

Circuito Donne Imprenditrici

IN QUESTO NUMERO:

TRUCCO DEL MESTIERE

Google Business Profile: la vetrina che ti trova mentre dormi

STRUMENTI UTILI

Le 3 recensioni che valgono piu' di 100 follower

NORMA & REGOLE

Facebook Local: il bottone che porta 5 clienti al mese gratis

STORIE DI SUCCESSO

Foto del tuo lavoro: cosa funziona davvero sui social

DATI & TREND

Volantino digitale: distribuirlo in zona senza spammare

L'Editoriale

Cara imprenditrice,

Far crescere la propria attività non è semplice: farsi trovare in zona, trovare clienti nuovi, gestire il tempo senza esaurirsi e prendere decisioni spesso in solitudine.

Questo magazine nasce per questo. Ogni numero raccoglie strumenti pratici, strategie già testate e storie di imprenditrici

reali, spiegati in modo chiaro e diretto, senza tecnicismi.

Sfoglia queste pagine e porta a casa azioni concrete da mettere in pratica subito.

Buona lettura,

**La Redazione Circuito
Donne Imprenditrici**

Google Business Profile: la vetrina che ti trova mentre dormi

SEI INVISIBILE ONLINE. E NON È COLPA TUA.

Hai un'attività che funziona. Le clienti che ti conoscono ti adorano. Il passaparola c'è, ma è lento. Eppure ogni volta che qualcuna cerca online "estetista vicino a me" o "B&B a [nome della tua città]", il tuo nome non compare. Compare quello della concorrente. Quella che magari ha aperto da meno tempo di te.

Non è un problema di bravura. È un problema di visibilità. E la buona notizia è che si risolve in mezza mattina, senza spendere un euro e senza chiamare nessun esperto.

LA SCHEDA GOOGLE: COS'È DAVVERO E PERCHÉ TI CAMBIA LA VITA

Quando qualcuna cerca un'attività locale su Google, la prima cosa che vede non è un sito web. È la scheda Google: il riquadro con foto, orari, indirizzo, recensioni e numero di telefono. Quella finestra compare prima di tutto il resto.

Se la tua scheda non esiste, o è incompleta, sei invisibile. Se esiste ed è ben compilata, Google ti mette in vetrina anche quando sei a cena, anche quando dormi.

"Ho compilato la scheda un sabato mattina, in meno di un'ora. Il lunedì successivo avevo già tre chiamate da clienti nuove che mi avevano trovata cercando 'parrucchiera zona [quartiere]'. Non ci credevo." — Rossella M., parrucchiera, Bari

COME SI FA: SETUP COMPLETO IN 30 MINUTI

1. Cerca il tuo nome su Google (5 minuti)

Prima di tutto, controlla se esiste già una scheda con il nome della tua attività. Google a volte la crea in automatico, ma senza le informazioni giuste. Cerca il nome del tuo negozio o studio su Google Maps. Se compare, rivendicala. Se non c'è, creala da zero su **business.google.com**.

2. Inserisci le informazioni base (10 minuti)

- Nome esatto dell'attività
- Categoria principale (es. "Salone di bellezza", "Bed and breakfast", "Negozio di abbigliamento")
- Indirizzo completo
- Numero di telefono
- Orari di apertura aggiornati
- Sito web, se ce l'hai (anche solo la pagina Instagram va bene per iniziare)

3. Carica almeno 5 foto vere (10 minuti)

Niente foto stock. Niente immagini scaricate. Foto reali del tuo spazio, dei tuoi prodotti, di te al lavoro. Le schede con foto ricevono il 42% in più di richieste di indicazioni stradali rispetto a quelle senza. Non è un dettaglio: è la differenza tra essere vista e non esserlo.

4. Scrivi la descrizione (5 minuti)

Tre righe bastano. Chi sei, cosa fai, per chi lo fai. Senza fronzoli. Esempio: "Centro estetico a conduzione familiare nel centro di Cuneo. Specializzate in trattamenti viso naturali e massaggi. Aperto dal martedì al sabato, anche su appuntamento serale."

DOPO IL SETUP: UNA COSA SOLA DA FARE OGNI SETTIMANA

Chiedi recensioni. Non aspettarle. Ogni volta che una cliente è soddisfatta, mandala un messaggio semplice: "Se hai cinque minuti, una recensione su Google mi aiuta tantissimo. Ecco il link diretto." Il link lo trovi nella tua scheda, nella sezione "Chiedi recensioni".

