

Donne Imprenditrici

LA RIVISTA • SETTIMANA 31 — 2026

LA PILLOLA

La tua scheda Google esiste già. Senza di te.

IL GESTO

Apri Maps adesso. Cerca il tuo nome.

LO STRUMENTO

Scheda Google: la vetrina gratuita che non scade



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**

La tua scheda Google esiste già. Senza di te.

Giulia gestisce un centro estetico a Brescia da dodici anni. Un giorno una cliente nuova le dice: "Ti ho trovata su Google Maps, ma gli orari dicevano che eri chiusa il martedì. Ho quasi rinunciato." Giulia il martedì apre alle nove. Quel profilo su Google Maps esisteva già — creato automaticamente raccogliendo dati pubblici — ma lei non lo aveva mai toccato. Per chi cerca un'attività locale oggi, la scheda Google è il primo contatto, spesso l'unico. Se sei un'imprenditrice con un'attività locale e non hai ancora rivendicato il tuo profilo su **Google Business Profile**, qualcun altro — o qualcosa — parla già di te al posto tuo. Capire come funziona **google business profile imprendatrici attività locali** non è un dettaglio tecnico: è sapere chi controlla la tua reputazione online.

COME RIVENDICARE E GESTIRE IL TUO PROFILO SU GOOGLE BUSINESS PROFILE PER ATTIVITÀ LOCALI

Google può generare un profilo automatico per qualsiasi attività a partire da informazioni pubbliche: elenchi telefonici, siti web, directory locali. Il risultato è spesso una scheda incompleta, con orari sbagliati, nessuna foto e talvolta un indirizzo non più aggiornato. **Rivendicare quel profilo è il primo atto concreto di visibilità locale che puoi fare, gratuitamente, in meno di trenta minuti.**

Ecco i passi da seguire, nell'ordine:

- **Cerca la tua attività su Google Maps.** Digita il nome del tuo negozio, salone o laboratorio. Se compare già una scheda con il banner "Sei il proprietario?", significa che esiste un profilo non rivendicato.
- **Accedi con un account Google.** Usa l'account che gestisci tu, non quello di un parente o di chi ti ha fatto il sito. Questo ti serve per avere il controllo nel tempo.
- **Avvia la rivendicazione.** Segui il percorso guidato da Google. Ti verrà chiesto di verificare che sei davvero la titolare dell'attività.
- **Completa la verifica.** Google offre più metodi: cartolina postale all'indirizzo dell'attività, telefonata, email, o — per alcune attività — verifica immediata tramite video. La verifica è il passaggio che molte saltano, ma è quello che rende il profilo tuo a tutti gli effetti e visibile nelle ricerche.
- **Se il profilo non esiste, crealo da zero.** Vai su *business.google.com*, inserisci i dati della tua attività e avvia comunque la verifica. Il profilo non comparirà in Maps finché la verifica non è completata.

Una scheda verificata e completa ti permette di apparire nei risultati locali di Google Search e Maps quando qualcuno cerca un servizio vicino a sé. **Per un'attività locale, questo tipo di visibilità vale quanto — spesso più — di qualsiasi altra presenza online.**

Cosa fare subito dopo la verifica: 4 azioni che fanno differenza

Verificare il profilo è il punto di partenza, non il traguardo. Appena hai accesso alla gestione, fai queste quattro cose prima di qualsiasi altra:

- **Correggi orari e indirizzo.** Controlla ogni giorno della settimana, inclusi i festivi e le chiusure estive. Se chiudi per ferie ad agosto, aggiornalo adesso.

- **Carica almeno tre foto reali.** L'esterno dell'attività, l'interno, e una foto che mostri il tuo lavoro o i tuoi prodotti. Niente immagini stock: Google e chi cerca preferiscono il reale.
- **Scrivi una descrizione chiara.** Dieci righe che dicono cosa fai, per chi, e dove sei. Usa le parole che i tuoi clienti usano quando cercano, non il gergo del settore.
- **Rispondi alle recensioni già presenti.** Anche a quelle vecchie. Una risposta — anche breve — segnala che l'attività è attiva e gestita da una persona reale.

