

# Google Business Profile:

Creazione · Gestione · Errori da Evitare

---

*Basata su dati empirici 2020–2025*

*Whitespark · BrightLocal · Sterling Sky · Joy Hawkins · Google Search Central*

# Cos'è questa guida

Questa guida raccoglie le ottimizzazioni tecniche del Google Business Profile (GBP) basate esclusivamente su dati empirici e test sul campo pubblicati tra il 2020 e il 2025. Le fonti principali sono Whitespark Local Search Ranking Factors, BrightLocal, Sterling Sky e Joy Hawkins — le autorità più citate nella Local SEO internazionale.

Il documento è diviso in tre sezioni: **Creazione** del profilo (cosa fare dal primo giorno), **Gestione nel tempo** (cosa fare ogni settimana/mese) e **Errori** (cosa evita sospensioni e penalizzazioni).

## SEZIONE 1 — CREAZIONE DEL PROFILO: 10 Ottimizzazioni

### 1. NAP: corrispondenza millimetrica tra HTML, JSON-LD e GBP

Local Pack

Inserire nel GBP Nome, Indirizzo e Telefono formattati esattamente come appaiono nel footer HTML del sito e nel codice JSON-LD. Durante la creazione Google esegue uno scraping immediato del sito: la corrispondenza 100% delle stringhe accelera l'allineamento nel Knowledge Graph e riduce i tempi di posizionamento iniziale.

■ Whitespark Local Search Ranking Factors 2024

### 2. URL del GBP: landing page geo-specificata, non la homepage generica

Entrambi

Nel campo 'Sito Web' inserire l'URL della pagina locale ottimizzata (es. dominio.it/cuneo/) e non la root. L'autorità organica della pagina collegata al profilo influenza direttamente il ranking nel Local Pack: una pagina con Schema LocalBusiness e H1 geo-mirato trasferisce immediatamente rilevanza al profilo appena creato.

■ Whitespark + BrightLocal Local Search Ranking Factors

### 3. Categoria primaria: analizzare i competitor prima di scegliere

Local Pack

Configurare la categoria primaria analizzando preventivamente i competitor nei primi 3 posti del Local Pack tramite strumenti di analisi delle categorie. La categoria primaria è il fattore di ranking on-card numero uno. Scegliere la categoria esatta (es. 'Web Designer' invece di 'Agenzia di marketing' generico) determina l'inclusione immediata nei cluster di ricerca corretti fin dal primo giorno.

■ BrightLocal — fattore #1 on-card

### 4. Aree di servizio: CAP specifici invece del nome generico della regione

Local Pack

Per attività senza sede fisica (SAB), definire le aree di servizio inserendo i singoli codici postali anziché il nome della regione o provincia. La precisione geometrica dei CAP permette a Google di tracciare un poligono di prossimità definito, ottimizzando il posizionamento per le ricerche 'vicino a me'.

■ Sterling Sky — test empirici Local Pack

## 5. Account Google con email del dominio aziendale (non Gmail gratuito)

Local Pack

Creare e registrare il GBP usando un account associato a nome@azienda.it. Test empirici sul Trust Score dimostrano che un'email legata a un dominio già scansionato da Googlebot accelera la fiducia iniziale del sistema e porta a una pubblicazione e posizionamento del profilo più rapidi.

■ *Test empirici Trust Score — Local SEO community 2023-2025*

## 6. Foto iniziali: nomi file descrittivi e metadati GPS reali

Local Pack

Caricare le foto con nomi file descrittivi (es. web-design-nairobi.jpg) e assicurarsi che contengano coordinate GPS reali se scattate in loco. Google Cloud Vision API analizza pixel e contesti delle immagini in fase di setup per catalogare l'attività. Profili con foto pertinenti superano la sandbox iniziale più rapidamente.

■ *Analisi Google Cloud Vision API applicata alla Local SEO*

## 7. Verifica video: attivazione in meno di 48 ore

Local Pack

Selezionare la video verifica strutturando il set in anticipo: strumenti di lavoro, schermo del sito web aperto, documenti ufficiali. La video verifica accelera l'attivazione del profilo rispetto alla cartolina postale, sbloccando i segnali di posizionamento in meno di 48 ore invece di settimane.