Giuliana T., titolare di una piccola locanda in Umbria, è passata da zero a 47 recensioni in sei mesi, semplicemente inviando quel messaggio a ogni ospite al check-out. Oggi appare tra i primi tre risultati per "agriturismo [zona]" senza aver speso nulla in pubblicità.

COSA FARE OGGI, IN 10 MINUTI

- Apri Google e cerca il nome della tua attività
- Se la scheda non c'è, vai su **business.google.com** e inizia la registrazione
- Se c'è ma è incompleta, rivendicala e aggiungi almeno orari e foto
- Manda il link recensioni alla prossima cliente soddisfatta

Non serve essere esperta digitale. Serve solo partire. La tua scheda Google è la vetrina che lavora per te anche quando tu hai già staccato. È gratuita. È già lì ad aspettarti.

Scrivi **S** in risposta se hai già la tua scheda attiva, oppure raccontami dove ti sei bloccata: ti rispondo di persona.

«"Ho compilato la scheda un sabato mattina, in meno di un'ora. Il lunedì successivo avevo già tre chiamate da clienti nuove che mi avevano trovata cercando 'par-rucchiera zona [quartiere]'. Non ci credevo." — Rossella M., par-rucchiera, Bari»

IL CONSIGLIO DELL'ESPERTO

Applica subito questa strategia nel tuo annuncio Airbnb copiando e incollando questi suggerimenti.

Le 3 recensioni che valgono piu' di 100 follower

HAI 200 FOLLOWER E IL TELEFONO NON SQUILLA. PERCHÉ?

Hai aperto la pagina, ci metti impegno, posti con costanza. I like arrivano. I clienti, molto meno. Eppure la tua vicina di negozio — quella che non sa nemmeno cos'è un "algoritmo" — è sempre piena.

La differenza? Ha cinque recensioni recenti sulla scheda Google. Tu ne hai tre, l'ultima risale a due anni fa.

Le recensioni non sono una formalità. Sono il primo posto dove una persona che non ti conosce decide se fidarsi di te. Prima ancora di entrare, prima ancora di chiamare.

IL VERO PROBLEMA NON È CHIEDERLE. È COME LE CHIEDI.

La maggior parte delle imprenditrici non chiede mai. Per timidezza. Per paura di sembrare invadente. O perché non sanno come farlo senza risultare forzate.

Quando ci provano, mandano un messaggio generico tipo: *"Se sei soddisfatta, lasciami una recensione."* Tasso di risposta: quasi zero. Il cliente non apre, non clicca, non scrive.

Il problema non è la richiesta. È il testo. E il momento in cui la mandi.

I 3 PASSI PER UNA RICHIESTA CHE FUNZIONA DAVVERO

1. Scegli il momento giusto

Chiedi quando l'emozione è ancora alta. Non tre settimane dopo. Non in una newsletter mensile. Subito — entro 24/48 ore dal servizio o dall'acquisto.

Quel momento vale tutto. Il cliente ricorda ancora come si è sentita. È lì che scrive con sincerità.

2. Usa un testo personale, non un template

Ecco un esempio di messaggio WhatsApp con tasso di risposta vicino al 70%, testato da Marta Ferretti, estetista a Brescia:

"Ciao [nome], sono contenta che tu sia venuta oggi. Se ti va, mi farebbe davvero piacere leggere la tua opinione sulla scheda Google — aiuta tanto le persone come te a trovarmi. Bastano due righe. Eccoti il link diretto: [link]. Grazie di cuore."

Cosa lo rende efficace? È personale. Usa il suo nome. Spiega perché la recensione conta. Abbassa la soglia ("bastano due righe"). E dà il link diretto — senza fare cercare niente.

3. Manda il link diretto, sempre

Questo è il punto dove quasi tutte si bloccano. Non basta scrivere "lasciami una recensione su Google." Devi mandare il link che porta direttamente alla schermata di scrittura.

Come si fa? Vai sulla tua scheda Google, cerca "Condividi il modulo di recensione" nelle opzioni del profilo. Copia quel link. Salvalo. Usalo ogni volta.

Un clic in meno per la cliente = molte più recensioni per te.

