



Ottimizzare gli annunci di Google My Business per il tuo ristorante

I consigli degli esperti a cura di UFS



Unilever
Food
Solutions

Support. Inspire. Progress.

Cos'è

'Google My Business'?

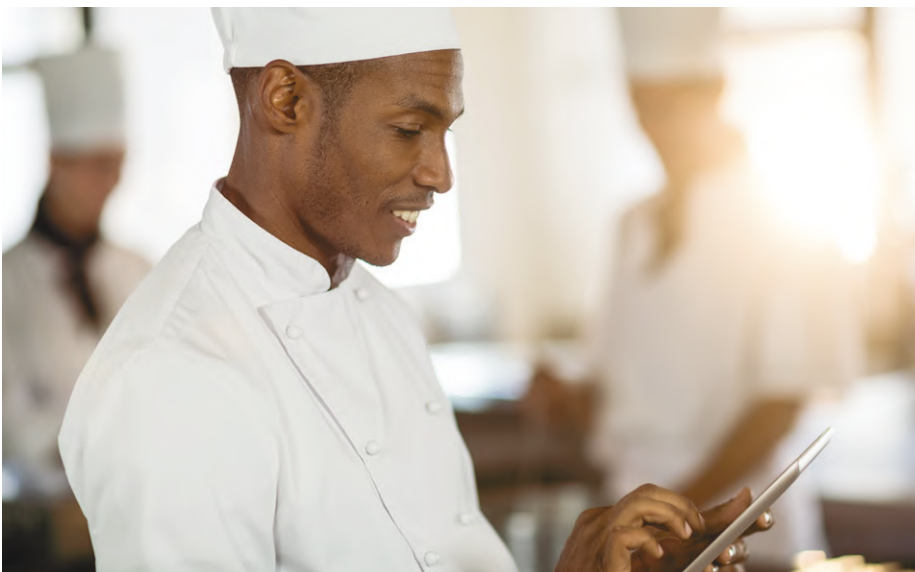
Google My Business (GMB) è un prodotto di Google che vi permette di creare e gestire un profilo gratuito della vostra attività, che appare tra i risultati di ricerca. Avete mai effettuato una ricerca su Google o Google Maps e visto una scheda pop up di un'attività commerciale in alto o a destra, con immagini e recensioni? Ecco, si tratta proprio di quello.

Perché avere un profilo Google My Business

Le attività che compilano il proprio profilo hanno quasi il doppio delle probabilità di essere considerate affidabili dagli utenti. Quando un'attività crea un'inserzione e fornisce più informazioni possibili, aumenta la propria visibilità e la propria attrattiva verso potenziali clienti. Di fatto, i profili completi hanno il 29% di probabilità in più di portare a termine una vendita.

Google My Business presenta anche alcune funzioni molto utili, specifiche per il settore dell'ospitalità. Ad esempio, puoi integrare bottoni per azioni specifiche come:

- **Effettuare un ordine**
- **Riservare un tavolo**
- **Visionare i menù**



**Le attività che
compilano il proprio
profilo hanno
quasi il doppio
delle probabilità di
essere considerate
affidabili dagli
utenti**



**Unilever
Food
Solutions**

Support. Inspire. Progress.

Rivendicazione e verifica

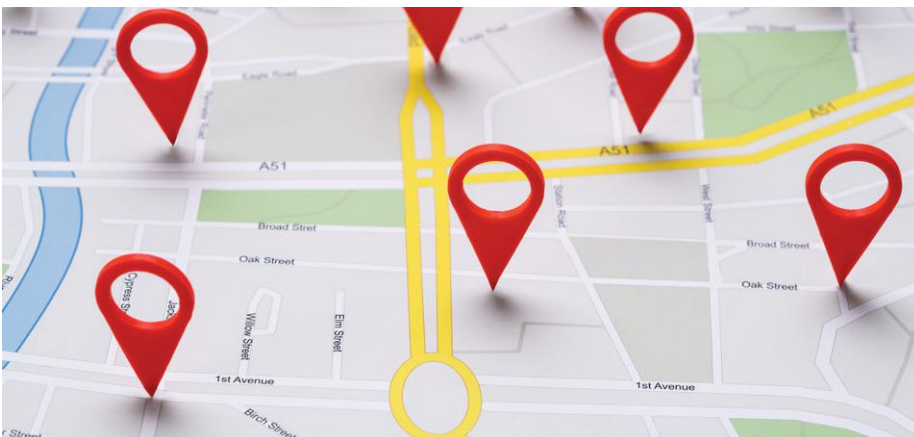
Il primo passo è scoprire se si è già in possesso di un'inserzione Google My Business. Anche se non ricordate di averla creata, un altro utente o cliente potrebbe averla fatta al posto vostro. Semplicemente fate una veloce ricerca della vostra attività su Google (controllate anche su Google Maps) per scoprire se appare un profilo per la vostra azienda. Se è così, avrete bisogno di 'rivendicarla' come vostra attività. Se no, potrete creare un nuovo profilo.

Come configurare un nuovo account

- 1** Andate sul sito di [Google My Business](#) e registratevi tramite il bottone in alto a destra (potreste aver bisogno di creare un account prima di tutto).
- 2** Inserite l'indirizzo della vostra attività.
- 3** Scegliete se volete che la vostra attività sia presente anche su Google Maps.
- 4** Cercate e selezionate una categoria di business.
- 5** Inserite l'URL del vostro sito web, se ne avete uno, e il numero di telefono, quindi selezionate 'Fine'. Vi verrà richiesto di verificare la vostra attività.

