

## Indice

- [Che cos'è la local SEO?](#)
- [Ma a te e alla tua azienda, serve davvero la local SEO?](#)
- [Perché una piccola impresa dovrebbe investire tempo e risorse nella local SEO?](#)
- [Ma quindi... la normale SEO non basta?](#)
- [Le tecniche fondamentali per una efficace local SEO](#)
  - [1\) Usa URL, title e description per far capire ai motori di ricerca il luogo in cui opera la tua azienda](#)
  - [2\) Registra la tua azienda su Google My Business](#)
  - [3\) Ottimizza il tuo logo](#)
  - [4\) Aggiungi una mappa \(di Google\) nella tua pagina Contatti](#)
  - [5\) La tua posizione, il tuo indirizzo, in ogni pagina](#)
  - [6\) Crea una pagina Facebook per la tua azienda](#)
  - [7\) Ottimizza il tuo sito web per i dispositivi mobili](#)
  - [8\) Fatti capire immediatamente da tutti i motori di ricerca: usa Schema](#)
  - [9\) Anche in questo caso... link building!](#)
  - [10\) Inizia a tenere un blog aggiornato](#)
- [Conclusioni](#)

Che cos'è la **local SEO**?

Ti sei mai domandato [come apparire su Google](#) per guadagnare visibilità se hai un'attività locale?

In cosa differisce la local [SEO](#) dalla normale [SEO](#)?

E in che modo un [consulente SEO](#) può trasformare il **digital marketing** in **local marketing**?

Ecco, se fino a qualche momento fa potevi persino essere certo di aver fatto grossomodo tutto il possibile per ottimizzare il tuo sito web, ora queste domande non possono che farti sorgere dei dubbi belli pesanti. Sì, perché forse tu non avevi messo in programma di investire un po' del tuo tempo e delle tue risorse nella local [SEO](#)... ma magari il tuo concorrente, quello che si trova nella tua stessa città, magari solo qualche quartiere più in là... forse lo sta già facendo.

E sai cosa vuol dire?

Beh, vuol dire che molto presto, quel concorrente, grazie ai **risultati geolocalizzati di Google** [aumenterà le visite al sito](#) e ti farà mangiare la polvere, attirando un numero sempre maggiore di clienti!

Ora sono piuttosto certo di aver raccolto la tua attenzione!

La buona notizia è che dopo aver letto quest'articolo non ti occorrerà più una [consulenza web](#) sull'argomento.

Oggi, con questa piccola **guida SEO**, impareremo tutto quello che c'è da imparare sulla local [SEO](#): ti dirò cos'è, [come indicizzare il sito](#) al meglio per i risultati locali, a chi serve e a chi non serve. E non è tutto qui: una volta che avrai capito se la local [SEO](#) fa o meno al caso tuo - molto probabilmente la risposta è sì - troverai una checklist bella cicciona delle più efficaci **best practice** per migliorare le tue performance nelle Local Search!

Sei pronto? Bene: tutto quello che ti serve per mettere a frutto le tecniche della Local [SEO](#) è il tuo computer e l'indirizzo della tua attività.

Altro che matita e forbici a punta arrotondata!

Ma prima, tutto quello di cui hai bisogno è quel tanto di attenzione che ti serve per arrivare in fondo a questa pagina. Si parte!

## Che cos'è la local SEO?

Bene, io parto dando per scontato che tu sappia cos'è la **Search Engine Optimization** ([SEO](#)).

Se invece non lo sai, ci vediamo qui tra qualche ora o tra qualche giorno, quando avrai finito di leggerti la mia [guida SEO completa](#).