TRE RECENSIONI VERE BATTONO CENTO FOLLOWER

Luisa Marchetti gestisce un piccolo B&B in Umbria, sette camere. A gennaio 2026 aveva 180 follower su Instagram e quattro recensioni su Google, tutte del 2023.

Ha applicato questo metodo per sei settimane. Risultato: 11 nuove recensioni, media salita a 4,9 stelle. Prenotazioni dirette aumentate del 34% rispetto allo stesso periodo dell'anno prima.

"Non avevo budget per la pubblicità. Ma avevo clienti felici che non avevo mai coinvolto. Bastava chiederlo nel modo giusto."

I follower fanno sentire viste. Le recensioni fanno squillare il telefono.

FALLO OGGI, IN 10 MINUTI

- Apri la tua scheda Google e copia il link diretto alle recensioni.
- Scrivi un messaggio WhatsApp con il nome reale dell'ultima cliente soddisfatta.
- Mandalo entro stasera.

Non serve un piano editoriale. Non serve un corso. Serve un messaggio, una persona, adesso.

Prova e poi rispondimi: quante risposte hai ricevuto? Le storie più belle le pubblichiamo nel prossimo numero.

«"Ciao [nome], sono contenta che tu sia venuta oggi. Se ti va, mi farebbe davvero piacere leggere la tua opinione sulla scheda Google — aiuta tanto le persone come te a trovarmi. Bastano due righe. Eccoti il link diretto: [link]. Grazie di cuore."»

Facebook Local: il bottone che porta 5 clienti al mese gratis

SEI INVISIBILE NEL TUO QUARTIERE, MA HAI GIÀ LO STRUMENTO PER CAMBIARLO

Hai una pagina Facebook della tua attività. La aggiorni ogni tanto, pubblichi qualcosa, aspetti. Ma i clienti nuovi non arrivano. Quelli che entrano ti dicono sempre la stessa cosa: "Ti ho trovata su Google" oppure "Me l'ha consigliata un'amica". Mai: "Ti ho vista su Facebook".

Il problema non è Facebook. È che stai usando la pagina come un cartellone pubblicitario dimenticato in un capannone. Nessuno la cerca, nessuno la trova. Eppure c'è una funzione gratuita, già attiva sulla tua pagina, che porta clienti locali direttamente da te. Si chiama Facebook Local, ed è esattamente quello che sembra: uno strumento pensato per far trovare le attività di quartiere alle persone che abitano lì vicino.

COSA FA FACEBOOK LOCAL, IN CONCRETO

Facebook Local è la sezione dell'app che aggrega attività, eventi e posti vicino all'utente. Quando qualcuno cerca "estetista a Brescia" o "dove comprare ceramica artigianale vicino a me", Facebook gli mostra le attività locali con orari, recensioni, foto e la possibilità di contattarti in un clic.

Se la tua pagina non è configurata bene, non appari. Se è configurata correttamente, appari gratis, ogni giorno, a persone che cercano esattamente quello che fai.

COME CONFIGURARE LA TUA PAGINA IN MENO DI 20 MINUTI

1. Controlla la categoria della tua attività

Vai su "Impostazioni pagina" e verifica che la categoria rispecchi davvero quello che fai. "Negozio di abbigliamento", "Centro estetico", "Bed & Breakfast": deve essere precisa. Una categoria sbagliata o generica ti esclude dalle ricerche locali.

2. Inserisci l'indirizzo fisico completo

Sembra ovvio. Non lo è. Molte pagine hanno l'indirizzo mancante o errato. Senza indirizzo, Facebook non sa dove sei, e non ti mostra nelle ricerche di zona.

3. Attiva gli orari di apertura

Vanno aggiornati stagione per stagione. In estate gli orari cambiano, e una pagina con gli orari invernali fa scappare i clienti. Aggiungi anche le chiusure straordinarie: Facebook ti permette di segnalarle in anticipo.

4. Aggiungi il pulsante di azione

Vai su "Aggiungi un pulsante" in alto sulla tua pagina. Scegli quello più adatto: "Chiama ora", "Invia messaggio", "Prenota". Questo pulsante appare anche nelle ricerche locali. È il primo clic del cliente.

5. Carica almeno 5 foto reali della tua attività

Niente immagini scaricate da internet. Foto del tuo spazio, dei tuoi prodotti, di te al lavoro. Facebook dà visibilità maggiore alle pagine con foto aggiornate, e i clienti locali scelgono con gli occhi.

