

# Google My Business

Gestisci la presenza online su Google



---

# Indice

1. La soluzione per essere la prima scelta dei clienti [pag. III](#)
2. I vantaggi [pag. IV](#)
3. Fatti trovare! [pag. V](#)
4. Attivazione della scheda [pag. VI](#)
5. L'ottimizzazione della scheda inizia da un profilo completato [pag. VIII](#)
6. Le informazioni da aggiungere alla scheda di Google My Business [pag. IX](#)
7. Menu [pag. XI](#)
8. Prodotti [pag. XII](#)
9. Le foto [pag. XIII](#)
10. L'importanza di essere attivi e creare post [pag. XIV](#)
11. Gestisci la tua e-Reputation [pag. XV](#)
12. Leggere e rispondere ai messaggi [pag. XVI](#)
13. Continua a migliorare e ottimizzare [pag. XVII](#)
14. Insights [pag. XVIII](#)
15. Contatti [pag. XIX](#)

Ricerche su Google



5 miliardi

di ricerche di ristoranti



600 milioni

di ricerche di saloni di  
bellezza e parrucchieri



3 miliardi

di ricerche di hotel



1 miliardo

di ricerche di negozi  
di abbigliamento



5 miliardi

di ricerche di bar



Google My Business

# la soluzione per essere la prima scelta dei clienti

Google My Business è uno **strumento** di marketing online che consente a imprese, aziende e liberi professionisti di assumere la proprietà digitale sul motore di ricerca Google e Google Maps della propria attività e della propria posizione.



# I vantaggi di

1. Farti trovare dove i clienti stanno cercando.
2. Gestisci le informazioni personali e mantieni la scheda sempre aggiornata.
3. Interagisci con i tuoi clienti.
4. Monitora ed espandi la tua presenza online.



**GOOGLE MY BUSINESS**  
Come ti vedono i clienti su Maps

47  
hanno chiesto indicazioni stradali

8745  
hanno visitato la tua scheda

156  
ti hanno chiamato

Google è il **più grande motore** di ricerca al mondo. Se vuoi essere trovato da chi sta effettuando una ricerca online per una determinata categoria di prodotti o servizi tramite l'utilizzo di determinate parole chiave (keyword). Google My Business è uno strumento indispensabile.

Lo Scopo?

# Fatti Trovare!

Verde

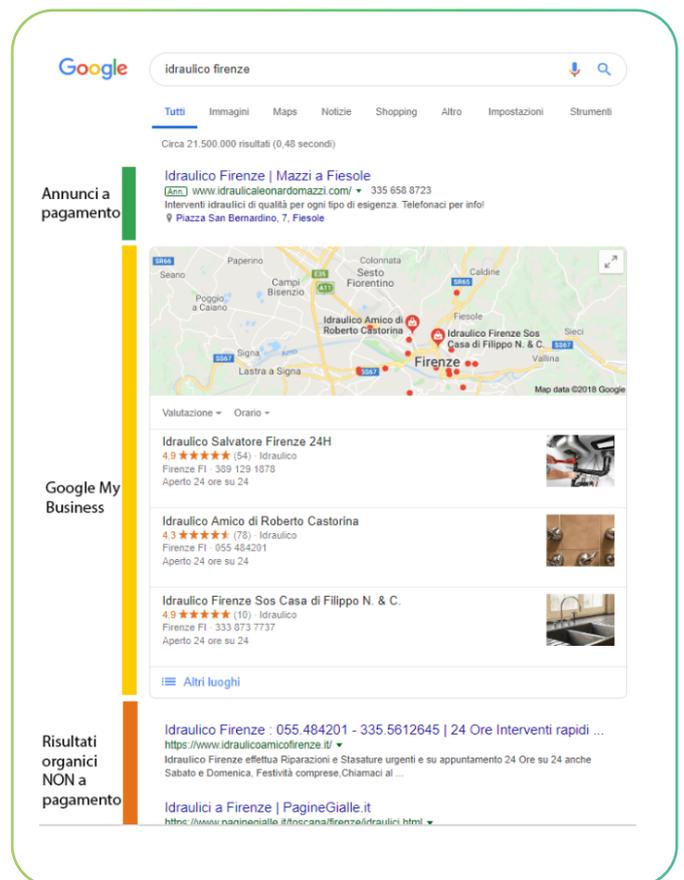
Sono i risultati a pagamento, il pay per click. Quando vedi la scritta "Ann." un'azienda sta pagando Google affinché venga visualizzato un annuncio in prossimità della ricerca effettuata.

