

 **EBOOK**

Local SEO

per aziende 2025

Pietro Rogondino

Copyright e Note Legali

© 2025 Pietro Rogondino. Tutti i diritti riservati.

Prima edizione digitale: 2025

Autore: Pietro Rogondino

Sito web: pietrorogondino.com

Contatti: hey@pietrorogondino.com

Diritti e distribuzione

Questo ebook è distribuito gratuitamente come risorsa educativa. È consentita la condivisione del file nella sua interezza, purché non vengano apportate modifiche e venga sempre citata la fonte originale.

È vietato:

- Vendere o commercializzare questo contenuto.
- Modificare, alterare o creare opere derivate senza autorizzazione.
- Rimuovere questa nota di copyright.
- Attribuirsi la paternità del contenuto.

Disclaimer

Le informazioni contenute in questo ebook sono fornite a scopo puramente informativo e educativo. L'autore ha fatto ogni sforzo per garantire l'accuratezza delle informazioni al momento della pubblicazione, tuttavia:

- I risultati SEO possono variare in base a molteplici fattori.
- Google modifica regolarmente i suoi algoritmi.
- Ogni business ha caratteristiche uniche che influenzano i risultati.

L'autore non garantisce risultati specifici dall'applicazione delle tecniche descritte. Il successo nella Local SEO dipende dall'implementazione costante e dalla qualità dell'esecuzione.

Utilizzo Consentito

- ✓ Lettura e studio personale.
- ✓ Condivisione con colleghi e clienti (file integrale).
- ✓ Citazione di brevi estratti con attribuzione.
- ✓ Utilizzo come risorsa formativa aziendale.

Per richieste di utilizzo commerciale o traduzioni, contattare l'autore.

INDICE DEI Contenuti

00

Introduzione alla Local SEO per aziende

01

Come i tuoi clienti ti cercano davvero

02

Perché la Local SEO è importante?

03

Come ottimizzare il tuo profilo su Google Business Profile

04

Come trasformare i click in clienti paganti

05

Keywords locali: cosa i clienti cercano in rete

06

Backlink e citazioni: la tua rete di autorità

07

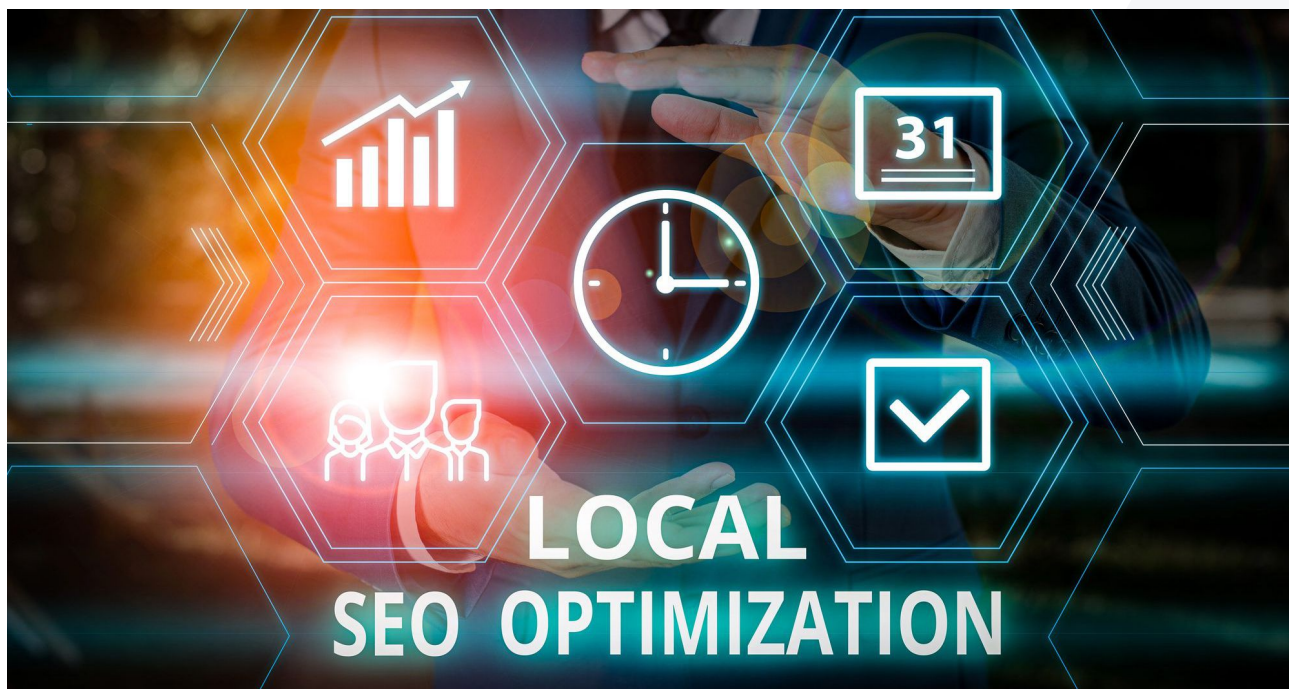
Le recensioni: il carburante della Local SEO

08

Cosa misurare per dominare la ricerca locale

09

Adesso tocca a te fare la differenza



INTRODUZIONE ALLA **Local SEO per aziende**

Conosci quella sensazione?

Sei il migliore nel tuo campo. I tuoi clienti ti adorano. Il passaparola funziona. Ma su Google? Invisibile. Un fantasma nella tua stessa città.

Cerchi il tuo servizio su Google. "Dentista Bari". "Commercialista Bari". "Ristorante Bari".

Scrolli.

Prima pagina: niente.

Seconda pagina: il vuoto.

Terza pagina: game over.

Non è questione di qualità. Il tuo lavoro parla da solo.

È questione di visibilità.

E la visibilità oggi ha un nome: Local SEO.

Ma nessuno te l'ha mai spiegato davvero. Solo formule magiche. Tecniche segrete. Guru che promettono miracoli.

La verità? La Local SEO non è magia. È un sistema. Un percorso. Una mappa. E quella mappa è qui, nelle tue mani.

Non sei solo in questo viaggio. Siamo migliaia. Professionisti. Piccole aziende. Artigiani digitali. Tutti con lo stesso problema: essere trovati da chi ci cerca.

Proprio ora. Nella nostra città.

Il bello è che non serve essere dei giganti. Anzi.

La SEO locale premia chi conosce il territorio. Chi parla la lingua locale. Chi risponde velocemente. Chi raccoglie recensioni vere. Chi appare sulla mappa quando qualcuno cerca "vicino a me".

Ho scritto questo ebook per te.

Per la piccola azienda che merita di brillare. Per il professionista che vale più dei suoi competitor. Per la media impresa che vuole dominare il proprio territorio.

Per chiunque sia stanco di essere invisibile nella propria città.

Non importa se hai un dipendente o cento. Se fatturi mille euro o un milione.

Le regole della Local SEO sono democratiche. Funzionano per tutti.

Basta conoscerle. Applicarle. Con metodo.

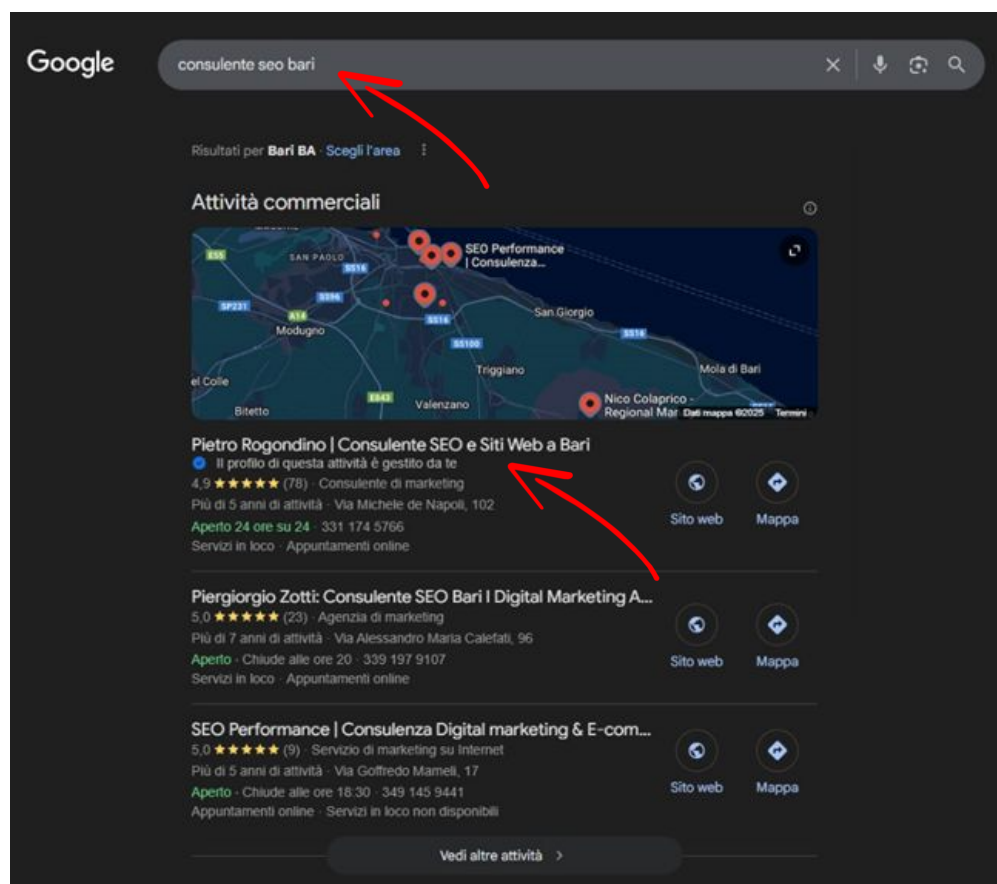
Questo ebook è la tua mappa.