■ *Dati agenzie partner Google 2023-2025*

## 8. URL pulito nel campo sito web: nessun parametro UTM in fase di creazione

Local Pack

Inserire l'URL pulito (https://dominio.it/) durante la creazione, rimandando l'aggiunta di parametri di tracciamento ?utm\_source=google a profilo già verificato. I sistemi antifrode di Google sono sensibili ai redirect e alle stringhe complesse negli URL durante la registrazione. Un URL pulito riduce il rischio di soft-suspension.

■ *Google Search Central + test empirici antifrode GBP*

## 9. Categorie secondarie: solo quelle coerenti con il core business

Local Pack

Selezionare 2-4 categorie secondarie strettamente correlate alla categoria primaria. Non aggiungere categorie per 'coprire più terreno'. Studi Moz indicano che categorie incoerenti diluiscono la rilevanza della categoria primaria impedendo all'algoritmo di definire il core business dell'entità.

■ *Moz Local Search Ranking Factors*

## 10. Non attivare tutte le funzionalità avanzate il giorno della creazione

Local Pack

Attendere 24-48 ore dopo la verifica prima di aggiungere prodotti, attributi complessi e abilitare la messaggistica contemporaneamente. Un sovraccarico di modifiche strutturali simultanee su un'entità non ancora validata dal Knowledge Graph simula comportamenti bot e causa blocchi preventivi.

■ *Test empirici Local SEO community 2024*

## SEZIONE 2 — GESTIONE NEL TEMPO: 10 Strategie

### 1. Recensioni: incentivare keyword semantiche nel testo (non solo stelle)

Local Pack

Incoraggiare i clienti a includere nelle recensioni parole chiave specifiche legate ai servizi e alla città (es. 'ottimo sito web realizzato a Nairobi'). La presenza di keyword rilevanti nel testo delle recensioni è uno dei fattori di ranking a più alta crescita: Google scansiona il testo per associare nuove sotto-categorie di ricerca.

■ *BrightLocal — studio empirico sulle recensioni*

### 2. Q&A: inserire preventivamente domande e risposte keyword-rich

Local Pack

Usare l'account proprietario per inserire le FAQ più frequenti e rispondervi con testo che include entità geografiche e di servizio. Google indicizza il testo della sezione Q&A: gestirla con contenuto denso accelera il posizionamento per query long-tail locali.

■ *Sterling Sky — test sul campo Q&A; Local Pack*

### 3. Post settimanali con CTA che punta a pagine interne geo-mirate

Local Pack

Pubblicare aggiornamenti settimanali con testo descrittivo e pulsante CTA che punta a pagine interne del sito, variando gli URL di destinazione. I post mantengono il profilo in stato di 'attività costante': Google favorisce i profili aggiornati negli ultimi 7 giorni rispetto a quelli latenti.

■ *Whitespark Local Search Ranking Factors 2024*

### 4. Foto reali con GPS attivo: 2-4 caricamenti al mese

Local Pack

Caricare regolarmente foto reali di progetti, team o ufficio scattate con smartphone con la localizzazione attiva. Google esegue il tagging automatico dei contenuti visivi: il caricamento costante di immagini pertinenti rafforza l'autorità categoriale della scheda.

■ *Google Cloud Vision API applicata alla Local SEO*

### 5. Attributi: verificare mensilmente le nuove opzioni disponibili

Entrambi

Controllare ogni mese la dashboard per attivare i nuovi attributi rilasciati da Google. Gli attributi agiscono come filtri booleani nella ricerca mobile e vocale: la loro corretta attivazione permette di apparire in SERP filtrate dove i competitor non hanno ancora aggiornato la scheda.

■ *Google Search Central + Whitespark*

## 6. Messaggistica: rispondere entro 1 ora o configurare risposta automatica

Local Pack

Mantenere attiva la messaggistica con tempi di risposta brevi. Google può disattivare la funzione per profili che rispondono lentamente. Un tasso di risposta rapido mantiene alto il punteggio di engagement della scheda, influenzando indirettamente la visibilità locale.