Giallo

Sono i risultati naturali sulle mappe che si ottengono attraverso l'ottimizzazione di Google My Business.

Arancione

Sono i risultati organici naturali. Possiamo scalare le posizioni con la SEO (Search Engine Optimization).



Screenshot qui sopra puoi vedere  
3 colori per 3 risultati diversi:

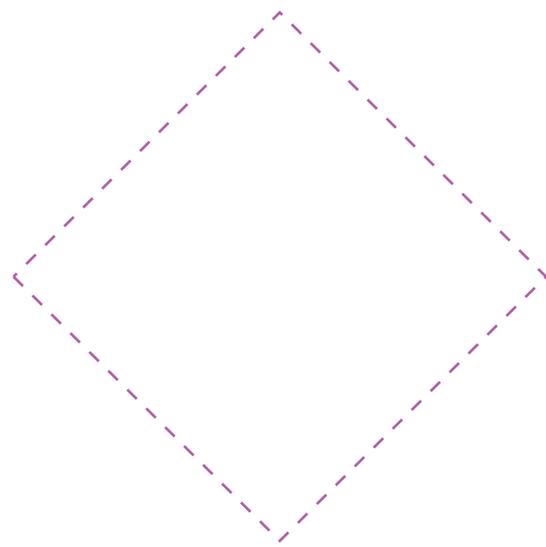
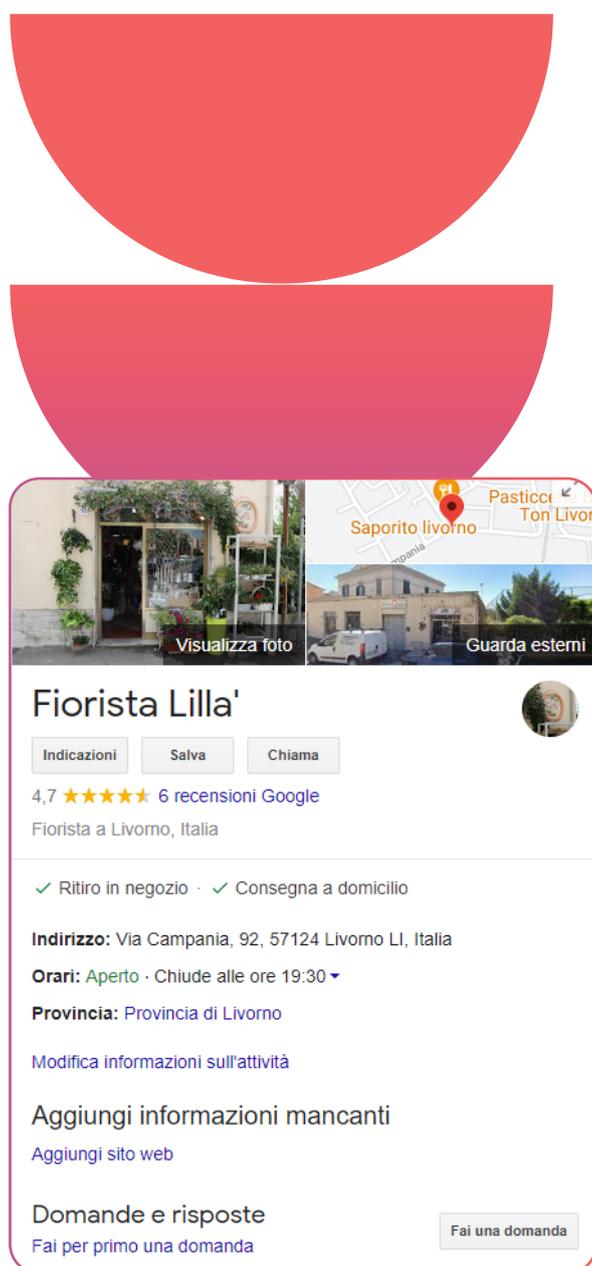
# Attivazione della scheda

