

La mia attività su Google My Business: guida completa all'ottimizzazione locale



Gestire **la mia attività su Google My Business** nel modo corretto è uno dei passi più efficaci per aumentare la visibilità online.

In questa guida ti spiego, passo dopo passo, come ottimizzare il tuo profilo aziendale per attrarre clienti locali, migliorare il posizionamento su Google Maps e costruire una reputazione solida.

Cos'è Google My Business e perché è importante

Google My Business (GMB) è una piattaforma gratuita messa a disposizione da Google che permette alle aziende di **gestire la propria presenza nei risultati di ricerca e su Google Maps**.

Attraverso GMB puoi:

- Mostrare informazioni essenziali come orari, contatti e sito web.
- Rispondere alle recensioni dei clienti.
- Pubblicare aggiornamenti, offerte e novità.
- Analizzare dati e comportamenti degli utenti locali.

Ottimizzare “la mia attività” su Google My Business



Un profilo ottimizzato offre vantaggi concreti:

- ☒ Visibilità locale aumentata
- ☒ Contatto diretto con i clienti
- ☒ Gestione della reputazione online
- ☒ Coinvolgimento del pubblico
- ☒ Statistiche utili per monitorare azioni e risultati

Come ottimizzare il profilo della tua attività

1. Rivendicazione e verifica

Crea o rivendica la tua scheda GMB e verifica l'attività per dimostrarne la proprietà.

2. Informazioni complete e coerenti

Assicurati che tutti i dati aziendali (nome, indirizzo, telefono, orari, sito web) siano corretti e identici su ogni piattaforma (coerenza NAP).

3. Categoria aziendale e parole chiave

Scegli la categoria più rilevante per la tua attività e inserisci parole chiave nei testi, come *“la mia attività Google My Business”*, nella descrizione e nei post.

Gestione delle recensioni

La reputazione online è fondamentale. Rispondi:

- Sempre, in modo educato e coerente.
 - Ringraziando per i feedback positivi.
 - Affrontando con rispetto eventuali critiche e offrendo soluzioni concrete.
-

Aggiunta di contenuti multimediali

Le immagini e i video aumentano notevolmente l'interazione.

Aggiungi:

- Foto reali del locale, del team e dei prodotti.
 - Video brevi che presentano l'attività o mostrano “dietro le quinte”.
 - Contenuti aggiornati regolarmente.
-

Pubblicazione di post e offerte

Utilizza i post per:

- Annunciare promozioni, eventi o novità.
- Offrire coupon o offerte stagionali.
- Creare interazione con i clienti abituali.

Monitoraggio delle performance

Dalla sezione “**Statistiche**” di GMB puoi monitorare:

- Visualizzazioni del profilo.
 - Azioni dei clienti (telefonate, clic, richieste di indicazioni).
 - Origine delle ricerche (dirette, indirette o brandizzate).
 - Performance di post e foto.
-

Le informazioni essenziali da inserire

Quando crei il tuo profilo su Google My Business, è fondamentale inserire correttamente e completamente tutte le informazioni relative alla tua attività. Ecco gli elementi essenziali da non trascurare:

1. **Nome dell'attività:** Deve essere esattamente quello che i clienti usano per cercarti online, senza aggiungere parole chiave o modificare il nome per ottimizzare il ranking. Esempio corretto: "Caffè Centrale". Esempio sbagliato: "Caffè Centrale - Miglior Caffè in Città".
2. **Indirizzo:** Deve essere preciso e conforme all'indirizzo fisico del tuo negozio o, se lavori in remoto, indicare correttamente l'area geografica servita. Un indirizzo errato o incompleto può compromettere la visibilità nella ricerca locale. Esempio corretto: "Via Roma 10, Milano". Esempio sbagliato: "Via Roma, Milano (senza numero di civico)".
3. **Orari di apertura:** Assicurati di aggiornare regolarmente gli orari in modo che i clienti sappiano quando trovarti. Questo è particolarmente importante durante festività o eventi speciali. Esempio corretto: Orari da lunedì a venerdì 9:00 - 18:00. Esempio sbagliato: "Orari da definire".
4. **Numero di telefono e sito web:** Aggiungi il numero di telefono diretto e un link funzionante al tuo sito web, se ne hai uno. Esempio corretto: "Tel. 02 1234567, www.miacaffe.com". Esempio sbagliato: "Telefono: (senza numero)".