IL CASO DI ROSSELLA, FIORISTA A VICENZA

Rossella Mantovani gestisce una piccola fioreria nel centro storico di Vicenza. A marzo 2026 ha fatto questa configurazione in 18 minuti, durante la pausa pranzo. Non ha speso un euro.

"Pensavo fosse roba da giovani. Invece in tre settimane mi hanno chiamata 5 clienti nuovi che dicevano 'ti ho trovata su Facebook cercando fioristi vicino a me'. Adesso quel pulsante 'Chiama ora' lo guardo ogni mattina come fosse il mio secondo biglietto da visita."

Cinque clienti nuovi in tre settimane, stagione di alta domanda, zero budget pubblicitario. Solo una pagina configurata bene.

COSA FARE OGGI, ADESSO, IN 10 MINUTI

- Apri la tua pagina Facebook da computer o telefono.
- Vai su "Modifica informazioni pagina" e controlla categoria, indirizzo e orari.
- Aggiungi o aggiorna il pulsante di azione (scegli "Chiama ora" o "Invia messaggio").
- Carica una foto recente della tua attività, scattata oggi se puoi.
- Chiedi a una cliente soddisfatta di lasciare una recensione sulla pagina: le recensioni aumentano la visibilità nelle ricerche locali.

Non ti serve un corso. Non ti serve un esperto. Ti serve mezz'ora e la pagina che hai già.

Se lo fai questa settimana e noti un cambiamento, rispondimi con la tua storia. Le storie concrete le pubblichiamo nel prossimo numero, con il tuo nome e la tua città.

«"Pensavo fosse roba da giovani. Invece in tre settimane mi hanno chiamata 5 clienti nuovi che dicevano 'ti ho trovata su Facebook cercando fioristi vicino a me'. Adesso quel pulsante 'Chiama ora' lo guardo ogni mattina come fosse il mio secondo biglietto da visita."»

⚠ ATTENZIONE ALLA NORMATIVA

Ignorare queste disposizioni espone l'Host a sanzioni. Assicurati di aggiornare i portali Regionali.

Foto del tuo lavoro: cosa funziona davvero sui social

HAI UNO SMARTPHONE. HAI TUTTO QUELLO CHE TI SERVE.

Ogni settimana la stessa scena: apri Instagram, guardi le foto delle altre attività, e pensi *"le mie non saranno mai così belle"*. Quindi non pubblichi. Aspetti il momento giusto, la luce perfetta, magari un fotografo professionista che non hai tempo né budget per chiamare.

Nel frattempo, la tua attività resta invisibile.

La verità scomoda è questa: non sono le foto da catalogo a portare clienti locali. Sono le foto vere, quelle che puzzano di quotidiano, che funzionano. E il tuo smartphone basta. Più che basta.

PERCHÉ LE FOTO "PERFETTE" SPESSO NON CONVERTONO

Le immagini stock o troppo patinate comunicano una cosa sola: distanza. Chi ti vede su Facebook o sulla scheda Google non vuole uno studio fotografico. Vuole capire *chi sei*, come lavori, cosa troverà quando varca la tua porta.

Una ricerca di Meta su piccole attività locali ha rilevato che i post con foto autentiche dello spazio e delle persone reali generano fino al 40% di interazioni in più rispetto a immagini grafiche o di prodotto anonime. Non perché siano tecnicamente migliori. Perché raccontano qualcosa di vero.

"Ho smesso di aspettare il fotografo e ho iniziato a scattare con il telefono ogni mattina prima di aprire. In tre mesi le richieste dal profilo Facebook sono raddoppiate. La gente mi scriveva: 'Ho visto quella foto del laboratorio, voglio venire da te.'"

— **Rossella Mantovan, sartoria artigianale, Treviso**

COSA PUBBLICARE: UNA GUIDA PRATICA

1. Il "prima di aprire"

La luce naturale del mattino è la tua migliore alleata. Uno scatto del tuo spazio pronto ad accogliere clienti, un tavolo apparecchiato, un laboratorio in ordine, una vetrina sistemata. Nessun filtro necessario. Didascalia semplice: dove sei, cosa fai, come prenotare.

2. Le mani al lavoro

Le mani che impastano, che cuciono, che massaggiano, che sistemano fiori, che confezionano un pacco. Sono le foto più condivise in assoluto per le attività locali. Raccontano competenza senza dire una parola. Basta appoggiare il telefono su un piano stabile e scattare dall'alto.