1. Cerca il nome della tua attività commerciale su Google.

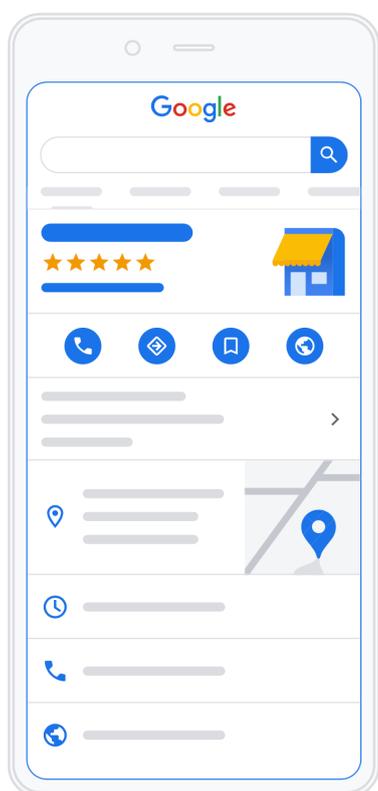
2. Se la tua attività esiste e non è stata rivendicata, fai clic su “Richiedi proprietà” e segui le istruzioni per rivendicare la proprietà.

3. Se non sei in grado di rivendicare, significa che qualcuno lo ha già fatto.

4. Assicurati che, se si tratta di qualcuno della tua azienda, ti conceda l'accesso come amministratore.



5. Una volta reclamata la tua attività, l'ultimo passaggio è quello di verificare la posizione.
  6. Nella schermata di richiesta della cartolina, assicurati che l'indirizzo visualizzato sia esatto.
- N.B. Per facilitare la consegna della cartolina, puoi anche aggiungere un nome di contatto facoltativo.
7. Richiedi la cartolina.



### Questo profilo dell'attività è già stato rivendicato

Questo profilo dell'attività è già stato verificato da **gm...@...**. Se sei proprietario di questo indirizzo email, segui la [guida per il recupero dell'account](#).

Se vuoi comunque aggiungere questo profilo dell'attività al tuo account, puoi richiedere l'accesso all'attuale proprietario. [Scopri di più](#).

Se vuoi aggiornare le informazioni di questo profilo dell'attività su Google, puoi anche [segnalare un problema](#), che verrà esaminato più rapidamente.

[Richiedi l'accesso](#)



Compila tutte le informazioni aziendali

---



Aggiungi foto e video

---



Aggiungi post e offerte

---



Gestisci attentamente tutte le tue recensioni

---



Rispondi alle domande che vengono poste direttamente in MyBusiness

---



Ottimizza e specifica le variazioni quando ci sono

---

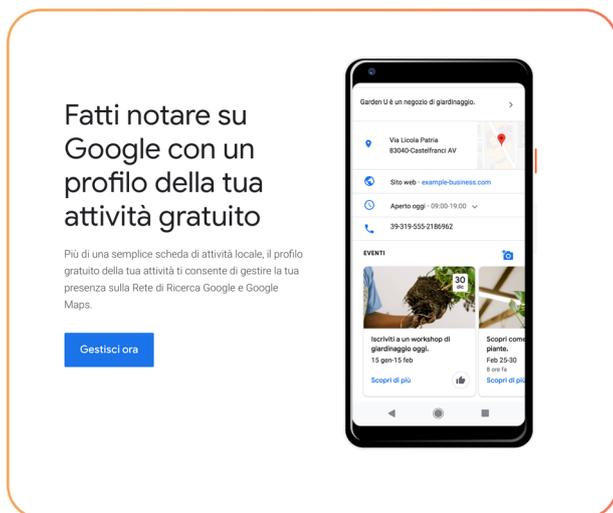
Compila tutte le informazioni aziendali

---

## L'ottimizzazione inizia da un profilo completato

Non saltare nessuna informazione e cerca di fornire il maggior numero di dettagli possibili sulla tua attività. Google ti offrirà molte opzioni, cerca di sfruttarle tutte e rendere il tuo profilo il **più completo** possibile.