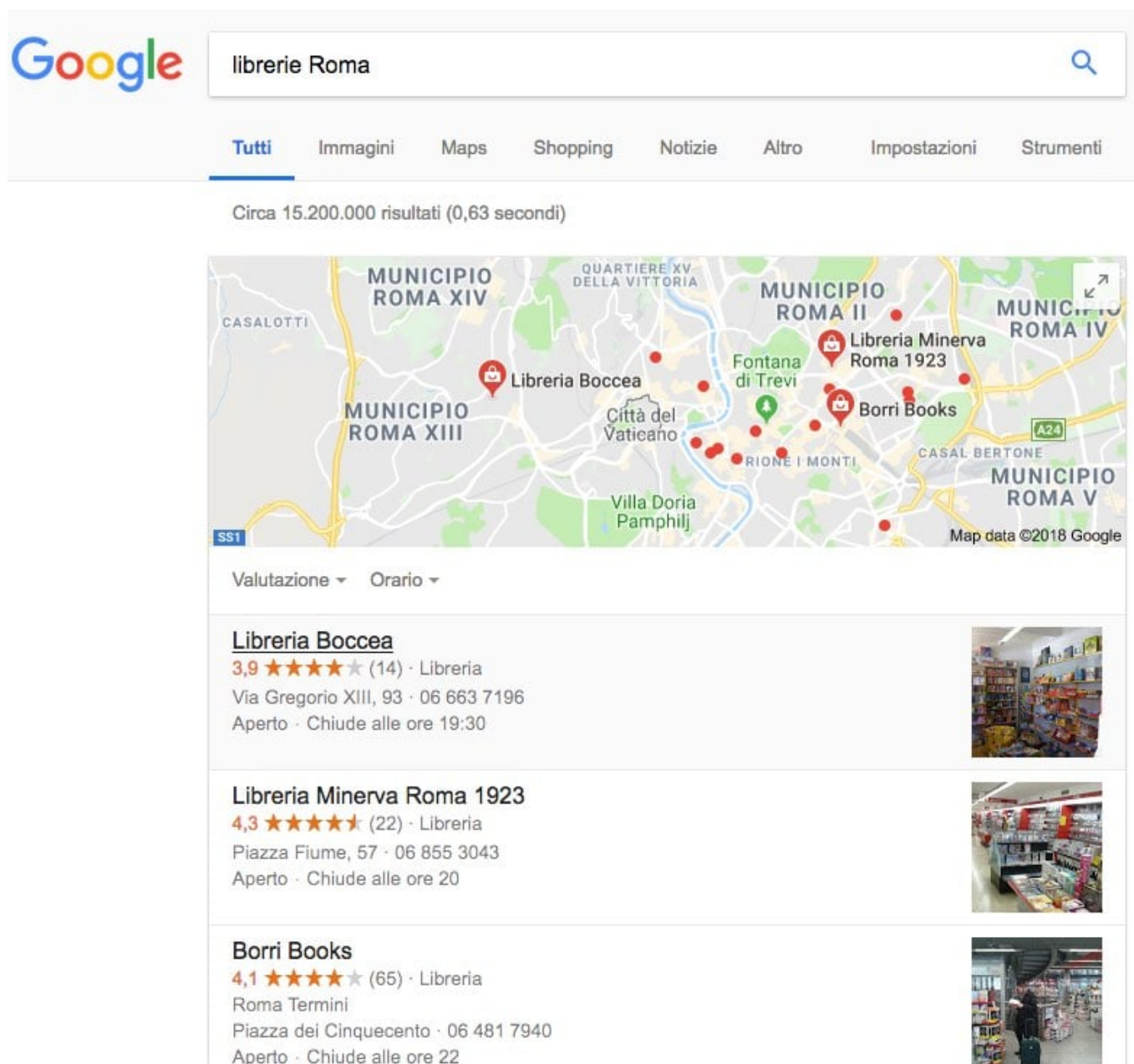
Per quelli che sanno già tutto - anche se magari non sei un [esperto SEO](#) - invece, proseguiamo: occuparsi della local [SEO](#) consiste nel gestire il processo di ottimizzazione di un sito web di modo che questo appaia nelle **prime posizioni** dei motori di ricerca come Google, Bing e Yahoo nel momento in cui gli utenti effettuano una ricerca relativa al proprio quartiere, alla propria città, alla propria regione, o al proprio Paese.

