

Ottimizza i profili della tua catena di esercizi commerciali

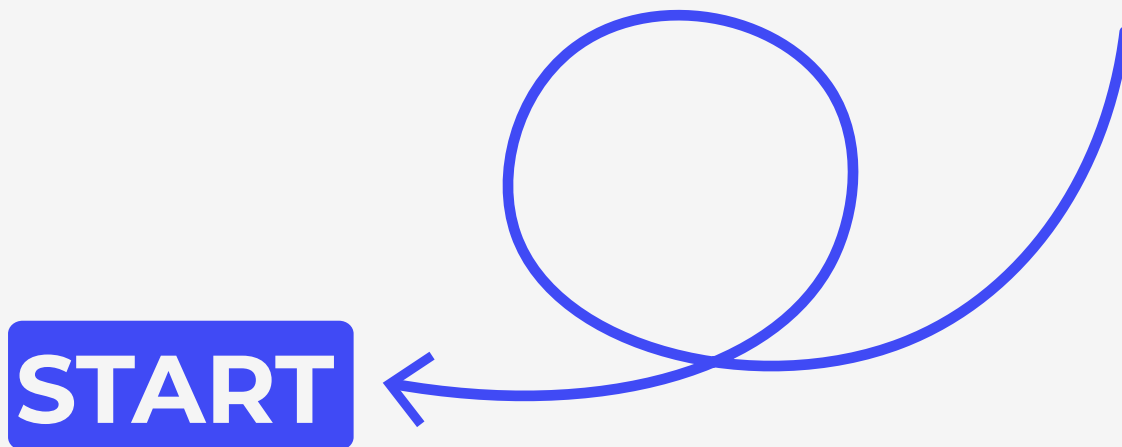
Usa la nostra checklist e migliora la tua visibilità
nell'ecosistema di Google



Un utente che cerca un'attività commerciale online lo fa avvalendosi nel 66% dei casi di Google e nel 45% di Google Maps. **Gestire al meglio Google Business Profile, quindi, non è una opzione ma un'attività strategica per il local marketing di qualunque catena di negozi.**

La corretta compilazione delle schede Google aiuta a posizionarsi meglio nei risultati di ricerca e stimola gli utenti a fare il passo successivo (chiedere informazioni o fare visita).

Per **ottimizzare** la tua **scheda GBP** segui la nostra checklist.



Spunta le checkbox e salva il PDF.

Accedi, crea o rivendica la tua scheda:

- Accedi se sei già in possesso di una scheda che gestisci
- [Crea](#) una scheda per una nuova attività, se non ancora esistente
- [Rivendica](#) una scheda se già presente e non gestita dalla tua azienda

Configura gli utenti che hanno accesso al tuo account

Seleziona il tipo di attività (acquisto prodotti/servizi online, attività con sede fisica visitabile, attività svolta dal cliente)

Seleziona la categoria della tua attività (es., ristorante, pizzeria, studio medico, centro estetico, ...)

Aggiungi le informazioni principali sulla tua attività:

Indirizzo (fino a 20 aree se il servizio è a [domicilio](#))

Numero di Telefono

Sito Web

[Verifica](#) la tua scheda Google Business Profile, se l'hai creata da 0, per permettere a Google di confermare che sei il legittimo proprietario

OTTIMIZZAZIONE

Aggiungi [informazioni](#) complete sulla tua attività:

Orari di apertura

Descrizione dell'attività

Categorie secondarie (assicurati che siano pertinenti)

Link ai social media

Utilizza gli [attributi](#) per specificare caratteristiche della tua attività, ad es., "Wi-Fi gratuito", "accessibile ai disabili", "si accettano pagamenti con Pos"

Aggiungi il logo e un'immagine di copertina

Aggiungi foto e video per mostrare la tua attività

Inserisci la data di apertura dell'attività

Inserisci i prodotti o i servizi che offri e per ciascuno aggiungi una breve descrizione, un'immagine rappresentativa e il collegamento al sito web, se possibile