Ogni pagina, un passo verso la visibilità su Google.

Pietro Rogondino

CAPITOLO 1

Come i tuoi clienti ti cercano davvero



"Consulente SEO Bari." Non "Pietro Rogondino". Non il tuo nome. Non il tuo brand.

Prodotto / Servizio + Posizione.

È così che i clienti cercano. Sempre.

"Dentista vicino a me." "Idraulico zona Poggiofranco." "Fiorista Bari."

Hai notato il pattern? Prodotto / Servizio + Posizione. Nient'altro.

Non gli importa chi sei. Gli importa dove sei. E quanto sei vicino. Ora.

Questo è quello che nella SEO si chiama **"intento di ricerca locale"**.

La decisione immediata. Il bisogno urgente. La soluzione a portata di mano.

Chi appare per primo, vince. Chi non appare, non esiste.

Quali sono le "parole magiche" della Local SEO?

Su Google, solo tre tipi di ricerca dominano:

Tipo 1: (vicino a me) "Ristorante vicino a me" "Meccanico vicino a me".

Tipo 2: (città specifica) "Avvocato Bari" "Parrucchiere Monopoli".

Tipo 3: (zona precisa) "Elettricista Poggiofranco" "Farmacia zona San Pasquale".

Tre modi di dire la stessa cosa.

Trovami. Adesso. Qui vicino.

Il tuo lavoro? Intercettarli tutti.

Ma come?

L'errore fatale del "vicino a me" sul proprio sito web

Ecco cosa fanno tutti quelli convinti di fare SEO correttamente. Riempiono le pagine di "vicino a me".

"Miglior ristorante vicino a me a Roma." "Dentista vicino a me Milano centro."

"Idraulico vicino a me 24 ore."

Sbagliatissimo.

MAI inserire "vicino a me" nei tuoi contenuti.

Mai.

Perché? Google lo sa già.

"vicino a me" non è una parola chiave. È un'istruzione per Google.

Quando cerchi "pizzeria vicino a me" da Bari, Google cerca pizzerie a Bari. Pizzerie a Roma. Da Palermo? Pizzerie a Palermo.

Stessa ricerca. Risultati diversi.

Google usa la posizione GPS. Non le tue parole.

Tu scrivi "vicino a me" nel titolo della tua pagina web?

Google ti ignora. Peggio. Ti penalizza.

Sembri spam.

Sembri disperato.

Sembri anche un po' stupido.

La verità sul posizionamento locale (che devi capire)

Non devi inseguire il "vicino a me". Lo devi intercettare.

Come? Sii locale.

Ma davvero locale.

Nome della città nei punti visibili del tuo sito web.

Quartiere nelle pagine di servizio.

Indirizzo completo nel footer.

Google finalmente capisce.

"Questo è locale. Questo serve la zona. Questo è rilevante."

Niente trucchi. Niente "vicino a me". Niente forzature.

Solo presenza. Reale. Verificabile. Locale.

Il "vicino a me" non si scrive.

Si conquista.

Chi vince la battaglia locale?

Dunque, chi appare quando qualcuno cerca "vicino a me"?

Non chi lo scrive. Chi lo dimostra.

Scheda Google Business Profile perfetto.

Recensioni fresche e locali.

Contenuti che parlano del territorio.

Citazioni coerenti ovunque.

Questi vincono.

Ogni giorno. Ogni ricerca. Ogni "vicino a me".

Tu cosa scegli?

Vuoi continuare a scrivere "vicino a me" come un dilettante?

O dominare le ricerche locali come un professionista?

La risposta è nel prossimo capitolo.

CAPITOLO 2

Perché la Local SEO è importante?

Google Ads per "disinfestazione Bari"? 2.18 euro a click.

100 click al giorno? 218 euro. Un mese? 6.540 euro. Un anno? 78.480 euro.

Per cosa?

Per affittare visibilità (anche se non è detto che ogni click diventi un cliente).

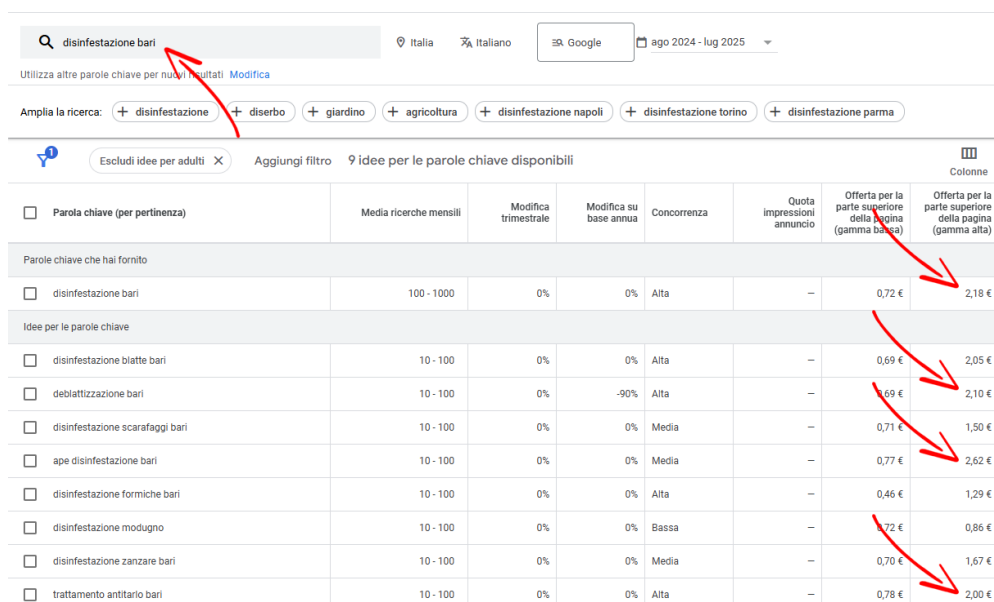
È come pagare l'affitto invece di comprare casa.

Ogni mese. Per sempre.

Finché hai soldi.

Una volta finito il budget, puoi scendere dalla giostra e tornare nella tua "oscurità digitale".

Fine della storia (la tua).



Parola chiave (per pertinenza)	Media ricerche mensili	Modifica trimestrale	Modifica su base annua	Concorrenza	Quota impressioni annuncio	Offerta per la parte superiore della pagina (gamma bassa)	Offerta per la parte superiore della pagina (gamma alta)
Parole chiave che hai fornito							
☐ disinfestazione bari	100 - 1000	0%	0%	Alta	—	0,72 €	2,18 €
Idee per le parole chiave							
☐ disinfestazione blatte bari	10 - 100	0%	0%	Alta	—	0,69 €	2,05 €
☐ deblattizzazione bari	10 - 100	0%	-90%	Alta	—	0,69 €	2,10 €
☐ disinfestazione scarafaggi bari	10 - 100	0%	0%	Media	—	0,71 €	1,50 €
☐ ape disinfestazione bari	10 - 100	0%	0%	Media	—	0,77 €	2,62 €
☐ disinfestazione formiche bari	10 - 100	0%	0%	Alta	—	0,46 €	1,29 €
☐ disinfestazione modugno	10 - 100	0%	0%	Bassa	—	0,72 €	0,86 €
☐ disinfestazione zanzare bari	10 - 100	0%	0%	Media	—	0,70 €	1,67 €
☐ trattamento antitarlo bari	10 - 100	0%	0%	Alta	—	0,78 €	2,00 €

L'alternativa che cambia tutto

Quello che può farti risparmiare budget online si chiama **Local SEO**.

Zero euro a click.

Zero.

Stesso risultato. Anzi, migliore.

Perché?

Perché le persone si fidano di più dei risultati organici rispetto alla pubblicità.

Non dell'annuncio. Ma della risposta vera.

Tu di solito quale clicchi?

L'annuncio con scritto "Ann." in piccolo?

O il primo risultato reale?

Esatto. Proprio quello.

Il ROI che non puoi più ignorare

Ipotizziamo che tu possa investire 1.000 euro in Local SEO.

Una volta.

Risultato? Traffico per mesi. Anni.

Google Ads? 1.000 euro = 458 click.

Due o tre giorni di visibilità se ti va bene. Poi puoi ritornare nel tuo anonimato digitale.

Local SEO? 1.000 euro = posizionamento.

Per sempre. O quasi.

Quale scegli?

Davide contro Golia

Il tuo competitor ha un budget infinito?

Buon per lui.

Tuttavia nella Local SEO i soldi non sono proprio tutto.

Anzi, in teoria non sono quasi niente.

Cosa conta davvero?

Le recensioni autentiche. La presenza costante. Le risposte veloci. I contenuti locali.

Il pizzaiolo sotto casa batte McDonald's.

Come?

300 recensioni a 5 stelle. Foto fresche ogni settimana. Risponde in 10 minuti.

McDonald's? 50 recensioni. Media 3 stelle.

Chi vince?

Il piccolo imprenditore. Sempre.

L'effetto valanga che provoca il posizionamento locale

Prima posizione su Google = 33% dei click.

Un terzo delle visite in prima pagina.

Seconda posizione? 17%.

Terza? 10%.

Quarta? Invisibile.

Non è una gara. È dominio totale.

Chi arriva primo prende tutto.

Gli altri? solo Briciole.

Il momento perfetto per iniziare? Adesso.

Ogni giorno che aspetti, perdi.

Clienti. Soldi. Visibilità.

Scegli tu l'aspetto più importante in cui stai fallendo.

La Local SEO invece è cumulativa.

Oggi una recensione. Domani una citazione. Dopodomani un contenuto.

Si somma. Cresce. Esplode.