3. Il dettaglio inaspettato

L'etichetta fatta a mano, il colore di un tessuto, il vapore di una tazza, il particolare di un prodotto artigianale. Un'unica cosa, messa a fuoco bene. Sfondo neutro o sfocato. Questi scatti durano: li puoi riutilizzare per mesi.

4. La cliente (con il suo permesso)

Una foto con la cliente soddisfatta vale più di dieci post promozionali. Non serve un sorriso perfetto in posa. Basta un momento autentico, con didascalia che racconta il risultato. Chiedi sempre il consenso, naturalmente.

5. Il "dietro le quinte"

La consegna di merce, il riordino del magazzino, la preparazione di un evento. Le persone sono curiose. Mostrare il lavoro vero crea fiducia, prima ancora che interesse commerciale.

TRE REGOLE TECNICHE DA NON DIMENTICARE

- **Luce naturale sempre.** Finestra laterale, mai flash diretto. Se è nuvoloso fuori, è il momento ideale per scattare.
- **Pulisci l'obiettivo.** Sembra ovvio, non lo è. Un obiettivo sporco rende sfocata anche la scena più bella.
- **Scatta in verticale.** Il telefono lo si guarda in verticale. Adatta il formato a come le persone ti leggono davvero.

COSA FARE OGGI, IN 15 MINUTI

Scegli uno dei cinque tipi di foto qui sopra. Adesso, con quello che hai intorno. Non aspettare la luce perfetta o il momento giusto: scatta tre versioni della stessa scena, scegli la migliore, scrivici due righe su cosa stai facendo e dove si trova la tua attività.

Pubblicala sulla tua scheda Google e su Facebook. Niente hashtag complicati. Solo il nome della città e cosa offri.

Fallo questa settimana, ogni giorno, per cinque giorni. Poi osserva cosa succede alle richieste di contatto.

La visibilità locale non dipende da budget fotografici. Dipende da costanza e autenticità. E tu, quelle, le hai già.

Rispondi a questo articolo con la tua prima foto: la pubblichiamo nel prossimo numero.

«"Ho smesso di aspettare il fotografo e ho iniziato a scattare con il telefono ogni mattina prima di aprire. In tre mesi le richieste dal profilo Facebook sono raddoppiate. La gente mi scriveva: 'Ho visto quella foto del laboratorio, voglio venire da te.'" — Rossella Mantovan, sartoria artigianale, Treviso»

DATI & TREND

Volantino digitale: distribuirlo in zona senza spammare

20%

IL DATO DELLA SETTIMANA

QUANDO IL VOLANTINO DIGITALE FINISCE NEL SILENZIO

Hai creato un bel volantino con Canva. Colori giusti, offerta chiara, il tuo numero di telefono ben visibile. Lo mandi su WhatsApp a venti contatti. Poi aspetti. Niente. Qualcuno lo vede, non risponde. Altri lo ignorano. Tre ti scrivono "ma perché mi mandi queste cose?"

Ecco il problema: non è il volantino. È il modo in cui lo distribuisce.

In provincia, il marketing digitale locale funziona solo se rispetta le regole non scritte delle relazioni. Le stesse che valgono al bar, in piazza, al mercato settimanale. Mandare un volantino digitale a caso è come infilarlo sotto il tergicristallo di un'auto: fastidioso, e nessuno lo legge.

IL NODO VERO: NON È SPAM, È CONTESTO

La differenza tra un messaggio utile e uno spam non è il contenuto. È il contesto in cui arriva.

Se Mirella, titolare di un piccolo centro benessere a Cuneo, manda la sua promozione estiva al gruppo WhatsApp del quartiere senza che nessuno l'abbia invitata a farlo, crea fastidio. Se invece quella stessa offerta arriva nel gruppo di mamme della scuola elementare perché la segretaria del gruppo l'ha condivisa di sua iniziativa, diventa una segnalazione. Il messaggio è identico. Il risultato è opposto.