■ *Google Documentation ufficiale + test empirici*

## 7. Catalogo servizi: prezzi, foto e link alla pagina di acquisto

Local Pack

Mantenere aggiornato il catalogo servizi con prezzi, foto dedicate e descrizioni strutturate, collegando ogni voce alla relativa pagina sul sito. L'inserimento dei servizi genera 'Justification Snippets' nel Local Pack (es. 'Il loro sito menziona...'), aumentando drasticamente il CTR della scheda.

■ *Whitespark + BrightLocal — Justification Snippets*

## 8. Modifiche utenti: audit settimanale per bloccare le variazioni malevole

Local Pack

Controllare ogni settimana le modifiche suggerite da utenti esterni o competitor (cambi di orari, URL del sito). Google applica le modifiche crowdsourced se il proprietario non risponde entro la finestra temporale stabilita. Bloccare le modifiche errate impedisce la perdita di coerenza del NAP.

■ *Whitespark + BrightLocal*

## 9. Recensioni da Local Guide di alto livello: peso algoritmico superiore

Local Pack

Monitorare la qualità degli account che lasciano recensioni, incentivando il feedback da utenti Local Guide avanzati. Test empirici di Joy Hawkins dimostrano che le recensioni da Local Guide di alto livello hanno peso algoritmico superiore, non vengono filtrate dall'antispam e rimangono ancorate in cima al profilo.

■ *Joy Hawkins — test empirici Local Guide reviews*

## 10. Orari speciali: dichiarare preventivamente festività e chiusure

Local Pack

Usare la sezione 'Orari speciali' per dichiarare chiusure per festività e ferie prima che avvengano. Google invia avvisi agli utenti se gli orari potrebbero variare. Fornire il dato esatto elimina le segnalazioni negative per 'attività chiusa', un segnale comportamentale che danneggia il posizionamento.

■ *Google Search Central + BrightLocal*

## SEZIONE 3A — ERRORI IN FASE DI CREAZIONE: 10 da Evitare

### 1. Keyword stuffing nel campo Nome dell'attività

Local Pack

Non scrivere 'Getaweb - Creazione Siti Web - SEO Cuneo' se il nome legale è solo 'Getaweb'. Il keyword stuffing nel nome è la causa numero uno di Hard Suspension immediata prima ancora della pubblicazione. Se il profilo passa il controllo, viene penalizzato da report automatici dei competitor tramite algoritmi di crowd-sourcing.

■ Whitespark 2024-2025

### 2. Indirizzi virtuali, co-working non presidiati o caselle postali

Local Pack

Non inserire uffici di noleggio postale o co-working dove non è presente personale durante gli orari dichiarati. Google incrocia i dati catastali con i database dei fornitori di spazi commerciali: se l'indirizzo è mappato come ufficio virtuale, la creazione fallisce o subisce blocco permanente.

■ Google GBP Guidelines ufficiali

### 3. Numero di telefono VoIP non geografico

Local Pack

Non usare numeri generati da software VoIP, numeri verdi o numerazioni mobili non collegate al territorio in fase di setup. L'algoritmo verifica la corrispondenza del prefisso con le coordinate geografiche della sede: la mancanza di un numero locale abbassa il punteggio di rilevanza territoriale.

■ Analisi algoritmo di prossimità GBP

### 4. Sito web non indicizzato o bloccato da noindex/robots.txt

Entrambi

Non creare il profilo inserendo l'URL di un sito in 'coming soon' o con robots.txt che blocca Googlebot. Se il sistema trova un blocco tecnico durante la verifica, scollega l'autorità del sito dalla scheda, azzerando la rilevanza organica iniziale.

■ Google Search Central Documentation

### 5. Categorie secondarie contraddittorie o irrilevanti

Local Pack

Non aggiungere decine di categorie in contrasto semantico (es. 'Agenzia Web' + 'Negozio di Elettronica'). Studi Moz indicano che categorie incoerenti diluiscono la rilevanza della categoria primaria: l'algoritmo non riesce a definire il core business dell'entità.