Ma tutto questo succede solo se inizi a lavorarci.

I tuoi competitor (forti della loro posizione) al momento dormono.

Ma per quanto ancora?

La tua (nuova) scelta professionale

Vuoi continuare a pagare Google?

Accomodati: 2.18 euro a click. Per sempre.

Oppure vuoi investire una volta e dominare le ricerche online per anni?

Non è questione di budget. È questione di intelligenza.

Cosa scegli?

L'affitto eterno?

O la proprietà digitale?

La risposta è già scritta. Nel prossimo capitolo.

Si chiama Google Business Profile (ex Google My Business).

La tua nuova base operativa.

Gratis. Potente. Tua.

CAPITOLO 3

Come ottimizzare il tuo profilo su Google Business Profile

La trinità sacra del NAP (il tuo nuovo mantra)

Ripeti con me: NAP.

Nome. Indirizzo. Numero di telefono.

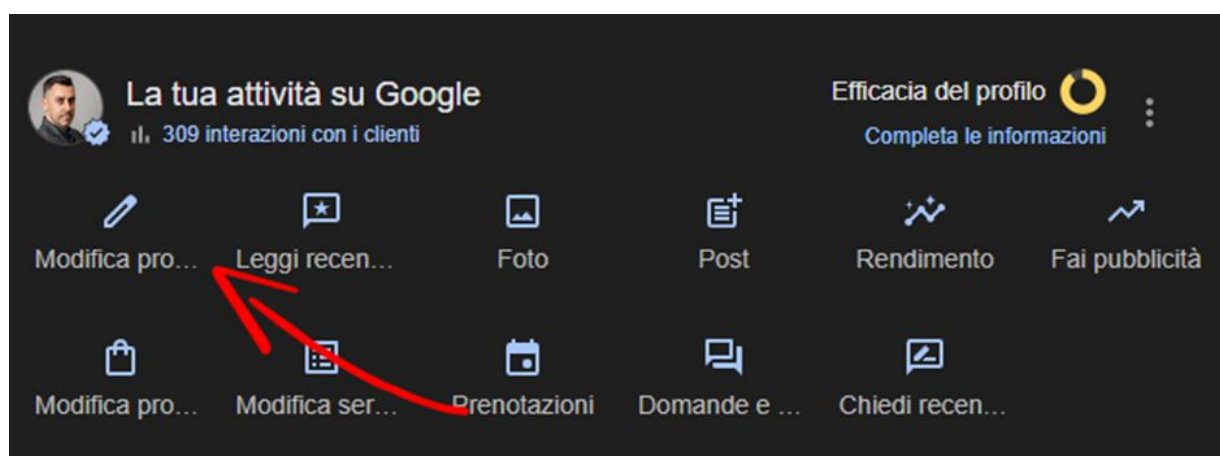
Tre elementi. Una regola ferrea.

Identici. Ovunque. Sempre.

Sul tuo sito: "Pizzeria da Mario" Su Google: "Pizzeria da Mario" Su Facebook: "Pizzeria da Mario".

Non "Pizzeria Mario". Non "Da Mario Pizza". Non "Mario's Pizza".

Identico.



Perché?

Google confronta. Verifica. Incrocia i dati.

Via Sparano 15 qui. Via Sparano, 15 là. Via Sparano n.15 altrove.

Per te è uguale.

Per Google? Tre business diversi.

Confusione = Penalizzazione.

La checklist ossessiva:

Nome: maiuscole e minuscole identiche.

Indirizzo: virgole, punti, abbreviazioni identiche.

Telefono: formato identico (+39 o 0039? Scegli uno).

Paranoia? No. Precisione chirurgica.

Un errore nel NAP può costarti il 30% di visibilità.

Controlla. Correggi. Domina.

Aree di servizio: il tuo territorio di caccia

Hai un ufficio nel centro di Bari. Ma servi tutta la Puglia.

Google lo sa? No.

A meno che tu non glielo dica.

Come impostare le aree di servizio:

Accedi al tuo Google Business Profile.

Cerca "Area di servizio".

Aggiungi. Tutto.

Monopoli. Trani. Barletta. Altamura.

Ogni città che copri.

Ogni quartiere che servi.

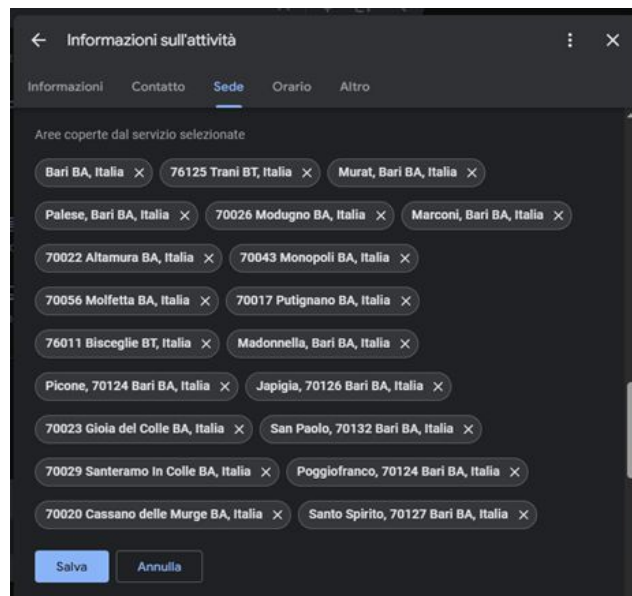
Il trucco del raggio:

Non usare il raggio chilometrico.

"20 km da Bari" è vago.

Lista le città. Una per una.

Google ama la specificità.



Immagini: la prima impressione che conta

Una foto sfocata del tuo negozio nel 2010?

Hai già perso.

Le immagini sono il primo contatto emotivo con il cliente.

Prima del testo. Prima dei prezzi. Prima di tutto.

Cosa caricare (in ordine):

- Logo: professionale, su sfondo bianco.
- Copertina: la tua location, bella, luminosa.
- Team: volti sorridenti, divise pulite.
- Spazi: interni accoglienti, ordinati.
- Prodotti/Servizi: in azione, risultati visibili.
- Certificazioni: diplomi, attestati, premi.

Le regole d'oro:

- Risoluzione minima: 720x720 pixel.
- Formato: JPG o PNG.
- Peso: sotto i 5MB.
- Luce: naturale quando possibile.

Il test dello smartphone:

Guarda le tue foto sul telefono.

Si vedono bene? I dettagli sono chiari?

No? Ricomincia.

Il 70-90% dei potenziali clienti ti vedrà da mobile.

Aggiorna ogni mese.

Nuove foto = attività = ranking migliore.

Google Posts: il tuo blog segreto

Il 95% degli utenti ignora i post di Google.

Errore. Enorme.

Sono visibili direttamente nei risultati di ricerca.

Lì. In evidenza.

4 tipi di post che convertono:

1. Offerta "20% sconto prima visita - Solo Gennaio" (Pulsante: Prenota Ora, Scadenza: automatica).
2. Novità "Nuovo servizio: aperti anche la Domenica" (Foto del team con link al sito).
3. Evento "Open Day gratuito - Sabato 15" (Data e ora automatiche).
4. Prodotto "Menu pranzo business €12" (Foto "appetitosa" - prezzo in evidenza).

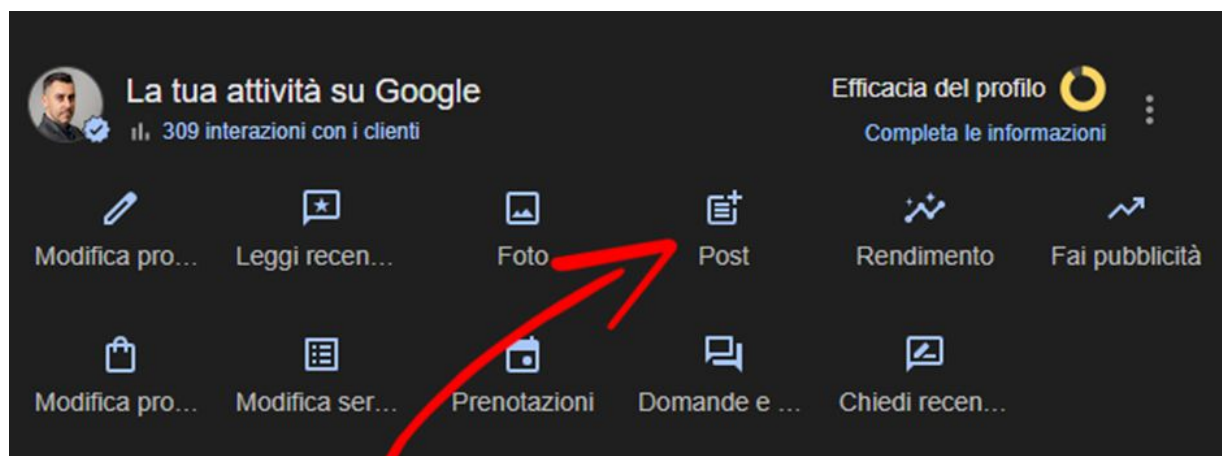
Frequenza ottimale:

Un post a settimana. Minimo.

Due? Meglio.

Ogni post vive 7 giorni. Poi archivio.

Ma Google ricorda l'attività.



Il contenuto che funziona sempre:

Non vendere. Educa.

- "5 modi per risparmiare energia in inverno".
- "Come riconoscere una perdita d'acqua".
- "Perché il condizionatore fa rumore".

Valore gratuito = Fiducia = Cliente.

Una volta acquisita la fiducia di un potenziale cliente, le vendite arriveranno da sole.

Recensioni: il tuo oro digitale

Una verità brutale.

Attività commerciale con 50+ recensioni: 52% di chiamate in più.

