

# SEO locale: scheda operativa

Una scheda per sede o base operativa. Compilazione a mano.

Attività / sede: \_\_\_\_\_

Data: \_\_\_\_\_ Compilata da: \_\_\_\_\_

L'attività riceve in sede / lavora a domicilio / fa entrambe le cose / opera solo online

URL profilo e pagina del sito: \_\_\_\_\_

Per ogni voce indica l'esito: OK, da correggere, da verificare o non applicabile (N/A). Annota il dato controllato; se non puoi verificarlo o la voce non si applica, spiega il motivo.

**1 Idoneità e accesso** - Verifica i requisiti prima di creare un profilo e controlla chi lo gestisce.

**2 Nome e categoria** - Confronta il nome con quello reale e la categoria con il servizio offerto.

**3 Sede o aree** - Controlla dove ricevi i clienti o quali zone raggiungi a domicilio.

**4 Orari e telefono** - Conferma con il titolare recapito, orari ordinari e aperture festive.

**5 Link del profilo** - Apri pagina e link di prenotazione: portano alla sede o al servizio giusto?

**6 Offerta sul sito** - Verifica che il cliente trovi servizi, zone coperte e condizioni.

**7 Contatto da cellulare** - Prova telefono e modulo o prenotazione; conferma che la richiesta arrivi.

**8 Recensioni** - Prova il link e rileggi l'invito: deve essere neutro e senza incentivi.

**9 Riferimenti esterni** - Verifica i dati sulle piattaforme usate dai clienti; annota gli errori.

**10 Misurazione** - Annota periodo, fonti e criteri per contare richieste e appuntamenti.

Porta a pagina 2 i problemi da risolvere. Lascia da verificare le voci per cui mancano dati.

# SEO locale: scheda operativa

Scegli gli interventi, assegna il lavoro e registra i risultati.

Scegli tre priorità, iniziando dagli errori che impediscono ai clienti di contattarti.

**Priorità 1** - Problema e azione: \_\_\_\_\_

Chi interviene: \_\_\_\_\_ Entro il: \_\_\_\_\_ Esito del controllo: \_\_\_\_\_

---

**Priorità 2** - Problema e azione: \_\_\_\_\_

Chi interviene: \_\_\_\_\_ Entro il: \_\_\_\_\_ Esito del controllo: \_\_\_\_\_

---

**Priorità 3** - Problema e azione: \_\_\_\_\_

Chi interviene: \_\_\_\_\_ Entro il: \_\_\_\_\_ Esito del controllo: \_\_\_\_\_

---

**Piano di lavoro** - Distribuisci gli interventi; correggi subito i contatti non funzionanti.

Settimana 1: dati e accessi:

---

Settimana 2: sito e contatto:

---

Settimana 3: recensioni e riferimenti:

---

Settimana 4: prima verifica:

---

**Registro dei risultati** - Puoi confrontare 28 giorni con i 28 precedenti.

Periodo: \_\_\_\_\_ Confronto: \_\_\_\_\_

Fonte/i: \_\_\_\_\_ Campagne, festività o chiusure: \_\_\_\_\_

Profilo Google: clic chiamata \_\_\_\_ Clic sito \_\_\_\_ Indicazioni \_\_\_\_ Prenotazioni \_\_\_\_

Richieste uniche: \_\_\_\_ Pertinenti: \_\_\_\_ Appuntamenti: \_\_\_\_

Conta una volta i ricontatti sullo stesso lavoro. Sono pertinenti le richieste per servizi e zone coperti. Tieni separati clic e contatti ricevuti. Per un dato mancante scrivi N/D (non disponibile).

$\text{Pertinenti} / \text{richieste uniche} \times 100 = \text{\_\_\_\_\_\%}$  |  $\text{Appuntamenti} / \text{richieste uniche} \times 100 = \text{\_\_\_\_\_\%}$

Esempio: su 30 richieste, 18 pertinenti = 60%; 12 appuntamenti = 40%. Con totale zero, scrivi N/D. Per attribuire i contatti alla SEO, registra anche come ogni cliente ti ha trovato.

Che cosa hai osservato e che cosa farai: \_\_\_\_\_

---