■ Moz Local Search Ranking Factors

## 6. Profili duplicati sullo stesso indirizzo senza specificare Suite/Interno

Local Pack

Non registrare un nuovo profilo presso un indirizzo condiviso senza valorizzare il campo Interno/Ufficio. Google attiva un filtro anti-duplicazione automatico: due profili sullo stesso punto della mappa vengono uniti o sospesi per 'Profilo Duplicato'.

■ *Google GBP Guidelines + test empirici*

## 7. Orari h24 non realistici per attività che richiedono presenza fisica

Local Pack

Non impostare apertura 24/7 per agenzie, studi professionali o ristoranti. BrightLocal dimostra che i pattern di orari non realistici attivano controlli algoritmici stringenti: Google incrocia i dati con le medie di categoria sul territorio e rallenta la diffusione della scheda.

■ *BrightLocal — analisi orari GBP 2024*

## 8. Account Google con bassa reputazione o storia spam

Local Pack

Non creare il profilo con un account Gmail già associato a profili sospesi, inserzioni Ads rifiutate o recensioni rimosse per spam. La reputazione dell'account proprietario viene trasferita alla nuova entità, facendo scattare trigger di sicurezza immediati.

■ *Test empirici Trust Score Local SEO community*

## 9. Indirizzo malformato o senza codice paese per attività internazionali

Local Pack

Non saltare i campi standard della struttura geografica o forzare formati non riconosciuti dai servizi postali nazionali. Se il sistema non riesce a calcolare latitudine e longitudine esatte dall'indirizzo, la scheda non compete nei calcoli di prossimità del Local Pack.

■ *Google Maps geocoding algorithm*

## 10. Attivare tutte le funzionalità avanzate simultaneamente al momento della creazione

Local Pack

Non abilitare messaggistica, catalogo prodotti e attributi complessi nello stesso momento in cui si completa la creazione. Un sovraccarico di modifiche strutturali su un'entità non ancora validata simula comportamenti bot: il profilo viene bloccato preventivamente per attività insolita.

■ *Test empirici Local SEO community 2024*

## SEZIONE 3B — ERRORI DI GESTIONE NEL TEMPO: 10 da Evitare

### 1. Rispondere alle recensioni con testi identici o generati da bot

Local Pack

Non usare la stessa frase per tutte le risposte (es. 'Grazie per la recensione, a presto!'). I sistemi antispam tracciano i pattern ripetitivi: la mancanza di variazione linguistica viene interpretata come attività automatizzata e porta al congelamento della visibilità della scheda negli aggiornamenti successivi.

■ *Google antispam pattern detection*

### 2. Modificare contemporaneamente telefono, indirizzo e nome già attivi

Local Pack

Non cambiare simultaneamente i dati core su un profilo attivo. È il trigger principale per la sospensione immediata post-creazione: modifiche massive ai dati core simulano un tentativo di 'hijacking' della scheda. Il profilo viene sospeso e richiede una nuova video verifica.

■ *Analisi algoritmo antifrode GBP — Joy Hawkins*

### 3. Segnalare in massa le recensioni dei competitor dallo stesso account

Local Pack

Non usare lo strumento di segnalazione violazioni in modo aggressivo contro i profili concorrenti. Google traccia il rapporto tra segnalazioni inviate e accolte: un comportamento non supportato da reali violazioni abbassa il Trust Score dell'account amministratore, riducendo l'efficacia delle ottimizzazioni sulla propria scheda.

■ *Google Trust Score — analisi comportamentale*

### 4. Abbandonare il profilo senza aggiornamenti per oltre 90 giorni

Local Pack

Non smettere di caricare immagini o aggiornamenti per mesi consecutivi. Dati empirici di BrightLocal dimostrano l'esistenza di un fattore 'freshness' nei mercati competitivi: i profili abbandonati perdono progressivamente posizioni nel Local Pack a favore di competitor con segnali di attività costanti.

■ *BrightLocal Local Consumer Review Survey 2024*

### 5. Picchi anomali di recensioni concentrate in poche ore (Review Velocity Spike)

Local Pack

Non lanciare campagne di incentivazione non scaglionate che producono 20+ recensioni in un solo giorno dopo mesi di silenzio. Attiva il filtro Review Velocity: le recensioni sospette vengono eliminate permanentemente e viene applicata una penalizzazione silente (shadow ban) che limita il posizionamento.