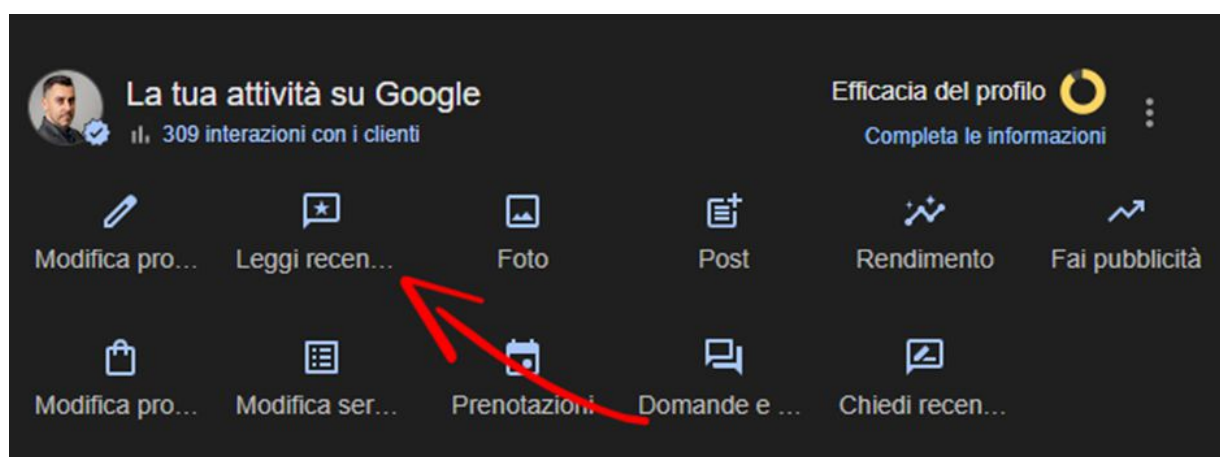
Azienda con <10 recensioni: invisibili.

Non è opinione. È statistica.

Perché le recensioni dominano:

Ranking: peso del 50% nell'algoritmo locale.

Trust: il 91% legge le recensioni prima di scegliere.



Conversione: 4.5 stelle = sweet spot perfetto.

Sotto 4 stelle? Problemi.

Sopra 4.8? Sospetto.

4.5-4.7? Perfetto. Reale. Credibile.

Come ottenere recensioni (senza mendicare)

Timing perfetto: subito dopo il servizio. Quando sono felici.

"Marco, grazie per la fiducia! Se hai 30 secondi, una recensione su Google ci aiuterebbe tantissimo: [link diretto]".

Il link diretto magico:

Non rimandare il cliente ad un Google generico.

Usa: g.page/r/[tuocodice]/review.

(questo è il mio: <https://g.page/r/Cf21WHV9OC0UEBM/review>).

Un click. Recensione. Fatto.

Follow-up automatico:

SMS dopo 24 ore. Email dopo 3 giorni. Reminder dopo 7.

Tre tentativi. Poi stop.

Come gestire le recensioni negative

Arriveranno. Solenni come una cartella di Equitalia (Lol).

È matematica.

Ma è come rispondi che farà la differenza.

La formula perfetta:

Ringrazia (sempre) "Grazie per il feedback, Marco".

Riconosci (senza ammettere colpe legali) "Mi dispiace per l'esperienza non ottimale".

Risolvi (offline) "Ti ho inviato un messaggio privato per risolvere".

Invita (seconda chance) "Spero di poterti servire meglio in futuro".

Tempo di risposta:

Positive: entro 48 ore.

Negative: entro 24 ore.

Sempre. Anche a Ferragosto quando sei in spiaggia.

Il segreto?

Le recensioni negative ben gestite convertono meglio di quelle perfette.

Mostrano che sei umano. Che ci tieni. Che risolvi.

Il sistema per essere primi nelle ricerche locali

Non servono 1000 recensioni.

Servono 50 buone. Recenti. Dettagliate.

Non servono 100 foto.

Servono 20 perfette. Aggiornate.

Non servono post quotidiani.

Serve costanza settimanale.

Google Business Profile non è un progetto. È un processo.

Continuo. Costante. Cumulativo.

Ora hai la mappa.

Il tuo profilo è la tua vetrina.

Lucidala ogni giorno.

CAPITOLO 4

Come trasformare i click in clienti paganti

Design: hai solo tre secondi per non perdere.

È tutto quello che hai. Per convincere qualcuno a restare.

Non 30. Non 10. Tre.

Il tuo sito sviluppato da tuo cugino nel 2015 con sfondo grigio?

Hai già perso.

Font Comic Sans? Un disastro.

Menu confuso?

Click. Via. Competitor.

Il design che converte

Sfondo bianco. Testo nero. Font leggibile. Sans-serif. Un secondo colore in evidenza.

Uno solo.

Bottoni grandi. Pollice-friendly.

Il minimalismo non è povertà.

È chiarezza.

La regola del pollice (non sbaglia mai)

Ogni elemento cliccabile deve essere grande almeno 44x44 pixel.

Il pulsante "Chiama Ora"? Enorme. Verde. Fisso in alto.

Il form contatti? 3 campi massimo.

Nome. Email (o telefono). Messaggio.

Ogni campo in più = 10% conversioni in meno.

Matematica spietata.



Recensioni: la sezione obbligatoria che non dovrebbe mai mancare

Non nascondere mai le tue recensioni in una anonima pagina "Testimonianze".

Inseriscile direttamente in Homepage. Above the fold.

"Marco R. - ★★★★★ 'Idraulico arrivato in 30 minuti. Problema risolto. Prezzo onesto.'"

Nome. Stelle. Testo breve.

Se il tuo sito web è sviluppato in WordPress, installa un plugin gratuito ed importa le Google Reviews.

In questo modo avrai recensioni sempre aggiornate sul tuo sito e non dovrai più preoccupartene.

Il widget gratuito che vedi in foto ti permette di incorporare facilmente le recensioni Google sul tuo sito WordPress. Lo trovi qui:

<https://it.wordpress.org/plugins/wp-reviews-plugin-for-google/>



Clienti felici? No. Vincenti.

I numeri non mentono. Le posizioni conquistate nemmeno.

ECCELLENTE
★★★★★
In base a 78 recensioni
Google



Apulia Case
2025-04-07

★★★★★

Credo che Pietro Rogondino sia un consulente seo senza eguali a Bari. Mi sono rivolto a lui per realizzare il nuovo sito web della mia attività e...

[Leggi di più](#)



mario roberto ragosta
2025-01-27

★★★★★

Ho affidato alla professionalità di Pietro Rogondino la realizzazione del nostro sito web aziendale. Puntuale e preciso, il suo lavoro ha...

[Leggi di più](#)



Luca Olivotto
2024-12-23

★★★★★

Pietro, oltre a essere un SEO Specialist gentile e disponibile, si distingue davvero per la sua competenza e professionalità. In u...

[Leggi di più](#)

Certificazioni e badge

Hai mai notato quei piccoli simboli in fondo ai siti web?

Camera di Commercio. Associazione di categoria. "Attività storica dal 1980".

Sembrano dettagli. Ma non lo sono. Sono ancora di credibilità.

Messaggi silenziosi che sussurrano: "Puoi fidarti di noi."

Dove metterli? Nel footer. O dove catturano lo sguardo.

Piccoli, discreti. Ma sempre presenti.

Quanti ne servono? Non venti. Non dieci.

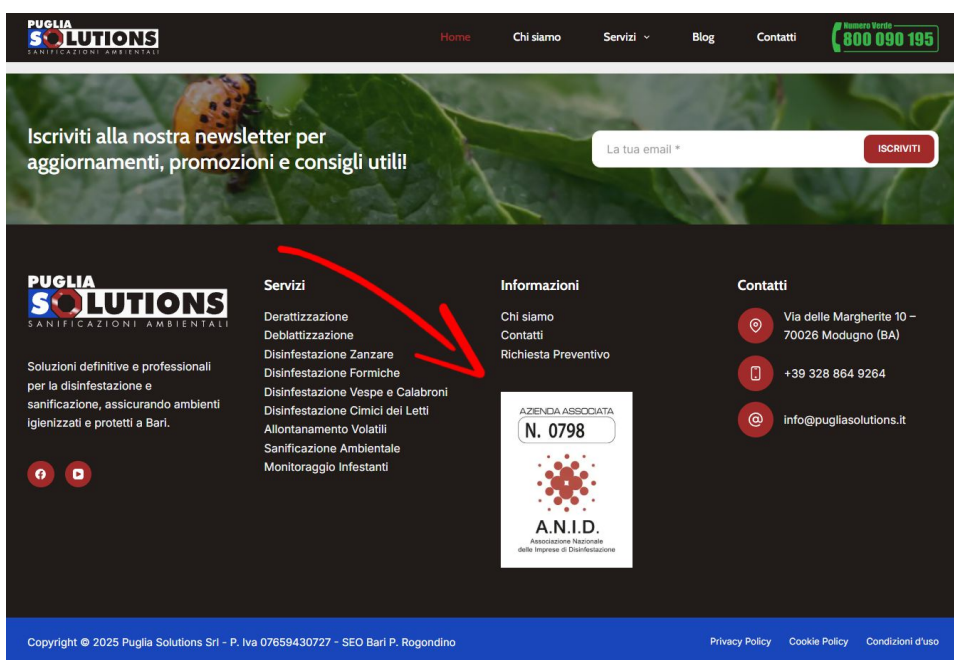
Uno. Massimo tre. I più rilevanti.

Perché funzionano? Perché trasformano lo scetticismo in sicurezza.

In una frazione di secondo.

Il tuo cliente non ti conosce ancora. Ma conosce quelle certificazioni.