DOMANDE FREQUENTI SU GOOGLE BUSINESS PROFILE PER IMPRENDITRICI CON ATTIVITÀ LOCALI

Posso avere una scheda Google anche se non ho un sito web?

Sì. Google Business Profile funziona in modo indipendente da un sito web. Puoi inserire tutte le informazioni della tua attività — orari, servizi, foto, contatti — direttamente nella scheda, che comparirà su Maps e nelle ricerche locali. Un sito web può integrare la scheda, ma non è un requisito per crearla o verificarla.

Cosa succede se non rivendico il profilo che Google ha creato per me?

Il profilo resta visibile, ma con le informazioni che Google ha raccolto autonomamente: spesso incomplete o errate. Chiunque può suggerire modifiche a una scheda non rivendicata, e Google può accettarle senza che tu ne sappia nulla. **Una scheda non rivendicata è una vetrina che qualcun altro può modificare al posto tuo.**

Con quale frequenza devo aggiornare la scheda Google?

Almeno ogni volta che cambia qualcosa: orari stagionali, chiusure straordinarie, nuovi servizi, numeri di telefono. Google premia i profili aggiornati con maggiore visibilità nelle ricerche locali. Anche pubblicare un aggiornamento o una foto ogni due o tre settimane mantiene la scheda attiva agli occhi dell'algoritmo.

IN SINTESI

Se hai un'attività locale, la tua scheda Google probabilmente esiste già — e parla di te anche quando tu non lo sai. **Rivendicarla è gratuito, richiede meno di trenta minuti, e ti restituisce il controllo sulla prima cosa che i tuoi potenziali clienti vedono.** Queste sono le quattro azioni chiave:

- Cerca subito se esiste già un profilo a tuo nome su Google Maps.
- Rivendicalo o crealo tramite Google Business Profile e completa la verifica.
- Aggiorna orari, indirizzo, foto e descrizione appena hai accesso.
- Rispondi alle recensioni e tieni la scheda aggiornata nel tempo.

Non serve essere esperte di marketing. Serve solo sapere che quella vetrina esiste — e decidere di gestirla tu.

⚠ ATTENZIONE ALLA NORMATIVA

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

FONTI:

- Google Business Profile (IT)
- Google Support (IT)

Apri Maps adesso. Cerca il tuo nome.

Martina gestisce un piccolo centro estetico a Lecce. Un giorno, per curiosità, apre Google Maps e cerca il nome della sua attività. Trova un profilo: ma gli orari sono sbagliati, manca qualsiasi foto, e la categoria indicata è "centro benessere" invece di "estetista". Ogni settimana, decine di clienti potenziali passano davanti a quel profilo e continuano a scorrere. Martina non lo sapeva. Tu sai cosa appare quando una cliente cerca il tuo nome? Ottimizzare il **Google Business Profile per imprenditrici con attività locali** parte esattamente da qui: da quello che vedi quando cerchi te stessa.

PERCHÉ IL TUO PROFILO SU GOOGLE CONTA PIÙ DEL TUO SITO WEB

Quando una persona cerca un'estetista, una b&b o un laboratorio artigianale nella propria città, il primo risultato che vede non è quasi mai un sito web. È la scheda Google: nome, orari, foto, recensioni, indirizzo. Tutto in pochi secondi, senza bisogno di cliccare su nient'altro. Se quella scheda è incompleta, sbagliata o inesistente, la cliente passa alla concorrente successiva. Non ti cercherà di nuovo. Non sa nemmeno che esisti.

Un profilo curato su Google è oggi uno degli strumenti più efficaci per chi ha un'attività locale. Non richiede un budget, non richiede competenze tecniche avanzate. Richiede attenzione e qualche ora di lavoro iniziale. L'attenzione, però, deve partire da un controllo onesto di quello che c'è adesso.