Come rivendicare un account esistente

- 1** Cercate su Google il nome della vostra attività.
- 2** Cliccate su "Rivendica questa attività".
- 3** Seguite le istruzioni. Vi verrà richiesto di confermare il nome della vostra attività, l'indirizzo, la categoria (per esempio cocktail bar, caffè, ristorante) e i recapiti.



Unilever
Food
Solutions

Support. Inspire. Progress.

Modificare e arricchire la vostra inserzione

Informazioni essenziali

Per modificare la vostra inserzione e aggiornare le informazioni essenziali, accedete a Google My Business e selezionate la vostra attività. Selezionate 'Informazioni' e quindi cliccate 'Modifica' per ogni sezione. Se avete già verificato la vostra inserzione GMB, ci vorranno solo pochi secondi per aggiornare il vostro annuncio. Un buon punto da cui iniziare è assicurarsi che i vostri orari di apertura siano presenti e corretti. Potete anche far sapere ai vostri potenziali clienti se effettuate consegne a domicilio!



consiglio:

Potete anche inserire 'categorie aggiuntive' alla vostra inserzione. Ad esempio potreste essere un ristorante, ma avere uno spazio da affittare a privati e offrire servizi supplementari, che potrebbero aiutare gli utenti che ricercano quelle parole chiave a trovare la vostra attività.



Aggiungere fotografie

Potete caricare tre tipi di fotografie:

- 1** Logo: il logo della vostra attività, se ne avete uno
- 2** Foto di copertina: un'immagine del vostro ristorante, del vostro piatto caratteristico, ecc.
- 3** Foto ulteriori: tutto ciò che possa supportare il vostro business. Cibo, bevande, una foto del personale o dei clienti, ecc.

È importante sapere che anche i clienti possono caricare fotografie della vostra attività e associare delle recensioni.

Le attività che hanno aggiunto fotografie al proprio annuncio ricevono il 42% di richieste di informazioni in più rispetto a chi non le ha. E più le foto sono belle, più efficaci saranno!



Unilever
Food
Solutions

Support. Inspire. Progress.

Aggiungere un menù

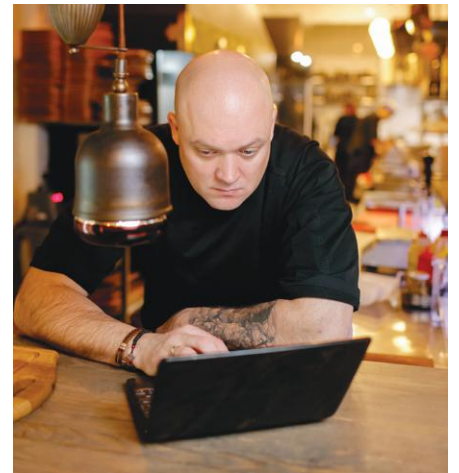
Adesso i menù possono essere visti direttamente dai risultati di ricerca Google! Ecco come:

- 1** Visitate la sezione 'Informazioni' sulla sinistra della pagina Google My Business
- 2** Scorrete fino alla sezione Menù e selezionate 'Aggiungi o modifica elementi'
- 3** Cliccate 'Aggiungi Menù'

Da qui avrete accesso a una nuova sezione di Google My Business, dove avrete la possibilità di aggiungere diversi menù per la colazione, il pranzo, la cena, ecc.

Prenotazioni

Oggi Google ha aggiunto la possibilità di effettuare una prenotazione tramite GMB, funzione molto utile per i ristoranti. Per esempio, potete aggiungere il bottone 'Prenota un tavolo' direttamente sulla vostra inserzione. [Qui trovate la spiegazione di Google su come aggiungere la funzione prenotazioni.](#)



Mantenete viva la vostra inserzione con i 'Post'

Una volta configurato il vostro profilo, assicuratevi di aggiornarlo più spesso che potete. Le vostre informazioni essenziali possono anche rimanere invariate, ma ci sono altri modi per mantenere attiva la vostra inserzione, come postare offerte promozionali e sconti.

Un altro modo per migliorare il vostro profilo è utilizzare la funzione 'Post' che trovate nel Menù. Usatela per aggiungere dettagli e link di eventi futuri. I post possono anche mostrare video e fotografie.



Unilever
Food
Solutions

Support. Inspire. Progress.

Recensioni e coinvolgimento dei clienti

Le attività di ristorazione guadagnano con i clienti abituali, e i ristoranti, i bar e i pub più smart stanno usando la piattaforma GMB per incoraggiare le persone a tornare nei propri locali. Un modo interessante per farlo è quello di spingere la vostra clientela a lasciare recensioni sul vostro profilo. Dopotutto i consumatori si fidano delle recensioni!

Recenti studi hanno rivelato che il 91% dei consumatori controlla le recensioni online e l'84% si fida come fosse un consiglio personale. Non solo, ma aziende con recensioni positive verranno spinte in cima tra i risultati di ricerca.

Non dimenticate però di interagire con le recensioni. Gli utenti ricevono notifiche quando rispondete e, per la maggior parte di loro, questo vuol dire molto. Se vi imbattete in una recensione negativa è importante rispondere velocemente, in maniera calma e costruttiva a ogni commento. A volte anche solo dedicare del tempo per rispondere è abbastanza per convincere un cliente insoddisfatto a dare alla vostra attività una seconda possibilità. E anche se non dovesse essere così, la vostra risposta mostrerà ai futuri clienti che siete attenti e tenete a loro.



Unilever
Food
Solutions

Support. Inspire. Progress.



Unilever
Food
Solutions

Support. Inspire. Progress.

UFS.com