E se loro si fidano di te, può farlo anche lui.



Le foto che ti aiutano a vendere in un sito web

Tu. Il team. L'ufficio.

Facce vere. Sorrisi veri.

Stock photos? Mai.

La foto perfetta del team:

- Divise/abbigliamento coordinato.
- Ambiente di lavoro reale.
- Luce naturale.
- Niente pose forzate.

Una foto autentica vale 100 loghi.



Questa "Stock Photo" è solo a titolo di esempio

SEO On-Page: le basi che tutti sbagliano

H1 - Il titolo che Google legge per primo:

Uno per pagina. Mai due.

"Idraulico Bari Centro - Interventi in 1 Ora"

Non "Benvenuti sul nostro sito".

Non "Home".

Non "Chi siamo".

Servizio + Città. Sempre.

H2 - I sottotitoli che guidano:

"Servizi di idraulica d'emergenza" "Zone servite a Bari" "Recensioni dei nostri clienti".

Descrittivi. Con keywords. Naturali.

Meta Title - Cosa appare su Google:

55 caratteri max.

"Dentista Bari Centro | Studio Rossi | Prenota Ora"

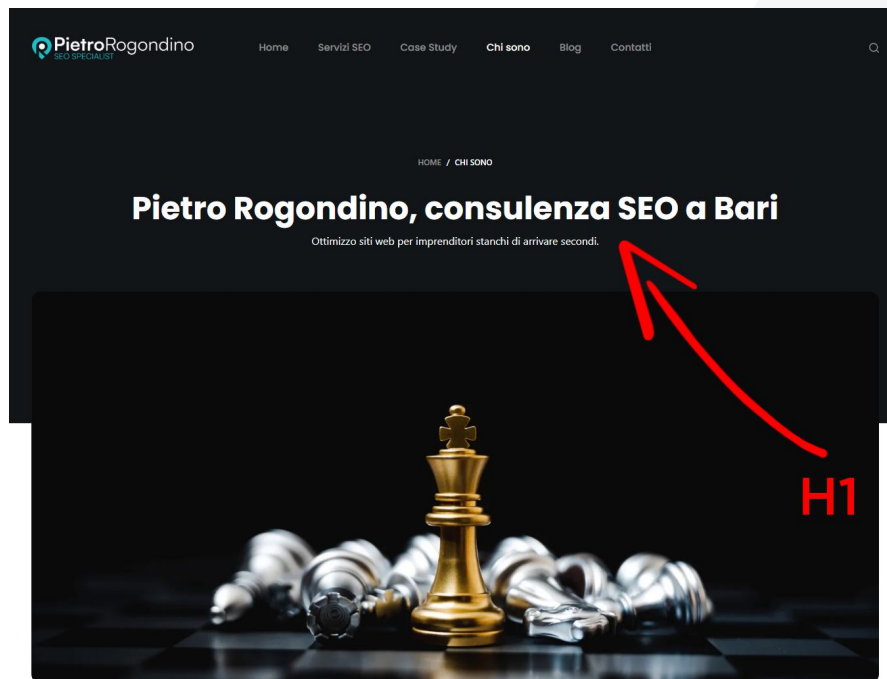
Brand alla fine. Servizio e città all'inizio.

Meta Description - Il tuo pitch in 155 caratteri:

"Studio dentistico a Bari Carrassi. Aperti sabato. Prima visita €50. Emergenze in giornata. 500+ recensioni 5 stelle. Prenota: 02-1234567".

Numeri. Benefici. Call to action.

Non filosofia. Fatti.



Basta guardare gli altri in prima pagina. Adesso è il tuo turno.

Ciao. Sono Pietro Rogondino. Ho 18 anni ad ottimizzare siti web per aziende in tutta Italia. Tuttavia non sono qui per annunciarli con i soliti dettagli tecnici: algoritmi, densità di parole chiave, o backlink. Quelle sono solo le leve.

Sono qui perché c'è una verità scomoda che ti tormenta ogni giorno: il tuo sito web è invisibile!

Lo sai. Lo senti. Apri Google, digiti quello che fai, quello che vendi. E trovi tutti, tranne te. Un'assenza che brucia. Ogni giorno, clienti con il portafoglio in mano cercano esattamente ciò che offri, ma finiscono per trovare i tuoi concorrenti. Non è un problema di prodotto. È un problema di visibilità. E quel dolore che senti? Quella frustrazione? È un buon segno. Significa che sei vivo. E sei arrabbiato a sufficienza per voler cambiare.



Pagine Località: il moltiplicatore della visibilità della tua azienda

Una sede nella zona industriale di Bari?

Ma servi anche Polignano, Monopoli, Mola di Bari?

Una pagina per ogni zona.

La struttura perfetta:

URL: tuosito.it/elettricista-bari-san-pasquale.

H1: "Elettricista a Bari San Pasquale - Interventi Rapidi".

Contenuto: 300 parole minimo.

Cosa scrivere (template):

Paragrafo 1: Il servizio nella zona "Serviamo Bari San Pasquale da 15 anni. Conosciamo ogni palazzo, ogni impianto."

Paragrafo 2: Specificità locali "Dal palazzo di Via Amendola alle nuove costruzioni di Via Re David."

Paragrafo 3: Recensioni della zona "'Arrivati in Via dei Mille in 20 minuti' - Giuseppe M."

Paragrafo 4: Call to action "Emergenza elettrica a Bari San Pasquale? Chiamaci: 02-123456".

Il trucco delle 10 pagine:

10 quartieri = 10 pagine = 10x visibilità.

Non duplicare. Personalizza.

Ogni pagina unica. Ogni pagina specifica.

Google premia la rilevanza locale.

Schema Markup: il codice segreto del tuo sito web

Schema markup.

Il 95% degli imprenditori non sa cos'è.

Il 5% invece lo sa e domina le ricerche locali.

Te lo spiego in due parole: è una porzione di codice che Google capisce.

Questo codice spiega nel dettaglio a Google:

- Questo è il mio indirizzo.
- Questi sono i miei orari.
- Queste le mie recensioni.
- Questo il mio numero.

Come implementarlo:

Aggiungi il codice nel tuo sito web.

Se non sai farlo posso aiutarti io.

In questo modo Google inizierà ad "ascoltarti".

E i clienti ti troveranno.

Semplice. Efficace. Devastante.

La domanda non è se funziona.

È perché aspetti ancora.

```
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "Electrician",
  "name": "Elettricista San Pasquale",
  "description": "Elettricista professionista a Bari, quartiere San Pasquale. Pronto intervento e installazioni.",
  "telephone": "+39-080-1234567",
  "email": "info@elettricista-bari.it",
  "address": {
    "@type": "PostalAddress",
    "streetAddress": "Via Amendola 123",
    "addressLocality": "Bari",
    "addressRegion": "BA",
    "postalCode": "70126",
    "addressCountry": "IT"
  },
  "geo": {
    "@type": "GeoCoordinates",
    "latitude": 41.1171,
    "longitude": 16.8719
  },
  "areaServed": {
    "@type": "City",
    "name": "Bari"
  },
  "openingHours": "Mo-Fr 08:00-19:00, Sa 08:00-13:00",
  "priceRange": "€€",
  "aggregateRating": {
    "@type": "AggregateRating",
    "ratingValue": "4.8",
    "reviewCount": "237"
  },
  "sameAs": [
    "https://www.facebook.com/elettricistabari",
    "https://goo.gl/maps/esempio123"
  ]
}
```

Questo è uno schema markup abbastanza basilare che ho usato solo a titolo di esempio, ma ce ne sono tanti altri in base alla tua attività.

Visita questo sito per ulteriori dettagli: <https://schema.org/docs/schemas.html>

Mobile: il test definitivo

Apri il tuo sito dal tuo telefono.

Adesso.

Riesci a:

- Chiamare con un tap?
- Vedere l'indirizzo subito?
- Leggere senza zoomare?
- Navigare con una mano?

No? Stai perdendo il 70% dei clienti.

Le 5 correzioni immediate:

- Font minimo 16px.
- Bottoni 44x44px.
- Click-to-call in header fisso.
- Menu hamburger, non desktop.
- Form con campi grandi (max 3 campi).

Testalo su iPhone SE. Se funziona lì, funziona ovunque.

La conversione finale

Il tuo sito non deve vincere premi. Deve convertire.

Visitatore → Lead → Cliente.

Ogni elemento deve spingere all'azione.

Ogni pagina deve rispondere: "E quindi?".

Recensioni? → Chiama ora.

Servizi? → Prenota gratis.

Chi siamo? → Contattaci.

Non è arte. È business.

CAPITOLO 5

Keywords locali: cosa i clienti cercano davvero

La verità sulle ricerche locali

Le persone non cercano te.

Cercano soluzioni.

"Idraulico Bari" non "Idraulica Rossi Srl".

"Dentista vicino a me" non "Studio Dr. Bianchi".

"Pizzeria aperta ora" non "Pizzeria da Mario".

Il tuo nome? Irrilevante.

Il loro problema? Tutto.

Ecco perché il 97% dei siti aziendali è invisibile.

Perché parlano sempre e solo di sé. Non delle soluzioni che gli altri cercano.

I 3 tipi di ricerca che devi intercettare

Tipo 1: Servizio + Località

Esempi reali:

- "Elettricista Poggiofranco".
- "Parrucchiere Bari centro".
- "Meccanico zona San Pasquale".
- "Notaio Carrassi".

Intento chiaro. Bisogno immediato.

Tipo 2: Problema + Soluzione

Esempi che convertono:

- "Perdita acqua bagno Bari".
- "Mal di denti sabato Bari".
- "Serratura bloccata notte Bari".
- "Computer non si accende Bari".

Chi cerca così? Compra subito.