COME CONTROLLARE E CORREGGERE IL TUO PROFILO GOOGLE IN TRE PASSI CONCRETI

Il controllo che devi fare è semplice. Apri Google Maps dal telefono e cerca il nome esatto della tua attività. Poi annotati le risposte a queste domande:

- Il profilo esiste? Se sì, è di tua proprietà o è stato creato automaticamente da Google?
- Gli orari indicati sono quelli reali, incluse le variazioni estive?
- Ci sono foto? Sono aggiornate e riconoscibili?
- La categoria principale corrisponde a quello che fai davvero?
- Ci sono recensioni? Hai risposto alle ultime?

Queste cinque domande ti danno già un quadro preciso di dove stai perdendo clienti. Ogni risposta negativa è un buco da chiudere, uno alla volta.

Tre azioni che puoi fare oggi, in meno di un'ora

Se il profilo non è verificato, il primo passo è rivendicarlo tramite Google Maps o cercando "Google Business Profile" dal browser. Google ti manda un codice di verifica, di solito per posta o per telefono. Ci vogliono pochi giorni.

Se il profilo esiste ma ha informazioni sbagliate, accedi alla gestione e correggi subito: orari, indirizzo, numero di telefono, sito web. In estate gli orari cambiano spesso: aggiornali adesso, prima che una cliente arrivi quando sei chiusa.

Se mancano le foto, carica almeno tre immagini reali: l'ingresso della tua attività, uno spazio interno, te al lavoro. Le foto aumentano la fiducia di chi non ti conosce ancora. Usa immagini tue, non foto prese da internet.

Rispondere alle recensioni — anche a quelle negative, con tono calmo e professionale — mostra alle clienti future che sei presente e che tieni alla loro esperienza. Una risposta ben scritta vale quanto una recensione positiva in più.

DOMANDE FREQUENTI SUL GOOGLE BUSINESS PROFILE PER IMPRENDITRICI CON ATTIVITÀ LOCALI

Devo avere un sito web per usare la scheda Google?

No. La scheda Google funziona in modo indipendente dal sito web. Puoi inserire il link al sito se ce l'hai, ma non è obbligatorio. Molte imprenditrici con attività locali ottengono nuove clienti esclusivamente attraverso il profilo Google, senza avere un sito proprio.

Cosa succede se non rivendico il profilo che Google ha creato per me?

Il profilo rimane visibile ma non puoi modificarlo, rispondere alle recensioni o aggiornare gli orari. Chiunque può suggerire modifiche, e Google può applicarle automaticamente. Rivendicare il profilo è il modo per avere il controllo su quello che le clienti vedono.

Con quale frequenza devo aggiornare la scheda Google della mia attività locale?

Ogni volta che cambia qualcosa di rilevante: orari, servizi, numero di telefono, periodo di chiusura. In estate è particolarmente importante aggiornare gli orari ridotti o le date di ferie, per evitare di perdere clienti che si presentano quando sei chiusa.

IN SINTESI

Ottimizzare il **Google Business Profile per le imprenditrici con attività locali** non è un lavoro da esperte di marketing. È un controllo che chiunque può fare in pochi minuti. Le quattro azioni chiave da portare a casa:

- Cerca subito il nome della tua attività su Google Maps e valuta quello che vedi con gli occhi di una cliente che non ti conosce.
- Rivendica il profilo se non è ancora verificato: è il primo passo per avere controllo sulla tua visibilità locale.
- Aggiorna orari e informazioni adesso, tenendo conto delle variazioni estive.
- Aggiungi foto reali e rispondi alle recensioni esistenti: sono segnali di presenza e affidabilità che Google e le clienti leggono allo stesso modo.