# Le informazioni da aggiungere alla scheda di Google My Business



Includere la tua attività in una categoria precisa non solo aiuterà gli utenti a trovarti ma modificherà anche le opzioni disponibili nel tuo account Google My Business.

Ad esempio, se sei un ristorante, avrai anche un'opzione per aggiungere un link al tuo menu. Per gli hotel, ad esempio, le opzioni sono moltissime.

## Quante categorie dovresti scegliere per Google My Business?

Oltre alla categoria principale, che verrà visualizzata nella tua scheda, potrai selezionare anche altre categorie e aumentando possibilità di comparire nei risultati di ricerca di servizi correlati. È importantissimo però scegliere solo categorie pertinenti con la tua attività: inserire categorie non attinenti non aiuta Google ma lo disorienta e potrebbe penalizzarti invece che dare più visibilità alla tua scheda.

## Orario attività e giornate di chiusura

Assicurati di impostare gli orari di apertura della tua attività. Non impostare "aperto sempre" se sei un ufficio o esercizio commerciale con orari precisi. Le persone potrebbero chiamare mentre sei chiuso e rilasciare delle recensioni negative.

## URL degli appuntamenti

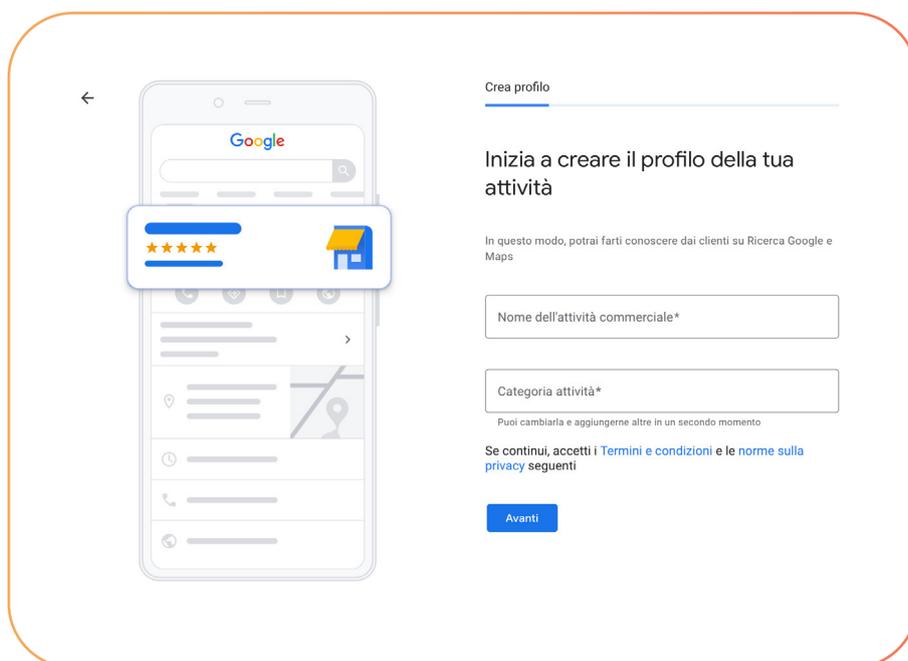
Se si utilizza una pagina web per prendere appuntamenti è possibile aggiungerla e veicolare gli utenti sul tuo sito o su altri sistemi di prenotazione.