Tipo 3: Qualità + Servizio

Le ricerche ad alto valore:

- "Miglior ristorante pesce Bari".
- "Avvocato divorzista economico Bari".
- "Dentista bambini Bari".
- "Wedding planner lusso Bari".

Specifico = Pronto a spendere.

Google Autocomplete: la tua miniera d'oro gratuita

Apri Google.

Digita: "Elettricista a..."

Cosa suggerisce?

- "Elettricista a Milano".
- "Elettricista a Bari".
- "Elettricista a domicilio".
- "Elettricista a buon prezzo".

Ogni suggerimento = migliaia di ricerche reali.

Il trucco dell'underscore:

Digita: "_ elettricista Bari"

Google riempie:

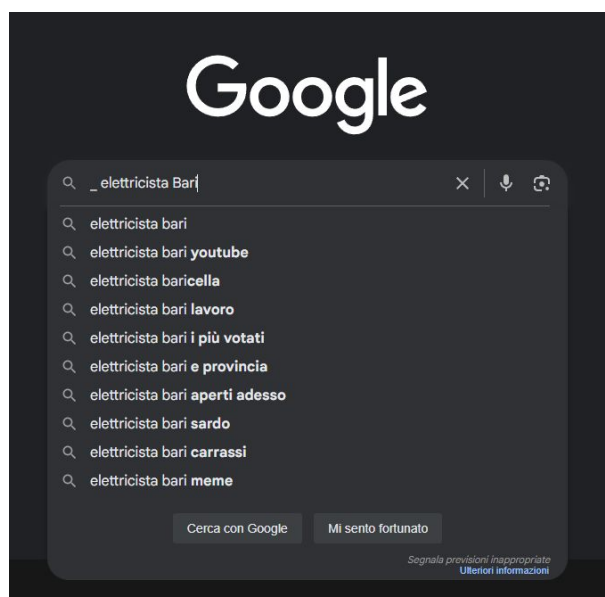
- "Miglior elettricista Bari".
- "Cerco elettricista Bari".
- "Pronto elettricista Bari".

Oppure: "elettricista Bari _"

Google completa:

"elettricista Bari economico".
"elettricista Bari urgente".
"elettricista Bari recensioni".

Gratis. Immediato. Reale.



Esempi pratici per ogni settore:

Ristorante:

- "ristorante _ Bari" → romantico, pesce, vegano.
- "_ pranzo Bari" → miglior, veloce, economico.

Dentista:

- "dentista _ Bari" → urgente, economico, bambini.
- "_ denti Bari" → sbiancamento, impianto, devitalizzazione.

Idraulico:

- "idraulico _ Bari" → 24 ore, domenica, economico.
- "_ bagno Bari" → perdita, ristrutturazione, scarico.

Ogni combinazione = una pagina del tuo sito.

Le parole chiave problema (quelle che nessuno usa)

La gente non sempre cerca "servizi idraulici".

Cerca "water che perde".

Esempi reali ad alta conversione:

Elettricista:

- "Salvavita scatta continuamente".
- "Presa che fa scintille".
- "Blackout solo in cucina".

Dentista:

- "Gengive che sanguinano".
- "Dente rotto sabato sera".
- "Dolore masticazione freddo".

Meccanico:

- "Auto che vibra in accelerazione".
- "Rumore metallico frenata".
- "Motore che si spegne al semaforo".

Avvocato:

- "Multa autovelox contestare".
- "Licenziamento senza preavviso".
- "Separazione con figli minori".

Una pagina per ogni problema = cliente che ti trova.

Keyword Planner: i numeri che contano per la tua visibilità

Osserva il numero di ricerche per:

- ristoranti a bari.
- pizzerie bari.
- ristorante pesce bari.

Ogni numero = opportunità.

Q

ristoranti bari

Città Metropolitana di Bari, Puglia, Italia e It...

🇮🇹 Italiano

🔍 Google

📅 lug 2025

Amplia la ricerca:

+ ristoranti

+ pranzo

+ vita notturna

+ ristoranti giovinezza

+ ristoranti roma

+ bar bari

+ ristoranti verona

🔍

Escludi idee per adulti

X

Aggiungi filtro

1.543 idee per le parole chiave disponibili

Col

☐ Parola chiave	↓ Media ricerche mensili	Modifica trimestrale	Modifica su base annua	Concorrenza	Quota impressioni annuncio	Offerta per la parte superiore della pagina (gamma bassa)	Offerta per la parte superiore della pagina (gamma alta)
Parole chiave che hai fornito							
☐ ristoranti bari	10000 - 100000	0%	0%	Bassa	—	0,11 €	0,71 €
Idee per le parole chiave							
☐ ristoranti a bari	10000 - 100000	0%	0%	Bassa	—	0,11 €	0,71 €
☐ ristorante a bari	10000 - 100000	0%	0%	Bassa	—	0,11 €	0,71 €
☐ bari ristoranti	10000 - 100000	0%	0%	Bassa	—	0,11 €	0,71 €
☐ ristorante di bari	10000 - 100000	0%	0%	Bassa	—	0,11 €	0,71 €
☐ pizzerie bari	1000 - 10000	-90%	-90%	Bassa	—	0,09 €	0,56 €
☐ the fork bari	1000 - 10000	+900%	0%	Bassa	—	0,06 €	0,43 €
☐ ristorante pesce bari	1000 - 10000	0%	0%	Bassa	—	0,11 €	0,40 €

Il filtro segreto:

Clicca su "Località" e perfeziona la tua posizione.

Ora vedrai SOLO le ricerche della tua zona.

- "pizzeria Bari" - 1400 ricerche / mese.
- "pizza da asporto Bari" - 700 ricerche / mese.

Piccoli numeri? Grande opportunità.

Meno concorrenza. Più conversione.

Dove inserire le keywords strategiche (e dove no)

SÌ - Dove inserirle:

- ✓ Title tag: "Idraulico Bari Carrassi | Pronto Intervento".
- ✓ H1: "Idraulico Professionista a Bari Carrassi".
- ✓ Prime 100 parole del testo.
- ✓ Alt text immagini: "idraulico-assistenza-h24-bari".
- ✓ URL: /idraulico-bari-carrassi.

NO - Errori fatali:

- ✗ Ripetere 50 volte "idraulico Bari".
- ✗ Testo invisibile bianco su bianco.
- ✗ Footer con 100 keyword.
- ✗ "Idraulico Bari, idraulico Bari Carrassi, idraulico a Carrassi...".

Google non è stupido.

Sembra spam? È spam.

Penalizzazione garantita.

In conclusione

Le parole chiave non sono parole.

Sono intenzioni.

Bisogni.

Problemi da risolvere.

Trova i problemi.

Offri soluzioni.

Domina le tue ricerche locali.

CAPITOLO 6

Backlink e citazioni: la tua rete di autorità

Un backlink è un voto che il tuo sito riceve sul web.

In questo caso, un altro sito comunica ai motori di ricerca: "Hey, questo sito merita attenzione".

E Google ascolta.

Un link dalla Gazzetta del Mezzogiorno al tuo ristorante? Vale più di 1000 visite.

Un link dalla Camera di Commercio? Certificazione di esistenza.

Un link dal blog dello stesso tuo settore? 100% pertinenza e rilevanza.

Ogni link è un mattone. E tu con questi mattoni costruisci la tua autorità.

Secondo le statistiche (verificate) 2025 sulla link building offerte dal prestigioso sito Aioseo.com:

1. Nei primi 100 domini classificati su Google, quasi tutti (92,3%) hanno almeno un backlink.

2. Il risultato numero 1 ha un numero di backlink 3,8 volte superiore a quello dei risultati nelle posizioni 2-10.

La differenza brutale:

Sito con 0 backlink locali = Invisibile.

Sito con 10 backlink locali = Pagina 2.

Sito con 50 backlink locali = Top 3.

Non servono migliaia di backlink. Servono quelli giusti.

Le directory locali: i primi siti essenziali su cui presenziare

Inizia qui. Sempre.

I magnifici 5 (obbligatori)

- Google My Business.
- Pagine Gialle.
- Yelp.
- TripAdvisor (se pertinente).
- Camera di Commercio locale.

Altre directory fondamentali:

- Virgilio.it.
- Misterimprese.it.
- Hotfrog.it.
- Cylex.it.
- Infobel.it.
- Comuni-italiani.it.

Alcuni siti specializzati 5 (per settore):

- TheFork (ristoranti).
- Docplanner (medici).
- Habitissimo (casa/edilizia).
- Matrimonio.com (wedding).
- Avvocati.it (legale).

Tutte queste citazioni = Base solida.

Risultato? Per sempre.

Come ottenere backlink locali (senza mendicare)

Strategia 1: Eventi locali

Sponsorizza la squadra di calcio del quartiere.

Investimento: €500.

Ritorno: Link dal loro sito + visibilità locale

Esempi reali:

"Pizzeria Mario sponsor della ASD Bari".

"Studio Rossi sostiene la Croce Rossa locale".

"Bar Centrale partner del Festival XYZ".

Strategia 2: Media locali

Il giornale di zona cerca sempre contenuti.

Proponiti come scrittore di articoli:

- "5 consigli per risparmiare sul riscaldamento".
- "Come scegliere il bouquet perfetto".
- "Guida ai mercatini del quartiere".

Firma: "Mario Rossi, titolare di [tua attività + link]".

Strategia 3: Partner commerciali

Hai fornitori? Clienti B2B? Partner?

Chiedi: "Possiamo inserirvi nella nostra pagina partner con un link reciproco?"

Win-win. (attento però a non esagerare perché lato SEO potrebbe essere controproducente).