Insomma, le tecniche che ti spiegherò oggi ti permettono di **migliorare il posizionamento del tuo sito nel momento in cui un utente cerca un esercizio come il tuo associandolo ad un determinato dato geografico** (es: Liutaio a Roma) oppure quando l'utente effettua la medesima ricerca senza specificare nessun dato geografico (es: Supermercato) ma da un dispositivo mobile con geolocalizzazione di Google attivata.

Vuoi un esempio?

Bene, apri un'altra scheda sul tuo pc, e scrivi nella barra di ricerca di Google le parole 'librerie Roma'. Anziché la solita **SERP** di soli risultati testuali, ti si aprirà per prima cosa una piccola mappa di **Google Maps**, nella quale verranno indicate con dei piccoli bollini rossi tutte - o quasi - le librerie romane.

## Local SEO: una checklist delle migliori tecniche per Pmi



Google librerie Roma

Tutti Immagini Maps Shopping Notizie Altro Impostazioni Strumenti

Circa 15.200.000 risultati (0,63 secondi)

MUNICIPIO ROMA XIV CASALOTTI QUARTIERE XV DELLA VITTORIA MUNICIPIO ROMA II Fontana di Trevi Libreria Minerva Roma 1923 MUNICIPIO ROMA IV CASAL BERTONE MUNICIPIO ROMA V

Libreria Boccea Città del Vaticano Villa Doria Pamphilj RIONE I MONTI Borri Books

SS1 Map data ©2018 Google

Valutazione ▾ Orario ▾

**Libreria Boccea**  
3,9 ★★★★★ (14) · Libreria  
Via Gregorio XIII, 93 · 06 663 7196  
Aperto · Chiude alle ore 19:30

**Libreria Minerva Roma 1923**  
4,3 ★★★★★ (22) · Libreria  
Piazza Fiume, 57 · 06 855 3043  
Aperto · Chiude alle ore 20

**Borri Books**  
4,1 ★★★★★ (65) · Libreria  
Roma Termini  
Piazza dei Cinquecento · 06 481 7940  
Aperto · Chiude alle ore 22

Subito sotto la mappa, ti verrà indicata una manciata di librerie selezionate (che sono evidenziate in modo particolare anche a livello della mappa) delle quali potrai vedere - già da questa visuale - l'indirizzo, il numero di telefoni, il voto medio dato dagli utenti, e l'eventuale orario di apertura e di chiusura.

Pensi che Google selezioni le librerie da inserire nei primi posti della Local Search a casaccio, pescando nel mucchio?

Allora non conosci affatto la meticolosità di Mister G!

Ti dirò di più: se questo motore di ricerca è sempre molto, molto attento ai risultati che mostra in prima pagina, tale discorso è doppiamente valido quando si parla di local search. Le compagne locali che finiscono dritte dritte sotto la mappa, infatti, sono caratterizzate da livelli di CTR e di **traffico** di tutto rispetto - e Google ci tiene davvero un sacco a **fornire un servizio di qualità a ai propri clienti local**.

Per questo motivo, il motore di ricerca è molto attento ad inserire in queste posizioni solo dei siti web per cui è certo di fare bella figura.

Da una parte, insomma, abbiamo un utente che vuole trovare informazioni utili e pratiche (tipicamente indirizzo, orari di apertura e numero di telefono) intorno una determinata azienda a livello locale. Dall'altra, invece, abbiamo un motore di ricerca che vuole assolutamente fare felici i propri utenti - non vuole certo che questi emigrino verso altri motori più efficaci - con dei risultati di alta qualità e corrispondenti alle loro ricerche.

In mezzo ci sono gli algoritmi che Google usa nella **local search**.