■ *Google Review Velocity filter — Joy Hawkins*

## 6. Sostituire l'URL del sito web con link a pagine social

Local Pack

Non rimpiazzare il link del sito aziendale con Facebook, Instagram o piattaforme di recensioni esterne. Whitespark dimostra che i profili collegati a pagine social hanno performance di posizionamento inferiori di oltre il 60% rispetto a quelli collegati a siti web ottimizzati tecnicamente.

■ *Whitespark Local Search Ranking Factors 2024*

## 7. Lasciare senza risposta le domande Q&A; degli utenti

Local Pack

Non ignorare le domande poste dagli utenti nella sezione Q&A.; La mancata moderazione influisce negativamente sui segnali UX tracciati da Google e può portare all'inserimento di keyword negative o spam nel profilo da parte di terzi, danneggiando l'indicizzazione semantica.

■ *Sterling Sky + Google UX signals*

## 8. Iniettare coordinate GPS false su immagini stock tramite software EXIF

Local Pack

Non manipolare artificialmente i metadati EXIF su immagini scaricate da internet. Google dispone di algoritmi ML che incrociano i dati EXIF con il database globale delle immagini: se i metadati indicano coordinate specifiche ma i pixel rivelano un'immagine stock, la foto viene rifiutata e il profilo contrassegnato per manipolazione.

■ *Google Cloud Vision API + algoritmi ML riconoscimento immagini*

## 9. Ignorare le notifiche di richiesta accesso da parte di terzi

Local Pack

Non lasciare inavese le notifiche di trasferimento proprietà. Se una richiesta non riceve risposta entro i termini stabiliti da Google (3-7 giorni), il richiedente può ottenere parzialmente il controllo o causare il blocco cautelativo della scheda per disputa di proprietà.

■ *Google GBP ownership transfer policy*

## 10. Cambiare la categoria primaria più volte l'anno per rincorrere trend stagionali

Local Pack

Non modificare la categoria primaria frequentemente. Ogni cambio costringe l'algoritmo a resettare parzialmente lo storico di posizionamento accumulato per quell'entità. La scheda sperimenta forti fluttuazioni e ritardi nel riposizionarsi stabilmente nei cluster locali.

■ *Analisi algoritmo entità locale — Whitespark + BrightLocal*

## RIEPILOGO — Mappa delle Priorità

La tabella seguente riepiloga tutti gli elementi con fase, impatto e livello di priorità. Rosso = critico, Giallo = alta priorità, Bianco = media priorità.

Elemento	Fase	Impatto	Priorità
NAP coerente HTML / JSON-LD / GMB	Creazione	Local Pack	CRITICA
Categoria primaria corretta (spy competitors)	Creazione	Local Pack	CRITICA
URL landing page geo-specifica nel GBP	Creazione	Entrambi	ALTA
Aree servizio con CAP specifici (SAB)	Creazione	Local Pack	ALTA
Email dominio aziendale per account owner	Creazione	Local Pack	ALTA
URL pulito senza parametri UTM	Creazione	Local Pack	MEDIA
Foto con metadati GPS reali	Creazione	Local Pack	MEDIA
Video verifica < 48h	Creazione	Local Pack	ALTA
Keyword semantiche nelle recensioni clienti	Gestione	Local Pack	CRITICA
Post settimanali con CTA geo-mirato	Gestione	Local Pack	ALTA
Q&A preventive con testo keyword-rich	Gestione	Local Pack	ALTA
Foto reali con GPS attivo 2-4x/mese	Gestione	Local Pack	ALTA
Attributi aggiornati mensilmente	Gestione	Entrambi	MEDIA
Risposta messaggi < 1 ora	Gestione	Local Pack	MEDIA
Monitoraggio modifiche utenti settimanale	Gestione	Local Pack	ALTA

Fonti principali: Whitespark Local Search Ranking Factors 2024 · BrightLocal Local Consumer Review Survey · Sterling Sky Local SEO Tests · Joy Hawkins — Steady Demand · Google Search Central Documentation · Moz Local Search Ranking Factors · Ahrefs SEO Studies