Esempi pratici:

- Architetto ↔ Impresa edile.
- Wedding planner ↔ Fotografo.
- Ristorante ↔ Azienda vinicola.
- Palestra ↔ Nutrizionista.

Il Guest Post locale (fatto bene)

Non spam. Valore.

Trova blog locali:

Google: "blog Bari" + tuo settore "Blog food Bari" "Blog mamme Bari" "Blog viaggi Bari".

Proponi articoli utili:

Non: "I nostri servizi sono i migliori".

Sì: "10 ristoranti kid-friendly a Bari" (uno sei tu, gli altri 9 sono colleghi).

Sì: "Guida definitiva al matrimonio in Puglia" (tu sei uno dei vendor citati).

Il template che funziona:

"Ciao [nome], Seguo il tuo blog da tempo. Il post su [articolo specifico] era fantastico.

Ho notato che non hai ancora coperto [argomento].

Posso scrivere un articolo di 800 parole su [titolo proposto]?

Gratis. Esclusivo. Con 3 immagini originali.

Che ne dici?"

Tasso di successo: 20%. 2 email su 10 = 1 backlink di qualità.

Le citazioni che Google ama

Non tutte le citazioni sono uguali.

Citazioni strutturate (le migliori):

- Nome: campo dedicato.
- Indirizzo: campo dedicato.
- Telefono: campo dedicato.
- Link: cliccabile.

Citazioni non strutturate (utili comunque):

"La Pizzeria da Mario di Via Roma 15 a Bari..." Menzione in un articolo.

Google capisce. Conta. Valida.

Dove trovarle:

- Articoli di giornale locale / Post di blog di zona.
- Elenchi fornitori di partner.
- Comunicati stampa locali.

Il sistema di monitoraggio

Come sai se funziona?

Vai su Google Search Console e controlla "Link che rimandano al tuo sito".

Google Alerts: Imposta alert per "nome tua attività".

Metriche da tracciare:

- Mese 1: 5 citazioni, 2 backlink.
- Mese 2: 15 citazioni, 5 backlink.
- Mese 3: 30 citazioni, 10 backlink.

Pattern crescente = Stai vincendo.

Il test finale:

Cerca: "nome tua attività" + città.

Quanti risultati?

< 10 = Problema.
10 - 50 = Base.
50 - 100 = Buono.
100+ = Sei il top!!!

L'errore che uccide tutto

Comprare backlink (Hashtag #chetelodicoafare).

"1000 backlink per € 50".

No. Mai.

Google sa. Sempre.

Penalizzazione garantita.

Meglio 5 link veri che 5000 spam.

Qualità > Quantità.

Sempre.

In conclusione

I backlink non si chiedono.

Si meritano.

Le citazioni non si comprano.

Si costruiscono.

Giorno dopo giorno.

Link dopo link.

È una maratona.

Non uno sprint.

Ma chi arriva in fondo, domina.

CAPITOLO 7

Le recensioni: il carburante della Local SEO

La verità che nessuno ti dice

Le recensioni non sono opinioni.

Sono ranking su Google.

Il 50% (e forse anche di più) del tuo posizionamento locale dipende da loro.

Cinquanta per cento.

Non dal tuo sito perfetto. Non dalle tue keyword. Non dai tuoi backlink.

Dalle parole dei tuoi clienti.

I numeri che devi sapere:

0-10 recensioni = Non esisti.

10-50 recensioni = Sei visibile.

50-100 recensioni = Competi.

100+ recensioni = Domini.

Ma c'è di più.

L'88% delle persone si fida delle recensioni online quanto dei consigli degli amici.

Ottantotto per cento.

Le recensioni sono il nuovo passaparola.

Digitale. Permanente. Pubblico.

Il timing perfetto (quello che funziona davvero)

Quando chiedere una recensione?

Non quando vuoi tu.

Ma quando il cliente è felice.

Il momento magico:

- Ristorante? Mentre paga il conto.
- Dentista? Appena finito senza dolore.
- Idraulico? Problema risolto, acqua che scorre.
- Avvocato? Caso vinto, stretta di mano.

L'emozione positiva dura 48 ore.

Dopo? Dimenticato.

La sequenza che converte:

Ora 0 - Servizio completato "Tutto risolto! È andato tutto bene?".

+2 ore - SMS "Grazie per la fiducia, Marco! Se hai 30 secondi: [link recensione]".

+24 ore - Email "Spero che tutto funzioni perfettamente. Una recensione ci aiuterebbe tantissimo: [link]".

+7 giorni - Ultimo tentativo "Ciao Marco, tutto ancora ok? Se sì, ci farebbe piacere una recensione: [link]".

Poi stop.

Non stalkerare. Non insistere.

3 tentativi. Conversion rate: 35%.

Il sistema automatico che genera recensioni

Non chiedere manualmente.

Automatizza.

Setup in 4 passi:

1. Il link diretto

Non mandare a Google generico.

Crea il tuo link recensioni:

- Vai su Google My Business.
- Cerca "Ottieni più recensioni".
- Copia il link breve (esempio: g.page/r/[tuocodice]/review).

2. Il QR code

Genera QR del link recensioni. Stampalo ovunque:

- Scontrino.
- Biglietto da visita.
- Firma in calce nella email.

3. L'SMS automatico

Usa tool come:

- SMSup.
- Skebby.
- MessageBird.

Template: "Ciao [nome], grazie! La tua opinione conta: [link] Mario - [tua attività]"
67 caratteri. Diretto. Efficace.

4. L'email follow-up

Oggetto: "Tutto ok, [nome]?".

"Ciao [nome],

Spéro sia andato tutto bene con [servizio].

Se hai 30 secondi, una recensione su Google ci aiuta tantissimo:

[BOTTONE GRANDE: Lascia una Recensione]

Grazie! Mario".

Semplice. Personale. Non spam.

Le parole magiche che funzionano

Non dire: "Lasciaci una recensione".

Freddo. Generico. Ignorato.

Fraasi che convertono:

- "La tua opinione aiuta altri clienti come te".
- "Raccontaci com'è andata".
- "Bastano 30 secondi per supportare un business locale".
- "Aiutaci a migliorare con il tuo feedback".

Il trucco psicologico:

Non chiedere "una recensione".

Chiedi "di condividere l'esperienza".

Non è valutazione. È storytelling.

La gente ama raccontare storie.

Come gestire le recensioni negative (e uscirne più forti)

Arriveranno.

Come una cartella esattoriale di Equitalia.

È matematica.

100 clienti felici, 1 arrabbiato.

Chi scrive la recensione?

L'arrabbiato.

La formula per rispondere:

Entro 24 ore. Sempre.

"Grazie per il feedback, [nome].

Mi dispiace per l'inconveniente.

Ti ho scritto in privato per risolvere.

Mario - Titolare"

Stop.

Non giustificarti. Non accusare. Non ignorare.

Risolvi offline.

Il paradosso delle recensioni negative:

Business con solo 5 stelle? Sospetto. Business con 4.6 stelle? Credibile.

Le recensioni negative ben gestite aumentano la fiducia.

In questo caso mostrano che:

- Sei umano.
- Ascolti.
- Risolvi e non te ne fregghi.

Esempio reale:

Cliente: "Pizza arrivata fredda, non ordinerò mai più da questa pizzeria!".

Risposta: "Mi dispiace Marco! Non doveva succedere. Ti ho inviato un messaggio per rimediare. La prossima pizza è offerta da noi.".

Risultato?

Marco modifica in 4 stelle.

Chi legge?

Vede che risolvi i problemi e soprattutto, che ci tieni al cliente.

Oltre Google: le altre piattaforme

Google non è tutto.

Dipende dal settore.

Altre piattaforme utili alla causa sono:

Ristoranti:

- TripAdvisor (fondamentale).
- TheFork.
- Facebook.
- Instagram.

Hotel/B&B:

- Booking.com.
- TripAdvisor.
- Expedia.
- Airbnb.

Liberi professionisti:

- LinkedIn.
- Facebook.
- Settoriali specifici.

Retail/Negozi:

- Facebook.
- Google.
- Trustpilot.

La strategia multi-piattaforma:

Prima Google. Sempre.

Poi una seconda piattaforma principale.

Non disperdere. Concentra.

100 recensioni Google + 50 TripAdvisor > 20 ovunque.

L'errore che fanno tutti (ma che non ti raccontano mai)

Comprare recensioni.

"50 recensioni 5 stelle a sole € 99.00".

No. Assolutamente No. Mai.

Google sa.

Come?

- Stesso IP.
- Stesso periodo.
- Profili fake.
- Testo generico.

Risultato?

Penalizzazione. O peggio: ban totale.

Come l'algoritmo di Google riconosce le recensioni fake:

- Account senza storia.
- Recensioni solo positive.
- Testo troppo perfetto.
- Tutte nello stesso periodo.
- Nessuna risposta del proprietario.

Una recensione vera vale 100 fake. Sempre.

La verità finale

Le recensioni non sono ego. Sono business.

Ogni stella in più = 5-9% di revenue in più.

Da 3.5 a 4.5 stelle? +25% di clienti.

Da 4.5 a 4.8? +40% di conversioni.

Non è opinione. È statistica.

CAPITOLO 8

Cosa misurare per dominare la ricerca locale

La verità che fa male

Il 90% delle aziende fa Local SEO alla cieca.

Pubblica. Spera. Prega.

Non sa se funziona. Non sa cosa funziona. Non sa perché non funziona.

Naviga nel buio.

Lo fa solo perché lo fanno gli altri competitor.

Tu?

Accendi la luce.

Misurare non è opzionale.

È sopravvivenza.

Senza numeri, sei solo una mera opinione.

Con i numeri, sei scienza.

Senza dati, sei solo fortuna (quando ti va bene).

Con i dati, sei strategia.

Cosa preferisci?