Ecco, ora dovresti aver capito bene di cosa si occupa la local [SEO](#): si tratta dell'ottimizzazione dei siti web con una particolare attenzione al dato geografico. Potresti anche pensare che la local SEO sia **un particolare tipo di long tail SEO**, e no, non sbaglieresti.

## **Ma a te e alla tua azienda, serve davvero la local SEO?**

La SEO serve a tutte le aziende che vogliono fare crescere il proprio business. E la local SEO? Beh, in questo caso va sottolineato che no, **non tutte le imprese ne hanno un concreto bisogno**.

In linea generale, potrei affermare che qualsiasi impresa che opera in una certa area può trarne grande giovamento. Una falegnameria, un barbiere, un commercialista, una libreria, una pizzeria, un liutaio, un dentista, un elettrauto, tutte queste attività hanno un assoluto bisogno della local SEO per farsi trovare dagli utenti e per sveltare sopra alla concorrenza. Delle aziende che invece non operano a livello locale non dovrebbero curarsi più di tanto - talvolta per nulla - della local SEO.

## **Contatta Roberto**

la prima [consulenza web](#) è sempre gratuita!

[Si lo voglio!](#)

## **Perché una piccola impresa dovrebbe investire tempo e risorse nella local SEO?**

Sono certo che il funzionamento basilare della ricerca organica ti è chiaro. Ti sarà dunque cristallino il concetto secondo il quale, se le persone che cercano online un business come il tuo non ti trovano, stai perdendo automaticamente dei potenziali clienti.

Per quanto riguarda la local SEO, questo discorso acquisisce ancora più importanza, in quanto è ovvio pensare che una persona che cerca un calzolaio a Oristano ha effettivamente bisogno di quel servizio in quella determinata città, e che quindi il calzolaio di Oristano che non compare nelle prime posizioni della SERP ha appena visto sfumare un cliente. E questo ogni volta, per ogni ricerca.

Vuoi scoprire nel dettaglio quali sono **i vantaggi dell'impegnarti nella local SEO?**  
Eccone qui una tre di enormi:

- **Aumentano le visite:** lavorare sulla local SEO equivale ad aumentare le probabilità di comparire in cima alle SERP per le local research. Come abbiamo già visto, ritrovarsi in quella ambita posizione vuol dire avere maggiori probabilità di ricevere dei click. Insomma: più ti occuperai di local SEO, più visitatori avrà il tuo sito web.
- **Incrementa le tue conversioni:** quelli che finiscono sul tuo sito della tua polleria di Firenze attraverso una local search sono utenti già in partenza altamente targetizzati, e quindi le conversioni da lead a cliente saranno ovviamente più alte.
- **Più visibilità:** forse alcuni utenti non cliccheranno proprio sul tuo sito che compare appena sotto la mappa di Google Map nella Serp. Eppure ti avranno visto, e

impareranno così a riconoscere il nome della tua impresa.

## Ma quindi... la normale SEO non basta?

Occhio: non ho detto che tutte le normali regole SEO non valgano per quelle aziende che vogliono farsi trovare anche/soprattutto a livello locale. Tutto resta comunque valido e necessario. Ma laddove la SEO normale mira a migliorare le performance di un sito sui motori di ricerca a livello globale, la local SEO si occupa di fornire a Google il più alto numero di segnali possibili circa **la localizzazione di una determinata impresa**.

## Le tecniche fondamentali per una efficace local SEO

Basta chiacchiere, ora veniamo ai fatti: ecco la **checklist** che ti ho promesso all'inizio per portare il tuo sito web in alto nelle local search.

### 1) Usa URL, title e description per far capire ai motori di ricerca il luogo in cui opera la tua azienda

Ci sono degli elementi di fondamentale importanza quando si parla di ottimizzare un sito web. Tra questi, tra i più importanti spiccano **il tag title, il tag [meta description](#) e la URL**. Ecco, come spiegato in qualsiasi guida SEO, tra i primi passi della ottimizzazione di una pagina web c'è ovviamente quello di inserire le parole chiave in questi elementi, così da aiutare sia gli utenti che i motori di ricerca a capire di cosa si occupa il tuo sito web - e di conseguenza anche la tua attività.

