
- 評論者**從未到店**（但要有證據，例如 Google 帳號才剛創、同一天發 5 家競爭對手負評）
- 評論裡**宣傳競爭對手**（「別來這家，XX 比較好」）
- 評論內容**完全與美甲店無關**

其他情況即使是不實、不公平的內容，Google 通常不會下架。這時 A + B 兩個方法才是真正能動用的工具。

# 06 顧客：10 秒留評論

顧客不用下載 App、不用註冊，點幾下就能留下有內容的評論。

1. **掃 QR**：用手機相機對準美甲店的 QR。
2. **系統自動產生評論草稿**：依這間美甲店的服務項目和近期顧客常提的體驗，產出一段草稿（約 50–150 字）。
3. **可按主題補強**：下方「想多提哪些？」勾選服務項目、服務、環境等，草稿會自動調整。
4. **複製並前往 Google**：按按鈕，直接跳到 Google 的評論視窗，顧客自己選星等後送出。

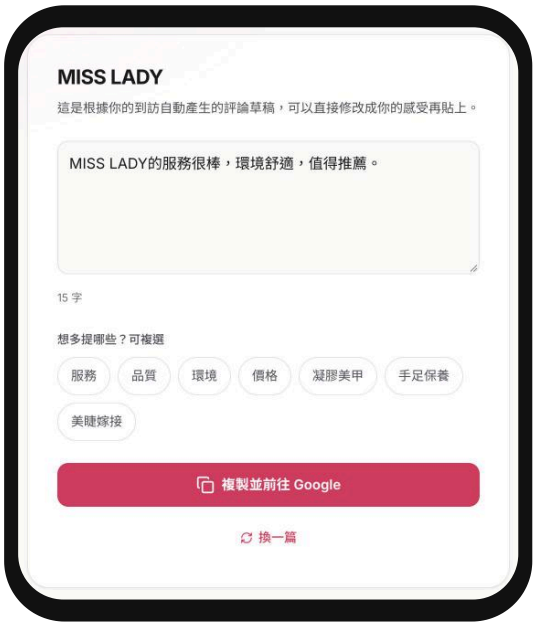



圖 11 MISS LADY 顧客評論頁：系統先產生一段草稿，客人可以直接修改，下方再勾選想多提的項目。

> 星等和最後送出的內容**都由顧客自己決定**，Neoxra 不篩選好壞、不代發。**還沒開通或已停用的美甲店**，掃 QR 會直接打開 Google 地圖頁，顧客一樣可以留評論，只是少了「幫你整理成一段話」這個便利。印好的 QR 不用重印，重新開通後自動恢復。

## 做完、拍完成品照時怎麼邀請評論（合規版）

Google 規定美甲店不能用折扣、贈品換評論，也不能只請滿意的顧客評論。可以這樣做：

- 做完、拍完成品照時說一句：「如果這次還滿意，歡迎留個 Google 評論，掃一下 QR 10 秒就好。」
- QR 放在**工作桌上的小立牌、櫃台、保養須知卡背面**——每位顧客都看得到，不是只給滿意的顧客。
- 不要用折扣、贈品、加值服務換評論，也不要只挑滿意的顧客邀請。
- 不要在 LINE 群組或簡訊發「請給我們五星」——這算引導，可能被 Google 判定為買評論。

# 07 一定要知道的事

## 評論規範：這四件事不能做

Google 發現違規會刪除評論，甚至處罰美甲店檔案（搜尋排名下降、評論消失）。

| 不能做 | 可以這樣做 |
| --- | --- |
| 用折扣、贈品、加值服務換評論 | 做完、拍完成品照時說一句「如果還滿意，歡迎留個 Google 評論」 |
| 只請滿意的顧客評論 | QR 放在**工作桌上的小立牌、櫃台、保養須知卡背面**，每位顧客都看得到 |
| 替顧客編造內容、代顧客送出，或讓每位顧客照抄同一份範本 | 讓顧客點選自己的真實體驗產生草稿，自己修改、自己送出 |
| 依評論數給美甲師獎金 | 美甲師 QR 只用來看哪種發卡方式有效 |

## 價格一覽

| 方案 | 價格 | 內容 |
| --- | --- | --- |
| 免費 | US$0 | 每月 3 次分析；看分數和問題清單，改善建議鎖住 |
| 開通一間美甲店 | US$29 / 月，月繳 | 完整報告、排名雷達、貼文不限次、評論回覆草稿、QR 卡與員工 QR、每月成效 |
| 多間美甲店 / 分店 | 每間 US$29 / 月 | 同一個帳號管理，同一天扣款 |

付款由 Stripe 處理，Neoxra 不會碰到你的卡號。

## 常見問題

- **美甲店停止訂閱，印好的 QR 會失效嗎？** 不會。停止訂閱後，顧客掃同一個 QR 會自動跳到美甲店的 Google 地圖頁，一樣可以留評論；只是少了「幫你整理成評論」這一步。印好的 QR 不用重印，重新開通後自動恢復。
- **找不到「這是我的店」按鈕？** 要先登入，再打開自己美甲店的報告，按鈕在報告最上方。
- **還有「申請開通」審核步驟嗎？** 沒有。10/24 UI 更新後，老闆 / 店長按「這是我的店」直接進付款，不用等人工審核。
- **QR 掃了只會開 Google 地圖？** 這間美甲店還沒付費訂閱，開通後就會出現評論頁。
- **客人拍成品照時邀請評論可以嗎？** 可以，這是最自然的時機。只要不要求給五星、不給優惠交換，就是合規的邀請。
- **評論提到美甲師名字可以嗎？** 可以。真實體驗包含美甲師名字是允許的，也最能幫新客指名預約。

## 聯絡窗口

開通、帳單、QR 卡印製、報告操作問題：**Neoxra Hogan**（hogan@neoxra.com）

> Neoxra Map 美甲美睫使用指南 · 2026 年 11 月版 · 範例美甲店：MISS LADY（台中西區） · 本文件所有畫面以 Google 地圖公開資料示範。