□ IL CONSIGLIO DELL'ESPERTO

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

Scheda Google: la vetrina gratuita che non scade

Immagina Rossella, titolare di un centro estetico a Lecce. Una cliente nuova digita su Google "centro estetico vicino a me" — e il nome di Rossella compare tra i primi risultati, con foto, orari e venti recensioni positive. Rossella non ha speso un euro in pubblicità. Ha solo curato la sua scheda Google. Questo è esattamente quello che fa il **Google Business Profile per imprenditrici con attività locali**: mette la tua attività davanti agli occhi di chi sta già cercando quello che offri, nel momento in cui lo cerca. Gratis.

COME FUNZIONA LA SCHEDA GOOGLE E PERCHÉ CONVIENE ALLE ATTIVITÀ LOCALI

La scheda Google — nome ufficiale Google Business Profile — è il riquadro che appare a destra nei risultati di ricerca o direttamente su Google Maps quando qualcuno cerca un'attività specifica in una zona. Contiene il nome della tua attività, l'indirizzo, il numero di telefono, gli orari di apertura, le foto, le recensioni e un link al sito se ce l'hai.

Per un'attività locale, essere presenti lì è spesso più urgente che avere un sito web aggiornato. Molte clienti decidono se entrare in un negozio o prenotare un servizio proprio da quella scheda, senza mai cliccare altrove. La scheda Google è il primo contatto digitale tra te e una cliente che non ti conosce ancora.

Si crea e si gestisce da browser su *business.google.com* oppure dall'app ufficiale Google Business Profile sul telefono. Non serve un tecnico, non serve un'agenzia. Serve solo un account Google e qualche ora di attenzione iniziale.

I PASSI CONCRETI PER ATTIVARE E OTTIMIZZARE LA TUA SCHEDA GOOGLE

Prima ancora di cominciare, cerca il nome della tua attività su Google Maps: a volte una scheda esiste già, creata automaticamente da Google. In quel caso devi solo "rivendicarla" come proprietaria e completarla.

- **Crea o rivendica la scheda.** Accedi a *business.google.com* con il tuo account Google e segui la procedura guidata. Google chiederà di verificare che sei davvero la titolare — di solito tramite un codice spedito per posta o una verifica telefonica. Può volerci qualche giorno: mettilo in conto.
- **Compila ogni campo.** Nome esatto dell'attività, indirizzo, orari (inclusi festivi e agosto), numero di telefono, categoria principale (es. "centro estetico", "bed and breakfast", "negozio di ceramiche artigianali"). Ogni campo vuoto è un'opportunità mancata.
- **Carica le foto.** Foto reali dei tuoi spazi, dei tuoi prodotti, del tuo lavoro. Niente immagini generiche. Le foto aumentano la credibilità e aiutano Google a capire di cosa ti occupi.
- **Scrivi la descrizione.** Poche righe chiare: cosa fai, per chi, dove. Usa le parole che userebbe una tua cliente quando ti cerca. Niente frasi complicate.
- **Attiva i messaggi.** Puoi permettere alle clienti di scriverti direttamente dalla scheda. Utile per prenotazioni veloci o domande rapide.

Cosa puoi fare adesso, in meno di trenta minuti

Apri Google Maps sul telefono e cerca il nome della tua attività. Se non compare, hai la risposta: devi creare la scheda oggi. Se compare ma è incompleta — orari mancanti, nessuna foto, descrizione assente — hai già il tuo elenco di cose da fare.

Aggiorna gli orari estivi se sei aperta in agosto o se hai modificato i turni per la stagione. Una scheda con orari sbagliati fa perdere clienti reali: una persona che arriva e trova il negozio chiuso non torna.

Chiedi a una cliente fidata di lasciarti una recensione autentica. Non serve che scriva un romanzo: anche tre righe sincere fanno la differenza. Le recensioni sono uno dei fattori che Google considera per decidere quanto in alto mostrare la tua scheda. Una scheda Google ben curata per imprenditrici con attività locali vale quanto una vetrina sul corso principale — visibile a chi passa, anche senza conoscere il negozio.