Quando si parla di local SEO, oltre alla parola chiave principale, è essenziale inserire anche il luogo al quale vogliamo associare la nostra attività.

Hai una rosticceria a Milano? Bene, allora potresti puntare ad uno snippet del tipo:

*title: Rosticceria Pinco Pallino: Carne a volontà - Milano*

*url: <https://rosticceriapincopallino.it/rosticceria-milano>*

*[meta description](#): Cerchi una Rosticceria a Milano? Assapora le migliori ricette culinarie della Lombardia nel nostro punto di vendita in corso Buenos Aires 37: polli arrosto, bracirole, puntine, ma anche pasticci di carne e tanto altro. Prenota il tuo piatto al 0248008594*

Ti è chiara questa semplice dritta di [SEO copywriting](#)? (E sì, anche inserire il numero di

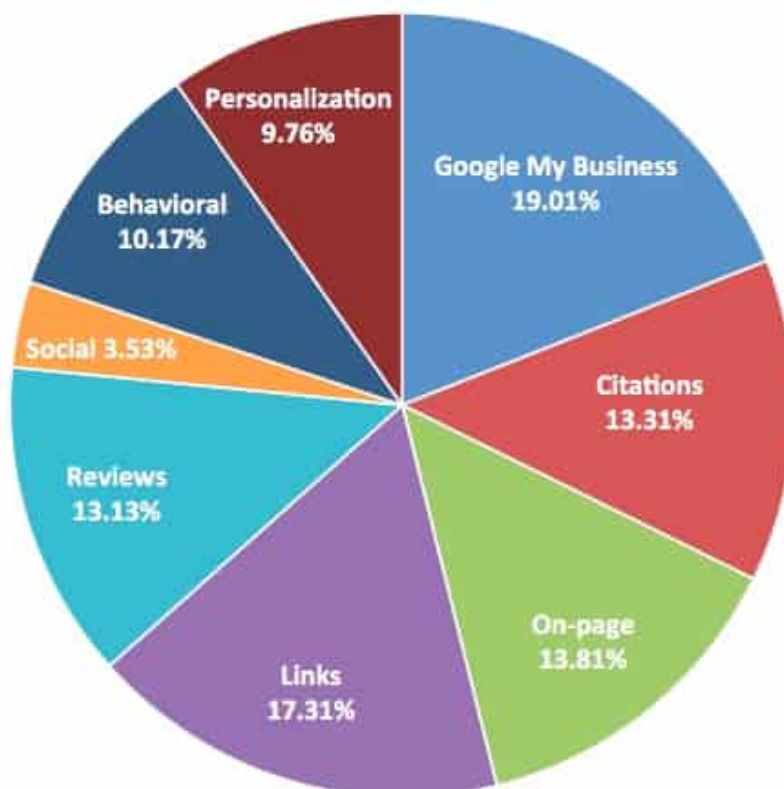
telefono completo di prefisso nella metadescription può aiutare Google a capire in modo più immediato la posizione della tua attività).

Le regole, come vedi, sono le stesse della SEO, ma con una 'parola chiave in più': la tua città!

## 2) Registra la tua azienda su Google My Business

Molte aziende molto semplicemente non sanno di doverlo fare, altre se lo scordano, pensando che si tratti di un'inezia di poco conto. Tutt'altro: come dimostrato da Moz, registrare la propria azienda su Google My Business sembra essere il fattore più importante nel novero della local SEO:

Local Pack/Finder Breakdown - 2017



Potresti chiedere come mai Google affidi una tale importanza a questo elemento. Ebbene -



oltre al fatto che in questo modo, attraverso la registrazione, il sagace Google entra in contatto di informazioni preziose sulla tua impresa - va sottolineato il fatto che le informazioni di **Google My Business** sono 'sicure', in quanto certificate.

