SCHEDA GOOGLE PRONTA PER LE RISPOSTE AI: LA CHECKLIST

Da compilare sulla propria scheda, in un'ora, con il sito aperto accanto. Ogni regola viene dalle pagine d'aiuto e dai post pubblici di Google, letti il 10 novembre 2026.

1. I DATI DI BASE

N.	Campo	La regola di Google	Coerenza col sito	Esito
1	Scheda rivendicata e verificata	Una scheda verificata ha più probabilità di comparire nei risultati di ricerca	Il titolare ha accesso alla scheda	sì / no
2	Nome	Il nome reale, quello dell'insegna, del sito e della carta intestata; niente parole chiave aggiunte	Uguale al nome sul sito, lettera per lettera	uguale / da correggere
3	Categoria principale e secondarie	La categoria che descrive l'attività, non i servizi che vorresti vendere	Coerente con i servizi elencati sul sito	sì / no
4	Indirizzo o zona servita	Indirizzo preciso; niente caselle postali; una sola scheda per sede	Uguale al piede del sito e alla pagina contatti	uguale / da correggere
5	Orari e orari speciali	Orari veri, aggiornati per festività e chiusure	Uguali agli orari pubblicati sul sito	uguale / da correggere
6	Telefono e sito	Un numero che risponde; il link al sito ufficiale	Il telefono del sito; il sito apre la pagina giusta	sì / no

2. ATTRIBUTI, DESCRIZIONE, PRODOTTI, FOTO

N.	Campo	La regola di Google	Coerenza col sito	Esito
7	Attributi	Gli altri dettagli che Google chiede, come parcheggio o Wi-Fi	Le stesse informazioni sul sito, scritte nel testo	sì / no
8	Descrizione	Scritta dal titolare e modificabile; niente link. Il riassunto editoriale lo scrive Google e non si modifica	Racconta l'attività con le parole del sito	sì / no
9	Prodotti e servizi	I prodotti o i servizi principali, se la scheda li prevede; i prodotti in negozio solo per il commercio, nei paesi ammessi	Stessi nomi delle pagine del sito	sì / no
10	Foto	Foto e video che mostrano cosa offri e raccontano l'attività	Le stesse immagini del sito, aggiornate	sì / no

3. LE RECENSIONI

N.	Campo	La regola di Google	Coerenza col sito	Esito
11	Numero e media delle recensioni	Più recensioni e valutazioni positive aiutano la posizione locale (evidenza)	Annota numero e media di oggi	n. ___ media ___
12	Risposte alle recensioni	Google consiglia di rispondere; Gemini può preparare le bozze	% di recensioni con risposta, data dell'ultima	___ % · data ___
13	Come chiedi le recensioni	Ammesso chiederle a tutti; vietati incentivi e richieste selettive delle sole positive	Il messaggio o il cartello che usi, riletto	conforme / da cambiare
14	Temi delle recensioni (Place Topics)	Google li ricava dalle recensioni quando sono abbastanza; non si chiedono	I temi che compaiono sono quelli che vuoi?	sì / no

4. IL SITO ACCANTO ALLA SCHEDA, E LA PROVA

N.	Campo	La regola di Google	Coerenza col sito	Esito
15	Sito ufficiale	Google compone la scheda anche dal sito ufficiale e da dati di terzi	Nome, indirizzo, orari e telefono uguali in ogni pagina del sito	sì / no
16	Dati strutturati	Devono corrispondere al testo visibile della pagina	LocalBusiness o Organization con gli stessi dati della scheda	sì / no
17	Prova a mano: AI Overview	Cerca «[categoria] [città]» e due domande da cliente; annota chi viene citato	La tua attività compare? Chi c'è al posto tuo?	data, domanda, nomi
18	Prova a mano: Maps	La stessa domanda in Google Maps; se usi Maps in inglese, anche in Ask Maps	Annota posizione e riassunto mostrato	data, posizione

Google scrive che per comparire in AI Overview e AI Mode non servono requisiti aggiuntivi né ottimizzazioni speciali, e mette fra le buone pratiche la verifica che le informazioni del profilo dell'attività siano aggiornate. Le righe 1-14 vengono dalle regole della ricerca locale e di Maps. Rifate le righe 17 e 18 ogni mese con le stesse domande.

La guida completa, con le fonti:
itria.io/google-business-profile-ai

Checklist costruita da Itria sulle pagine d'aiuto e sui post pubblici di Google, letti il 10 novembre 2026. Le regole cambiano: ricontrollate le fonti prima di intervenire sulla scheda.

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.