DOMANDE FREQUENTI

La scheda Google ha costi nascosti?

No. Creare, gestire e aggiornare la scheda Google è completamente gratuito. Google offre anche annunci a pagamento che appaiono in posizione privilegiata, ma sono facoltativi e separati dalla scheda organica, che rimane gratuita senza limiti di tempo.

Devo avere un sito web per aprire una scheda Google?

No, il sito web non è obbligatorio. La scheda Google funziona in modo indipendente e molte attività locali la usano come unica presenza digitale. Puoi inserire il link al sito se ce l'hai, ma la scheda resta utile anche senza.

Quanto tempo ci vuole per gestirla dopo la configurazione iniziale?

Una volta impostata correttamente, bastano pochi minuti a settimana: aggiornare gli orari quando cambiano, rispondere alle recensioni, caricare qualche foto nuova. Il lavoro più intenso è quello iniziale di configurazione, non la gestione ordinaria.

IN SINTESI

La scheda Google è gratuita, non scade e non richiede competenze tecniche. Ecco le quattro azioni che fanno davvero la differenza:

- Cerca subito la tua attività su Google Maps e verifica cosa vede una cliente nuova.
- Completa ogni campo della scheda: orari aggiornati, foto reali, descrizione chiara.
- Chiedi a una cliente di fiducia una recensione autentica questa settimana.
- Controlla la scheda ogni volta che cambiano gli orari o hai una novità da comunicare.

Il Google Business Profile per imprenditrici con attività locali non è uno strumento complicato. È una vetrina aperta ventiquattro ore su ventiquattro, che lavora per te anche quando tu sei chiusa.

Opportunità aperte in questo momento

ON — Oltre Nuove imprese a tasso zero

INVITALIA (MIMIT)

Finanziamento a tasso zero per nuove imprese giovanili e femminili (dal 1° luglio 2026 non è più prevista la quota a fondo perduto)

Scadenza: Fino a esaurimento fondi

Bando ufficiale: <https://www.invitalia.it/incentivi-e-strumenti/ON-nuove-imprese-tasso-zero>

Fondo di garanzia PMI — Sezione speciale imprese femminili

MEDIOCREDITO CENTRALE (MIMIT)

Garanzia pubblica sui finanziamenti bancari, con priorità di istruttoria ed esenzione dalla commissione una tantum

Scadenza: Fino a esaurimento fondi

Bando ufficiale: <https://www.fondidigaranzia.it/le-sezioni-del-fondo/imprese-femminili/>

Verifica sempre requisiti e scadenze sul sito ufficiale dell'ente prima di presentare domanda.

Provato per te

Google Maps (versione desktop + app mobile)

È lo strumento che permette ai clienti di trovarti quando cercano "parrucchiera zona centro" o "ristorante con terrazza". La tua scheda Google (quella che appare su Maps e in ricerca) è gratis, sempre attiva, e raccoglie le recensioni che parlano al posto tuo. Se non la gestisci, parla comunque—ma senza la tua voce.

Pro: gratuito, sempre visibile in ricerca locale, le recensioni lavorano per te anche mentre dormi, integrato con Google Search, funziona su cellulare (dove cercano i tuoi clienti), mostra foto, orari, telefono senza bisogno di sito

Contro: i clienti scrivono quello che vogliono (compresi i cattivi), richiede monitoraggio costante delle nuove recensioni, la risposta alle recensioni è pubblica (quindi deve essere consapevole)



Per chi è adatto: qualsiasi attività locale (parrucchiera, estetista, ristorante, coach, artigiano, negozio). Non è opzionale. È il primo luogo dove i clienti guardano prima di entrare o chiamare. Se non c'è, assumi che metà dei tuoi potenziali clienti non ti trova.

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 settimanale per imprenditrici italiane.

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

Prodotto dal Sistema IA di Circuito Donne Imprenditrici.