Dopo aver creato gratuitamente la tua scheda su Google My Business, infatti, riceverai all'indirizzo (fisico) indicato una cartolina (cartacea) contenente un codice da inserire online per 'comprovare' il reale posizionamento - e la reale esistenza - della tua impresa.



Così facendo, il tuo business sarà finalmente mostrato sulla mappa, e sarà un candidato ufficiale per rientrare nelle prime posizioni della SERP delle ricerche locali.

### 3) Ottimizza il tuo logo

In molti non ci pensano, ma è proprio così: dopo il titolo, la URL e le meta descrizioni, tra le prime cose che i **crawler** dei motori di ricerca incontrano quando scansionano un sito c'è il logo.

Non vorrai mica lasciarti scappare la ghiotta opportunità di sfruttare questo elemento per migliorare la tua local SEO, vero? Nossignore! Per questo, quando vai a inserirlo sul tuo sito web, ottimizzalo al meglio, in ogni suo aspetto: per prima cosa, assicurati che il nome che hai scelto sia descrittivo: 'logonuovo.png' non è di certo la scelta giusta, ma invece (sempre

per la rosticceria di prima) 'Rosticceria-Pinco-Pallino-Milano.png' va benissimo!

---

Come sai, per ottimizzare al meglio un'immagine non basta modificare il nome. Anzi, è fondamentale andare a realizzare un tag alt text performante, come per esempio 'Rosticceria a Milano corso Buenos Aires'.

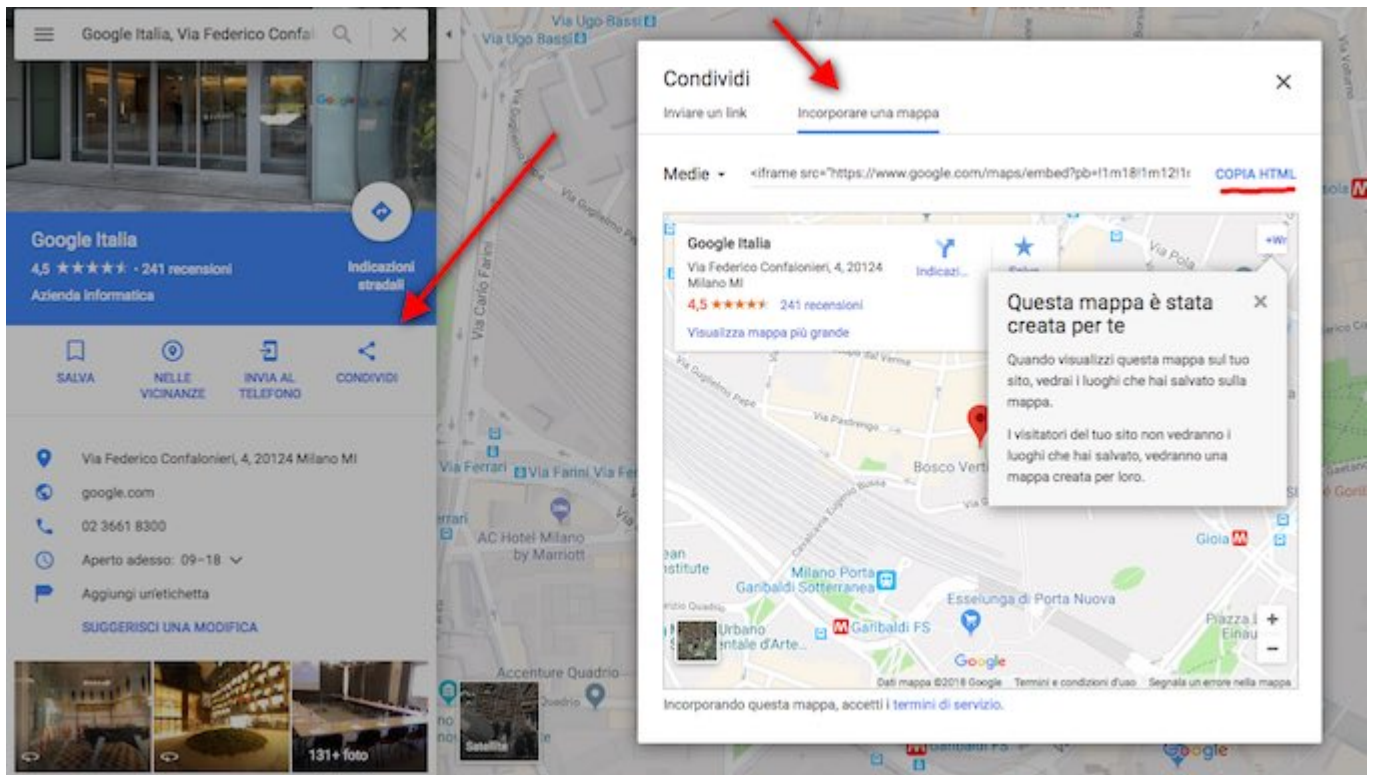
L'importante, in ogni caso, è non esagerare: non bisogna mai dare l'impressione a Google di stare cercando di prenderlo per i fondelli o di fregarlo.