Inserire tutte queste informazioni in modo accurato aiuta a migliorare la tua visibilità nei risultati di ricerca locale, poiché Google premia le schede aziendali complete e corrette.

Consigli per la pubblicazione dei post

I post su Google My Business sono uno strumento potente per comunicare direttamente con i clienti. Ecco alcuni suggerimenti per utilizzarli al meglio:

1. **Frequenza e aggiornamenti:** Pubblica regolarmente per mantenere la tua attività visibile. Ad esempio, puoi fare post settimanali per annunciare offerte speciali o novità. Esempio corretto: "Sconto del 10% su tutti i prodotti questa settimana!" Esempio sbagliato: "Sconto in futuro".
2. **Contenuti visivi:** Accompagna i tuoi post con foto o video di alta qualità per attirare l'attenzione. Le immagini sono più coinvolgenti e aumentano la probabilità che i clienti interagiscano con il post. Esempio corretto: una foto del prodotto in promozione. Esempio sbagliato: un'immagine sfocata o generica.
3. **Chiamata all'azione:** Aggiungi sempre una chiamata all'azione (CTA) nei tuoi post per stimolare l'interazione. Ad esempio, "Prenota subito il tuo tavolo" o "Scopri di più sul nostro sito". Esempio corretto: "Prenota ora il tuo appuntamento per una consulenza gratuita!" Esempio sbagliato: "Leggi il nostro blog" (senza spiegare il motivo per cui).
4. **Eventi e offerte:** Usa i post per promuovere eventi o offerte stagionali. Ad esempio, se partecipi a una fiera, puoi pubblicare un post per invitare i tuoi clienti a visitarti. Esempio corretto: "Vieni a trovarci alla Fiera del Benessere questo weekend!" Esempio sbagliato: "Fiera" senza altre informazioni.

Ricorda che i post su GMB sono visibili per un periodo limitato, quindi è importante monitorare e aggiornare frequentemente i contenuti per mantenere l'interesse dei clienti.

Utilizzo delle funzionalità avanzate

Google My Business offre numerose funzionalità avanzate che ti aiutano a migliorare ulteriormente la visibilità della tua attività e a semplificare l'interazione con i clienti. Ecco come utilizzarle al meglio:

1. **Menu (per ristoranti o caffè):** Se gestisci un'attività legata alla ristorazione, puoi aggiungere il menu direttamente nel tuo profilo. Inserisci piatti, descrizioni e prezzi in modo che i clienti possano esplorarlo facilmente prima di visitarti. Esempio corretto: "Lasagna alla bolognese - €12". Esempio sbagliato: "Piatto del giorno" senza dettagli.
2. **Prodotti:** Aggiungi i tuoi prodotti più popolari o in promozione per dare ai clienti un'idea precisa di cosa offri. Aggiungi una foto accattivante e una descrizione chiara per ogni prodotto. Esempio corretto: "Borsa in pelle - €99,99. Disponibile in nero e marrone". Esempio sbagliato: "Borsa - Prezzo variabile".
3. **Prenotazioni:** Se offri servizi che richiedono prenotazione (come un salone di bellezza o un consulente), puoi utilizzare la funzionalità di prenotazione. Collegando un sistema di prenotazione, permetti ai clienti di fissare un appuntamento direttamente tramite Google. Esempio corretto: "Prenota ora il tuo appuntamento per un taglio capelli". Esempio sbagliato: "Prenotazioni disponibili solo via telefono".
4. **FAQ (Domande Frequenti):** Le FAQ sono una sezione utile per rispondere alle domande comuni dei tuoi clienti. Aggiungi risposte chiare per evitare confusione. Esempio corretto: "Posso portare il mio cane nel ristorante? Sì, abbiamo una zona pet-friendly". Esempio sbagliato: "Non sappiamo" o "Dipende".

