

Come penalizza il tuo business

La visibilità nelle ricerche locali porta clienti. Poiché è gratuita è possibile risparmiare i costi di pubblicità.

Eppure molte aziende non colgono questa opportunità perché non la conoscono o non sanno come sfruttarla.

4 casi pratici in cui Google ti ostacola:

Caso 1

Brutta situazione: La tua attività è visibile solo se la si cerca per nome.

Situazione vantaggiosa: La tua attività è visibile in Google quando la si cerca per tipologia ad esempio “Dentista bambini” o “Dentista pediatrico”.

Perché? Fino a quando non sarai famoso come Ikea sarai trovabile solo da chi conosce il nome della tua azienda. I tuoi potenziali clienti però non ti conoscono e faranno una ricerca generica per trovare chi offre il servizio o il prodotto che vogliono. Fai una prova: cercati inserendo in Google la tua attività o uno dei servizi offerti e osserva i risultati. Ci sei?

Caso 2

Brutta situazione: Ci sei ma nella 2^a o 3^a pagina.

Situazione vantaggiosa: Sei presente nelle ricerche locali e compari nella 1^a pagina.

Perché? In ogni situazione ad attrarre l'attenzione è chi arriva primo: per il business è lo stesso. Questo significa che apparire in prima pagina con i tuoi servizi deve essere il tuo obiettivo principale.

Caso 3

Brutta situazione: Tentare di essere visibile ovunque.

Situazione vantaggiosa: Essere visibile innanzitutto localmente. Altre aree sono raggiungibili ad esempio con Google Ad Words.

Perché? Un fornitore è meglio averlo vicino infatti è più comodo da raggiungere e/o conosce meglio le situazioni locali. Nel caso tu sia disponibile a spostarti considera i costi e il tempo impiegato che inevitabilmente comportano l'aumento delle tue tariffe/prezzi oppure corrodono i margini. Inoltre col tempo questi spostamenti potrebbero pesare troppo a te o ai tuoi venditori. Meglio prima saturare il mercato locale.

Caso 4

Brutta situazione: Ti posizioni bene in portali ed elenchi ma non hai un sito.

Situazione vantaggiosa: Sei presente e in più hai un link che invita a visitare il tuo sito e scoprire come beneficiare dei tuoi servizi.

Perché? Se non hai un sito i possibili clienti non possono vedere cosa offri o perché dovrebbero accordarti la loro fiducia. Si chiedono anche perché tu non abbia un sito (?!).

Cosa più importante, in questa situazione hanno due opzioni: chiamarti immediatamente o spostarsi nel sito di un tuo concorrente. Quest'ultima è la scelta che faranno, nella maggior parte dei casi, per non tornare mai più. Un buon sito è l'opportunità migliore per trasformare questi incontri casuali in business.

La colpa è di Google?

No! È il migliore alleato di chi lavora bene. Ecco alcuni suggerimenti per ottenere "Situazioni vantaggiose":

- [10 regole d'oro del sito aziendale che lavora](#) - eBook
- [Il perfetto sito-web del professionista](#) - Link
- [Come fare crescere gli affari con il sito](#) - infografica
- [Tendenze siti internet](#) - infografica
- [Da navigatori a clienti](#) - articolo pubblicato da "Vendere di più" V+