#### **4) Aggiungi una mappa (di Google) nella tua pagina Contatti**

Vuoi far capire a Google dove sei, affinché lui lo mostri anche a tutti gli utenti che cercano i tuoi prodotti e i tuoi servizi?

Bene, quale metodo migliore se non quello di dirglielo utilizzando i suoi stessi strumenti?

Il mio consiglio è dunque quello di **inserire nella tua pagina Contatti una mappa di Google** (basta collegarsi a Google Maps, cercare il proprio indirizzo, selezionare 'Condividi e incorpora mappa' e seguire le istruzioni): in questo modo offrirai un'ulteriore informazione ai tuoi utenti e darai delle indicazioni precise ed esplicite a Google.



## 5) La tua posizione, il tuo indirizzo, in ogni pagina

Non è affatto raro trovare siti web di imprese che riportano il proprio indirizzo solo nella pagina Contatti. Ebbene, questa, dal punto di vista della local SEO, è una grossa ingenuità. Perché buttare al vento l'opportunità di ribadire al motore di ricerca la posizione del proprio business?

Per prima cosa, l'indirizzo (la via, il numero civico, il codice postale, la città, il paese) e il numero di telefono dell'azienda devono campeggiare in bella vista **nella homepage del sito web**.

Ma non è tutto qui.

Gli stessi dati dovrebbero comparire anche nelle altre pagine del portale, seppur non in piena vista: il **footer** della pagina, a questo scopo, è perfetto.

Penso che sia superfluo dire che i dati che presenterai in homepage saranno i medesimi che pubblicherai nel footer delle altre pagine; voglio però sottolineare che, per aiutare Google a posizionare il tuo business - e per non confondere il cliente - è importante che l'indirizzo e il numero di telefono siano sempre i medesimi, sempre aggiornati, sul sito web e su qualsiasi

altra pagina online (social network, Pagine Gialle, Google My Business etc).

## 6) Crea una pagina Facebook per la tua azienda

Come forse sai, **Facebook** assegna delle particolari pagine alle aziende, diverse da quelle che vengono solitamente assegnate ai normali utenti. Creane una per la tua azienda locale: oltre a creare un nuovo canale di comunicazione verso i clienti, approfitterai di un nuovo segnale per localizzare la tua azienda.

## 7) Ottimizza il tuo sito web per i dispositivi mobili

Sopra abbiamo detto che, in molti casi, la ricerca di un attività attraverso un dispositivo mobile - anche senza specificare un luogo nella query - si trasforma automaticamente una ricerca locale.

Sul mobile la velocità è tutto. Ottimizza la velocità del tuo sito sul mobile, leggi l'approfondimento: [Google AMP](#)

Questo significa che, se il sito della tua macelleria di Milano è ottimizzato a regola d'arte per le ricerche locali, la maggior parte delle persone che nel capoluogo meneghino cercheranno una macelleria online troveranno proprio il tuo negozio.