## Valorizza i giorni festivi ogni anno

Ricordati di valorizzare i giorni festivi variabili come ad esempio la Pasqua. È importante che i giorni siano valorizzati correttamente perché Google capirà che la tua scheda è ottimizzata al meglio e la favorirà nei risultati di ricerca rispetto ai tuoi competitors. Se sei un'azienda stagionale, rimuovi tutti gli orari di apertura quando chiudi e inseriscili nuovamente quando apri di nuovo.

## Numero di telefono

Inserisci il numero della tua società o attività commerciale. Google utilizza queste informazioni per confermare il tuo NAP (name, address and phone number), quindi è necessario che questo numero corrisponda a tutti gli altri elenchi, quando si costruiscono citazioni.



Crea profilo

Inizia a creare il profilo della tua attività

In questo modo, potrai farti conoscere dai clienti su Ricerca Google e Maps

Nome dell'attività commerciale\*

Categoria attività\*

Puoi cambiarla e aggiungerne altre in un secondo momento

Se continui, accetti i [Termini e condizioni](#) e le [norme sulla privacy](#) seguenti

Avanti

## Servizi

Questa è nuova sezione di Google My Business. Disponibile solo per un numero limitato di attività di servizi (dentisti, avvocati, agenti assicurativi, hotel, agenzie di marketing e altri).

Riempi questo spazio con tutti i servizi che offri, prezzi e informazioni dettagliate senza preoccuparti se non verranno visualizzati accanto alla tua attività nei risultati di ricerca. Aggiungi una descrizione di ciascun servizio fino a 1000 caratteri. Approfitta di questo spazio per descrivere ogni servizio per i clienti che utilizzano parole chiave avanzate.

# Menu

1. Viene visualizzato solo per gli utenti finali nell'app Google Maps.
2. Usa questa sezione insieme al link al tuo menu sul tuo sito web.
3. Crea sezioni separate per ogni portata e sezione del tuo menu.
4. Crea voci di menu separate all'interno di ciascuna sezione.
5. Immetti il nome e il prezzo di ciascuna voce di menu.
6. Utilizza la stessa descrizione della voce di menu utilizzata nel menu fino a 1000 caratteri.

## Aggiungi una sezione al menu

Nome sezione

Esempi: pranzo, cena, aperitivi, bevande

0 / 14

## Aggiungi un elemento al menu

Inserisci almeno un elemento per sezione. Puoi aggiungerne altri in un secondo momento

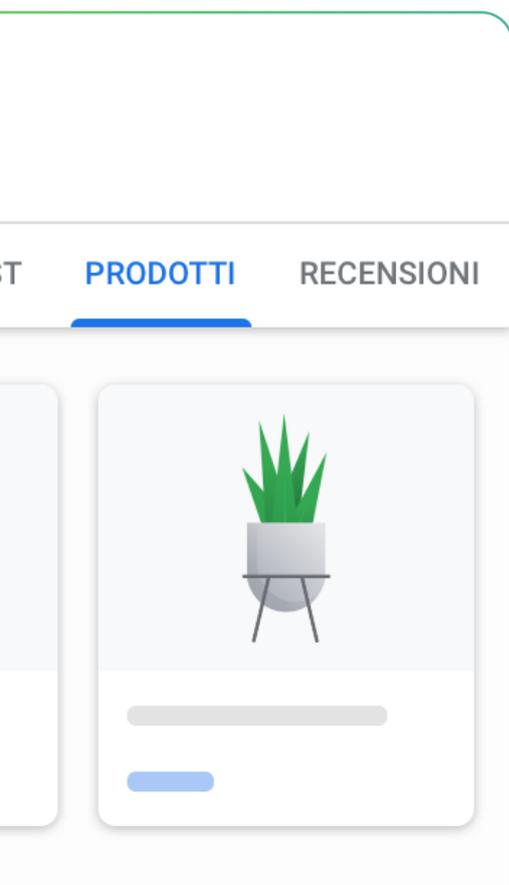
Nome elemento

Prezzo elemento (EUR)