Aggiungi il link per prenotazioni online (se la tua attività lo prevede)

Aggiungi ai tuoi link un UTM di tracciamento

Attiva la chat sul tuo profilo per parlare in tempo reale con i clienti e ricordati di gestire la risposta in tempi rapidi

Inserisci il menù aggiornato (se la tua attività offre un servizio di ristorazione) indicando la tipologia di menù, il nome della portata ed una foto attrattiva e per terminare una sua descrizione

Crea un elenco di [domande frequenti](#) (FAQ) per fornire risposte immediate alle domande più comuni

Incorpora la mappa di GBP nel tuo sito web: nel footer, nella pagina "Contattaci" o nella sezione del tuo sito dedicata allo store locator

Impatto delle ottimizzazioni sul posizionamento e sulle conversioni

Nella tabella troverai indicati gli impatti delle azioni suggerite sul posizionamento della tua scheda tra i risultati di ricerca di Google, ma anche le opportunità aggiuntive di ottenere conversioni (visite in store) grazie alle migliorie apportare.

LISTA AZIONI	IMPATTO SUL RANKING	IMPATTO SULLE CONVERSIONI
Categoria Primaria	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
Keywords all'interno del nome della scheda GBP	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
Inserimento Sede	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
Completezza delle informazioni presenti nella scheda GBP	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
Orari di Apertura e Chiusura	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
Raccolta Feedback e Recensioni	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
Attributi	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
Zona di copertura dei servizi	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
Aggiungere Servizi	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
Categorie Secondarie	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
Numero di recensioni totali con testo	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
Verifica del profilo	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
Informazioni di contatto	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
Data di apertura	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
Pubblicare post con foto e video	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
Ottenere foto e video dagli utenti	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
Risposta alle recensioni	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>

FONTI:

1) [White Spark Local organic ranking](#)

2) [White Spark Conversion factors](#)

CONSIGLI

- La descrizione della tua attività deve essere chiara e concisa, fornendo un'idea di ciò che i clienti possono aspettarsi.
Evita di utilizzare un linguaggio eccessivamente tecnico che possa generare confusione

- Pubblica regolarmente per coinvolgere attivamente il tuo pubblico:
 - Post (1 o 2 a settimana)
 - Offerte (1 al mese)
 - Foto e Video (1 o 2 a settimana)

- Incentiva i clienti a lasciare recensioni sul tuo profilo per migliorare la visibilità e per generare fiducia verso potenziali clienti

- Rispondi a tutte le recensioni, positive e negative, entro 72 ore

Rispondi alle domande tempestivamente (entro 24 ore)

-
- Monitora regolarmente il tuo GBP per assicurarti che tutte le informazioni
- inserite siano aggiornate e scritte correttamente
- Monitora gli insight del tuo profilo per ottenere una panoramica sulle performance in termini di engagement, numero di visualizzazione profilo, foto e post, query di ricerca e tanto altro



COME RISPONDERE ALLE RECENSIONI

01

Leggi con attenzione le opinioni dei tuoi clienti

02

Ringrazia sempre il cliente per la recensione, sia essa positiva o negativa

03

A seconda della recensione, esprimi soddisfazione (ad es., “Sono davvero felice che il pranzo sia stato di tuo gradimento...”) o malcontento (ad es., “Mi dispiace molto che l’esperienza vissuta non abbia raggiunto le tue aspettative...”), ma poniti sempre con un approccio costruttivo

04

In caso di recensione negativa, cerca di comprendere le motivazioni che hanno spinto il cliente a esprimere il suo giudizio e assicurati di trovare una soluzione al problema. Dopodiché induci il cliente a modificare la sua recensione

05

Invita il cliente ad usufruire nuovamente dei tuoi prodotti o servizi



TIPS



*Scopri come migliorare il
posizionamento local
della tua catena di esercizi*

**PRENOTA UNA
DEMO GRATUITA**

Clicca qui

Oppure scansiona questo QR CODE