Questo, però, a patto che il tuo sito sia perfettamente **responsive**, e che sia dunque ottimizzato per essere visualizzato su qualsiasi tipo di dispositivo, smartphone e tablet compresi.

## 8) Fatti capire immediatamente da tutti i motori di ricerca: usa Schema

Hai mai sentito parlare di **Schema.org**?

**Se la risposta è no corri a leggere il mio approfondimento sui [dati strutturati](#).**

Ebbene, questo strumento è per l'appunto uno schema di markup di [dati strutturati](#), nato per iniziativa di Google, di Yahoo e di Bing (e quindi Microsoft) per fare capire meglio a tutti i motori di ricerca le informazioni cruciali presenti nelle singole pagine web. Se dunque tu

vuoi far capire in un colpo solo a tutti i più importanti motori di ricerca qual è il luogo della tua attività... beh, non ti resta che investire un po' del tuo tempo su questo strumento.

All'inizio potrebbe essere un po' ostico, ma il risultato saranno dei [rich snippet](#) nient'affatto male, da Google in poi!

## 9) Anche in questo caso... link building!

Come nella SEO generale, anche nella local SEO i **link provenienti dall'esterno, se di qualità**, sono pura manna dal cielo.

Vuoi avere dei risultati migliori nelle ricerche locali? Bene: allora devi assolutamente sforzarti di attrarre dei buoni link e delle buone citazioni dall'esterno!

Le tecniche sono sempre le medesime della classica [link building](#) - in linea di massima, offri contenuti di qualità e quindi potenzialmente linkabili, [promuovi il tuo sito web](#) etc - ma va posta una particolare attenzione ad essere citati da altre attività locali, le quali sono riconosciute da Google come delle 'autorità' nelle tue vicinanze. Sarebbe per esempio perfetto se la tua attività riuscisse ad attirare dei **link dalla stampa locale** online.

## 10) Inizia a tenere un blog aggiornato

Occhei, tutte le volte che c'è da ottimizzare un sito web ti consiglio di [realizzare un blog](#).

Perché? E cosa potrà mai centrare un blog con la local SEO?

Beh, ovviamente attraverso i tuoi post potrai offrire delle informazioni di valore agli utenti della tua area, ma non solo. No, potrai anche puntare sui **link interni**: per promuovere il sito web del tuo ristorante a Napoli, per esempio, potresti linkare la tua homepage a partire da una ancora del tuo blog del tipo 'pranzi a Napoli'. Chiaro?

---

## Conclusioni

Quanto abbiamo trattato oggi come immagini è giusto un assaggio di quanto puoi fare con la Local SEO. Qualsiasi sia il tuo settore di attività, non c'è niente da fare: se tu hai un **indirizzo fisico** e hai interesse ad attirare il pubblico locale, non puoi fare a meno di metterti al lavoro con la local SEO. In questo modo riuscirai ad attirare verso la tua

attività tutte quelle persone che cercano i tuoi servizi e i tuoi prodotti nella tua area.

Del resto, oggi non abbiamo visto nulla di difficile o di completamente estraneo: tutte le tecniche che abbiamo visto sopra, infatti, sono delle semplici aggiunte alle già **note tecniche SEO** che già adesso dovresti usare correntemente sul tuo sito web.

Vedrai, non ci vorrà molto tempo per implementare anche quanto hai imparato oggi, e i risultati ripagheranno 1000 volte questo sforzo!

Che aspetti? Vai a inserire i dati del tuo indirizzo in tutte le pagine del tuo sito web, iscriviti a Google My Business, ottimizza i principali tag.... insomma, fatti trovare, dai motori di ricerca e dai tuoi clienti!

Fai marketing ascoltando, non strillando.

Un abbraccio.

**Che mi racconti di bello?**