L'utilizzo di queste funzionalità avanzate non solo migliora l'esperienza utente ma aumenta anche la possibilità di conversione, poiché semplifica l'interazione con la tua attività, offrendo risposte immediate e opzioni dirette per l'acquisto o la prenotazione.

Domande Frequenti su Google My Business



1. Come apro un profilo su Google My Business?

Vai su <https://www.google.com/business/> e clicca su **“Gestisci ora”**. Dovrai accedere con un account Google, inserire il nome della tua attività, l’indirizzo, il numero di telefono e scegliere una categoria.

2. Devo avere un sito web per usare Google My Business?

No, non è obbligatorio. Ma è **fortemente consigliato** collegare il tuo sito se ne hai uno. In alternativa, Google ti permette di creare un sito base direttamente dal profilo.

3. Posso aprire un profilo se non ho un negozio fisico?

Sì. Puoi selezionare l'opzione "**non ricevo clienti presso la mia sede**" e indicare l'area geografica in cui offri servizi (utile per freelance, consulenti, idraulici ecc.).

4. Quanto costa usare Google My Business?

È completamente **gratuito**. Non ci sono costi per creare un profilo. Ma serve tempo per gestirlo e ottimizzarlo. [Contattami, sono un SEO Specialist](#) e mi occupo di Google My Business.

5. Non riesco a verificare il mio profilo: cosa posso fare?

Google richiede una verifica per confermare che tu sia il proprietario dell'attività. Può avvenire:

- Tramite **posta (cartolina)** con codice.
- **Telefono o email**, se disponibili.
- In alcuni casi, con **videochiamata o video di verifica**.

Se hai problemi con la cartolina o il codice non arriva, puoi richiedere assistenza direttamente da Google tramite il centro assistenza.

6. Il mio profilo è stato sospeso: come lo riattivo?

Controlla se hai violato le linee guida di Google. Poi invia una richiesta di riattivazione tramite il modulo dedicato, spiegando la situazione e allegando documenti se richiedi.

7. Ho ricevuto recensioni false o offensive: posso rimuoverle?

Google non consente di rimuovere manualmente le recensioni. Ma puoi:

- **Segnalare** quelle che violano le linee guida (es. linguaggio offensivo, spam, contenuto non pertinente).
 - Compilare un modulo di richiesta rimozione.
 - **Rispondere in modo professionale** spiegando che si tratta di una recensione falsa o che il recensore non è mai stato cliente.
-

8. Come posso incentivare i clienti a lasciarmi una recensione?

Puoi:

- Chiedere gentilmente dopo un acquisto o servizio.
- Inviare il link diretto per la recensione via email o WhatsApp.
- Inserire un QR code nel tuo negozio o sul biglietto da visita.

Evita di offrire premi o sconti in cambio: **è contro le regole di Google.**

9. Perché la mia attività non appare su Google Maps?

Possibili motivi:

- Il profilo non è stato ancora verificato.
 - Hai inserito un indirizzo sbagliato o incompleto.
 - Non hai selezionato correttamente l'area di servizio.
 - Sei troppo lontano dall'utente che effettua la ricerca (fattore di localizzazione).
-

10. Come posso migliorare il posizionamento del mio profilo?

- Completa tutte le informazioni del profilo.
- Aggiorna regolarmente foto e post.
- Rispondi alle recensioni.
- Ottieni recensioni vere e frequenti.
- Mantieni coerenza nei dati aziendali su altri siti web.