Le 7 metriche che dovrebbero diventare il tuo mantra

Non tutto va misurato.

Ma solo quello che porta clienti.

1. Posizione Media (Il Re)

Dove appari per le tue keyword?

"Idraulico Bari": Posizione 3 "Idraulico urgente Bari": Posizione 1 "Idraulico economico Bari": Posizione 8.

Target: Top 3 per tutto.

Sotto la posizione 3? Invisibile.

2. Click Maps / Google Business Profile

Quanti cliccano dalla mappa?

Mese scorso: 450 click.

Questo mese: 680 click.

+51% = Stai vincendo.

3. Chiamate da Google Business Profile

Il telefono squilla da Google?

Gennaio: 45 chiamate.

Febbraio: 78 chiamate.

Marzo: 125 chiamate.

Trend crescente = Soldi in arrivo.

4. Direzioni richieste

Quanti chiedono indicazioni?

Business fisico? Metrica d'oro.

100 direzioni = 70 visite = 20 clienti.

Apri gli occhi soprattutto su questa metrica... sono soldi in arrivo!

5. Impression Local Pack

Quante volte appari nel box mappa?

10.000 impression / mese? 1% CTR = 100 visite gratis.

6. Conversion Rate

100 visitatori → 3 clienti = 3% 100 visitatori → 10 clienti = 10%

Differenza? 3x fatturato.

Stesse visite.

7. Revenue per Local Search

Il numero finale.

Quanto fatturi dal Local SEO?

€5.000 / mese? €10.000? €50.000?

Questo è l'unico numero che conta davvero.

Come leggere i dati (senza impazzire)

I dati mentono se non li guardi nel modo giusto.

Mai guardare:

- ✗ Un giorno solo (troppo rumore).
- ✗ Vanity metrics (like, follower).
- ✗ Dati senza contesto.

Guarda sempre:

- ✓ Trend mensili.
- ✓ Confronto periodo precedente.
- ✓ Correlazione azione → risultato.

Esempio pratico:

Gennaio: 50 chiamate, 10 recensioni pubblicate.

Febbraio: 55 chiamate, 2 recensioni pubblicate.

Marzo: 48 chiamate, 0 recensioni pubblicate.

Correlazione chiara.

Recensioni → Chiamate.

Stop recensioni → Stop crescita.

Come spiare la concorrenza (in modo legale)

I tuoi competitor sono il tuo benchmark.

Pertanto, hai bisogno di monitorarli costantemente.

Qual'è il Tool gratuito definitivo per fare ciò?

Google.

Cerca: "tuo servizio + città"

Chi è primo? Secondo? Terzo?

Analizza:

Il loro Google Business Profile:

- Quante recensioni?
- Media stelle?
- Quante foto?
- Frequenza Post?
- Rispondono alle Q&A?

Il loro sito:

- Quante pagine località?
- Blog aggiornato?
- Schema markup? (test con Google)
- Mobile friendly?

I loro backlink:

- Google: "nome competitor".
- Quanti risultati?
- Da quali siti?

Crea un file:

"Competitor Analysis"

COMPETITOR	RECENSIONI	BACKLINK	PAGINE	PUNTI DEBOLI
Mario Srl	125	~30	5	Sito lento
Giuseppe & C	89	~45	12	Zero blog
TuoNome	45	15	8	Da migliorare

Obiettivo?

Battere il primo.

Non di poco. Del 20%.

Lui 125 recensioni? Tu 150. Lui 30 backlink? Tu 40. Lui 5 pagine? Tu 10.

ROI: il numero che giustifica tutto (e fa felice il tuo portafoglio)

Quanto spendi vs quanto guadagni?

Calcolo semplice:

Investimento Local SEO:

- Tempo: 10 ore/mese $\times$ €50 = €500.
- Tool: €0 (tutto gratis).
- Totale: €500/mese.

Ritorno:

- Nuovi clienti da Local: 20.
- Valore medio cliente: €500.
- Revenue: €10,000.

$$\text{ROI} = (10,000 - 500) / 500 = 1,900\%.$$

Millenovecento per cento.

Ti sfido a trovare un altro investimento così nel tuo settore.

L'errore che tutti fanno

Guardare tutto. Capire niente.

Paralisi da analisi.

100 metriche nella dashboard. 50 grafici. 20 report.

Zero azioni.

La verità:

Servono 7 numeri. Controllati 1 volta al mese. 10 minuti totali.

Più analisi $\neq$ Più risultati.

Più azioni = Più risultati.

Misura poco. Agisci tanto.

Il sistema perpetuo

Misura → Analizza → Migliora → Ripeti

Ogni settimana:

- Check veloce Google Business Profile.
- Risposta recensioni.
- Un'azione di miglioramento.

Ogni mese:

- Check completo della Dashboard.
- Analisi competitor.
- Organizzazione piano mese successivo.

Ogni trimestre:

- Review strategia.
- Obiettivi nuovi.
- Celebrazione vittorie :)

La Local SEO non è uno sprint. È una maratona.

Ma con il cronometro.

In conclusione

I numeri non mentono.

Le opinioni sì.

I dati sono la tua bussola.

Senza, navighi a caso.

Con loro, vai dritto alla meta.

La meta?

Prima posizione. Telefono che squilla. Clienti che entrano. Fatturato che cresce.

Tutto misurabile. Tutto migliorabile. Tutto tuo.

CAPITOLO 9

Adesso tocca a te fare la differenza

Hai tutto

Otto capitoli.

Otto potenti "armi" per migliorare la tua visibilità aziendale.

La mappa completa per dominare la SEO locale nella tua città.

Non ti serve altro.

Non un altro corso. Non un altro guru. Non un'altra strategia segreta.

Hai tutto.

Qui. Ora. Nelle tue mani.

Quello che sai ora

Sai come i clienti ti cercano. "Vicino a me". Non il tuo nome.

Sai perché la Local SEO batte tutto. Zero costi ricorrenti. ROI del 1.900%.

Sai come ottimizzare Google Business Profile. La tua vetrina digitale. Gratis. Potente.

Sai come trasformare il tuo sito. Da inutile vetrina digitale del tuo ego a macchina digitale che trasforma i click in clienti.

Sai quali parole chiave intercettare. Problemi, non servizi. Soluzioni, non ego.

Sai come costruire autorità. Backlink locali. Citazioni ovunque.

Sai come moltiplicare le recensioni. Il carburante che ti spinge in alto.

Sai come misurare il successo. 7 metriche. 10 minuti al mese.

La differenza tra te e loro

I tuoi competitor?

Non sanno.

O peggio: sanno ma non fanno perché in questo momento sono posizionati meglio di te e tanto basta.

Leggono. Annuiscono. Rimandano.

"Lo farò domani." "Quando ho tempo." "Dopo le ferie." "Tanto già mi conoscono".

Tu?

Tu hai una scelta.

Essere come loro.

O essere diverso.

Migliore.

La verità finale sulla Local SEO

Non è difficile. È semplice.

Non richiede genio. Richiede costanza.

Non richiede un grande budget. Richiede metodo.

Non richiede perfezione. Richiede azione.

Una recensione alla volta. Un backlink alla volta. Una pagina alla volta.

Mattone su mattone.

Giorno dopo giorno.

Mentre loro dormono.

Tu costruisci.

La promessa che ti faccio

Se fai quello che c'è scritto qui...

Non il 50%. Non l'80%. Tutto.

In 90 giorni la tua città saprà chi sei e cosa fai (meglio degli altri).

Google ti amerà. I clienti ti troveranno. Il telefono squillerà. Il fatturato crescerà.

Non è speranza. È matematica.

Migliaia di aziende l'hanno già fatto. Funziona. Sempre.

Naviga su Google e verifica da solo se non mi credi.

L'ultima verità e poi ti saluto

Questo ebook gratuito finisce qui.

Spero ti sia piaciuto.

Il tuo lavoro inizia ora.

Puoi chiudere questo file. Dimenticare tutto. Tornare all'invisibilità.

Oppure puoi agire.

Ora. Oggi. Subito.

Apri Google Business Profile.

Aggiorna una foto.

Rispondi a una recensione.

Scrivi un post.

Un'azione. Piccola. Ma reale.

Ricorda: il momento migliore per piantare un albero era 20 anni fa.

Il secondo momento migliore è ora.



Pietro Rogondino

Consulente SEO

Dal 2007 aiuto piccole e medie imprese a farsi trovare online. Non sono un guru, sono una persona che ha imparato sul campo come funziona davvero la SEO locale. Ho visto aziende passare dall'invisibilità a dominare le ricerche online nella propria città. Ho commesso tutti gli errori possibili, così tu non dovrai farli. Oggi gestisco campagne SEO per oltre 50 aziende in tutta Italia, specializzandomi in visibilità locale e conversione del traffico in clienti reali.

Di cosa mi occupo?



Consulenza SEO per piccole e medie imprese

Analizzo, ottimizzo e posiziono siti web sui motori di ricerca. Non prometto miracoli, garantisco metodo. Audit tecnici, strategie di contenuto, link building locale: tutto quello che serve per essere trovati da chi ti cerca.



Formazione SEO personalizzata

Insegno a imprenditori e team aziendali come gestire in autonomia la propria presenza online. Corsi pratici, niente teoria inutile. Ti mostro esattamente cosa fare, passo dopo passo, per risultati misurabili.



Sviluppo siti web ed e-commerce

Creo siti che convertono, non solo belle vetrine digitali inutili. WordPress, WooCommerce, Shopify: scelgo la piattaforma giusta per il tuo business. Mobile-first, veloci, ottimizzati per vendere dal primo click.



Pietro Rogondino

CONSULENTE SEO

Pietrorogondino.com | +39 3311745766 | hey@pietrorogondino.com