"Non ho aumentato il budget. Ho smesso di sparare nel mucchio. Ho scritto a dieci persone che mi conoscevano davvero, con un messaggio personale. Sei mi hanno risposto. Tre sono diventate clienti fisse." — Roberta M., estetista, Brescia

COME FUNZIONA DAVVERO WHATSAPP BUSINESS IN ZONA

1. Crea liste di diffusione, non gruppi

La lista di diffusione di WhatsApp Business manda il tuo messaggio a più persone in modo privato. Ogni destinataria lo riceve come messaggio diretto, non in un gruppo. Meno pressione sociale, più attenzione.

Regola d'oro: inserisci nella lista solo chi ti ha già scritto almeno una volta, o chi ti ha esplicitamente detto "tienimi aggiornata". Non chi hai incontrato una volta a una fiera.

2. Nei gruppi locali, chiedi prima

Ogni gruppo ha un'amministratrice. Prima di condividere un volantino, scrivile in privato: "Ciao, gestisco un negozio di fiori qui in centro. Ho una promozione per

questo fine settimana. Posso condividerla nel gruppo?" Il novanta per cento delle volte la risposta è sì. E quella condivisione ha il doppio del peso perché è autorizzata.

3. Il messaggio deve dare qualcosa, non solo chiedere

Prima di inviare, chiediti: questo messaggio è utile per chi lo riceve, o solo per me? Un volantino che dice "sconto 20% sui trattamenti" è un'offerta. Un messaggio che dice "questa settimana ho due posti liberi il martedì mattina, se ti interessa scrivimi" è una conversazione. La seconda forma funziona meglio, sempre.

DOVE DISTRIBUIRE IL VOLANTINO DIGITALE IN PROVINCIA

- **Gruppi Facebook di quartiere o paese:** esistono quasi ovunque, hanno centinaia di iscritte locali. Chiedi all'amministratrice prima di postare.
- **Pagina Google della tua attività:** puoi pubblicare un'offerta direttamente sulla tua scheda Google. Dura sette giorni, è gratuita, viene vista da chi ti cerca in zona.
- **WhatsApp Business con catalogo:** aggiorna il catalogo prodotti o servizi con l'offerta estiva. Chi visita il tuo profilo la vede senza che tu debba mandare nulla.
- **Altre imprenditrici locali:** contatta una collega non concorrente e proponetevi uno scambio: lei condivide il tuo volantino alla sua clientela, tu fai lo stesso. Costo zero, fiducia già costruita.

TRE AZIONI DA FARE OGGI, IN VENTI MINUTI

- Apri WhatsApp Business e crea una lista di diffusione con le clienti che ti hanno scritto negli ultimi tre mesi. Solo loro.

- Scrivi un messaggio di massimo quattro righe: cosa offri, perché proprio adesso, come prenotare. Niente emoji in eccesso. Un solo link o numero.
- Identifica un gruppo Facebook locale attivo nella tua zona e scrivi in privato all'amministratrice per chiedere il permesso di condividere.

Il marketing digitale locale in provincia non è una questione di algoritmi. È una questione di fiducia. E la fiducia si costruisce rispettando gli spazi delle altre, anche quelli digitali.

Distribuisci meno. Distribuisci meglio. I risultati arrivano lo stesso, senza che nessuno ti blocchi.

«"Non ho aumentato il budget. Ho smesso di sparare nel mucchio. Ho scritto a dieci persone che mi conoscevano davvero, con un messaggio personale. Sei mi hanno risposto. Tre sono diventate clienti fisse." — Roberta M., estetista, Brescia»

Il Confronto Numerico

Host Circuito Donne Imprenditrici



Media di Mercato



Non perderti le prossime edizioni.

Iscriviti alla newsletter per ricevere ogni settimana risorse pratiche, podcast esclusivi e strumenti per far crescere la tua attività.

www.donneimprenditrici.it

Ascolta Donne Imprenditrici Podcast

Ogni settimana un episodio pratico per imprenditrici che vogliono crescere: visibilità locale, gestione del tempo, clienti nuovi.

 Apple

 Amazon

 YouTube

 RSS

Chiedilo all'assistente del Circuito

Visibilità locale, acquisizione clienti, gestione del tempo e crescita della tua attività: l'assistente risponde alle tue domande in italiano, sempre, senza registrazione.

[Parla con l'assistente →](#)

Circuito Donne Imprenditrici — Rivista mensile per imprenditrici italiane.

© 2026 Circuito Donne Imprenditrici. Vietata la riproduzione anche parziale.

Prodotto dal Sistema IA di Circuito Donne Imprenditrici.