COSA ESCE SU GOOGLE COL NOME DELL'AZIENDA: LA CHECKLIST IN 13 PUNTI

Da fare in mezz'ora, con una ricerca in finestra anonima. Ogni punto viene dalla documentazione pubblica di Google (Knowledge Panel Help, Business Profile Help, Search Central, Legal Help), letta l'11 novembre 2026.

LA MISURA

Data	*giorno, mese, anno*
Lingua e paese di Google	*per esempio italiano, Italia*
Ricerche fatte	*il nome da solo; il nome con il marchio; il nome con la città*

I TREDICI CONTROLLI

N.	Cosa controllare	Dove si guarda	Esito
1	Il nome da solo: chi occupa la prima pagina? Gli omonimi si annotano, non si combattono.	Google, finestra anonima	
2	Il nome con il marchio, con la città, con «recensioni»: la prima pagina parla di te?	Google, finestra anonima	
3	C'è un knowledge panel? Di chi è? In fondo compare «Claim this knowledge panel»? Il pannello non si chiede: nasce in automatico.	Il riquadro del pannello	
4	Se il pannello è tuo, è verificato con un profilo ufficiale: YouTube, Search Console, X (Twitter) o Facebook. Altri rappresentanti aggiunti, perché non resti in un solo account.	Knowledge Panel Help	
5	Gli errori del pannello sono segnalati con «Suggest edits»: una richiesta per voce, con un URL pubblico a sostegno.	Il pannello, da verificato	
6	Se ricevi clienti in un luogo o in un'area: la scheda del Profilo dell'attività esiste, è tua ed è aggiornata. Se lavori solo online, non serve.	Profilo dell'attività su Google	
7	La home dichiara il nome del sito con i dati strutturati WebSite: name e, se il nome è conteso o ha varianti, alternateName.	Sorgente della home	
8	La home ha Organization con logo (almeno 112×112 px, leggibile su sfondo bianco) e sameAs verso ogni profilo ufficiale.	Test dei risultati avanzati	
9	Chi firma per l'azienda ha una pagina sua, con Person e sameAs verso i suoi profili.	Chi siamo, pagine autore	
10	Ogni pagina ha un title descrittivo, conciso e unico; i link interni hanno testi chiari (sitelink).	Sorgente delle pagine	
11	La favicon è quadrata, più grande di 48×48 px, una sola per host.	Il risultato su Google	
12	La nota sui risultati rimossi non prova una rimozione. Un contenuto da togliere si toglie prima alla fonte; il modulo di Google vale per le persone, di norma non per le aziende.	Sotto i risultati	
13	La misura ha data, lingua e paese, e si rifà fra tre mesi con le stesse ricerche.	In cima a questo foglio	

COSA DECIDE GOOGLE E COSA INDICHI TU

Titoli, nome del sito, sitelink e knowledge panel sono automatici: Google li genera da solo e non li cambia a mano. Tu indichi una preferenza con il title delle pagine, i dati strutturati della home (WebSite, Organization) e i profili ufficiali collegati in sameAs.

Google, Business Profile Help: «There's no way to request or pay for a better local ranking on Google.» Google, Legal Help: le aziende di solito non hanno diritto alla deindicizzazione sulle ricerche del nome aziendale.

La guida completa, con le fonti:
itria.io/brand-autorevole-su-google

Checklist costruita da Itria sulla documentazione pubblica di Google, letta l'11 novembre 2026. Le procedure cambiano: ricontrollate le fonti prima di intervenire. Informativa, non consulenza legale.

Mattia Esposito lavora sul posizionamento delle aziende, con analisi di mercato per capire dove i concorrenti sono scoperti. Due righe su WhatsApp al 350 574 3578 o una mail a info@itria.io.