0 / 140

# Prodotti

1. Se hai tanti prodotti non occorre inserirli tutti: Concentrati solo sui prodotti e le categorie più importanti e più remunerative.
2. Crea raccolte separate per ogni categoria di prodotto che desideri presentare.
3. Inserisci il nome della raccolta.
4. Aggiungi una descrizione della raccolta fino a 1000 caratteri. Approfitta di questo spazio per descrivere ogni collezione / categoria di prodotti utilizzando parole chiave avanzate.
5. Crea singoli prodotti all'interno di ciascuna categoria.
6. Inserisci il nome e il prezzo del prodotto (le fasce di prezzo non sono supportate).
7. Aggiungi una descrizione del prodotto fino a 1000 caratteri. Ti consigliamo di utilizzare la stessa descrizione che utilizzeresti nel tuo catalogo prodotti.





# Le foto

Le foto hanno un'importanza vitale nella scheda dell'attività e l'ottimizzazione non può essere completa se non sono presenti foto. **Non utilizzare immagini stock:** potrebbero essere contrassegnate e rimosse. Vediamo nello specifico i tipi di foto:

## Foto di copertina

La foto di copertina dovrà essere un'immagine che rappresenti al meglio la tua attività. Risoluzione minima: 250 px di altezza, 250 px di larghezza.

## Foto profilo (logo)

La foto del tuo profilo è l'immagine principale che appare sulla ricerca di Google e Google maps. Risoluzione minima: 250 px di altezza, 250 px di larghezza.

## Foto esterne

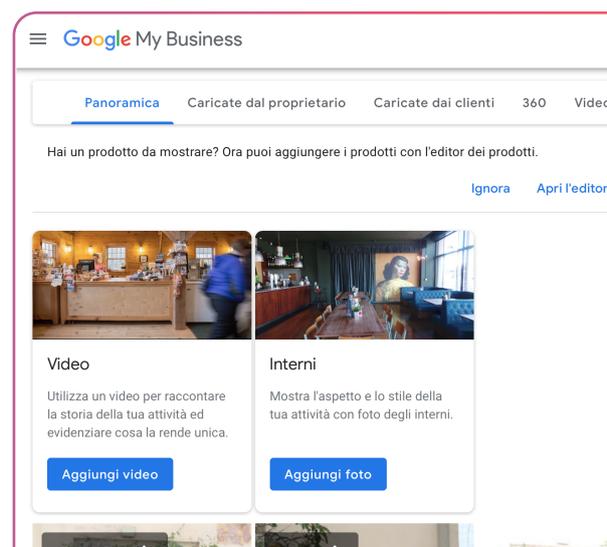
Aiuta il cliente a riconoscere la posizione della tua azienda mentre si avvicina da diverse direzioni. Aggiungi almeno tre fantastiche foto esterne per aiutare i clienti a riconoscere la tua posizione. Cattura foto da diverse angolazioni e momenti della giornata.

## Foto degli interni

Mostra ai tuoi clienti l'arredamento e l'atmosfera della tua attività. Almeno tre foto del tuo interno per mostrare gli interni della tua sede o negozio.

## Eventuali foto dei prodotti

Aggiungi foto dei tuoi prodotti rappresentativi o popolari per dare ai clienti una buona percezione di ciò che hai da offrire. A seconda del tipo di attività svolta, potrebbero essere disponibili altre categorie di foto. L'obiettivo è fornire ai potenziali clienti un'idea dei prodotti, cibo e bevande, aree comuni o stanze che la tua attività può offrire.



---

# L'importanza di essere attivi e creare post

Quando trovano la tua attività su Google, i clienti possono vedere offerte, notizie ed eventi grazie ai tuoi post aziendali che appaiono su Ricerca Google e Google Maps. Puoi utilizzare i post per informare i clienti su:

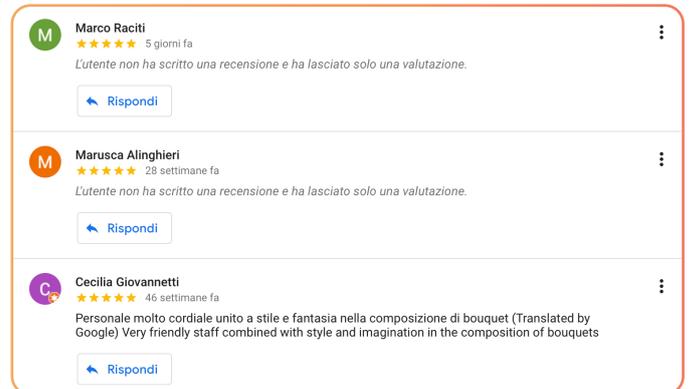
- + **Eventi**, ad esempio un brunch con musica jazz o una sfilata in negozio
- + **Offerte/promozioni speciali**, ad esempio vendite e sconti
- + **Annunci**, ad esempio "Aperto fino a tardi questo sabato" oppure "Ospiti speciali questa settimana!".

Un post per i tuoi clienti su Google deve essere breve, contenere informazioni utili, esortare gli utenti a intraprendere un'azione e includere foto ben illuminate e a fuoco.



# Gestisci la tua e-Reputation

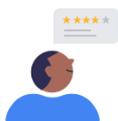
La gestione delle recensioni è un must assoluto quando si tratta di prendersi cura della propria attività. Ormai ogni persona, prima di scegliere una attività commerciale cerca le recensioni di chi ha l'ha già provata.



Rispondi sempre alle recensioni, anche a quelle più critiche, rimanendo sempre professionale e garbato. Dai sempre un'immagine di educazione e cortesia e vedrai che sarai ripagato. Non scendere al livello di qualche cliente maleducato.

## Ottieni altre recensioni

Condividi il profilo della tua attività e ricevi nuove recensioni dai clienti



[Condividi modulo](#)

Le recensioni sono il fattore di classificazione più importante per la ricerca locale. Se la tua attività non ha recensioni, questo diminuisce notevolmente le tue possibilità di comparire

nei risultati della ricerca e negli elenchi di Google Maps. La mancanza di recensioni dei clienti, inoltre, danneggia la fiducia dei consumatori e gli utenti avranno meno probabilità di scegliere la tua attività.

---

# Leggere e rispondere ai messaggi

I clienti possono contattarti in tempo reale sul profilo della tua attività su Google. Puoi rispondere alle domande, raccontare la storia della tua attività e attirare più clienti. La messaggistica funziona al meglio come conversazione tra te e i tuoi clienti.

Monitora costantemente la scheda per non perderti nuovi campi implementati: Google aggiorna periodicamente lo strumento per renderlo sempre più efficace.

I risultati di **ricerca locale** si basano principalmente su tre fattori:

Pertinenza

Distanza

Evidenza

Una combinazione di questi fattori aiuta l'utente a trovare la migliore corrispondenza per la sua ricerca. Ad esempio, gli algoritmi potrebbero stabilire che un'attività, benché più distante dalla sua posizione, abbia maggiori possibilità di offrirgli ciò che cerca rispetto a un'altra più vicina, posizionandola più in alto nei risultati di ricerca locale.

# Continua a migliorare e ottimizzare

Infine, Google My Business è una figura fondamentale all'interno di una buona strategia di marketing per rendere sempre più competitiva la tua attività sul territorio.

Ricorda che la tua scheda va usata come un social e non serve solo per la Local SEO, quindi accertati di aggiornarla e fornire informazioni utili a tuoi clienti e potenziali clienti.

Potrai analizzare l'andamento della tua pagina tramite gli insights in ogni momento all'interno della **Dashboard** di Google My Business.

## Insights

---

per capire il modo in cui i clienti interagiscono con la tua scheda

I dati delle statistiche includono visualizzazioni, ricerche e azioni provenienti dai risultati di ricerca organica e da Google Ads. Le statistiche di Google ti offrono diverse informazioni sul modo in cui i clienti interagiscono con la tua scheda:

- + Come i clienti trovano la tua scheda
- + Query di ricerca
- + Dove i clienti ti trovano su Google
- + Azioni dei clienti
- + Richieste di indicazioni stradali
- + Telefonate
- + Foto
- + Che cosa caratterizza la tua attività

