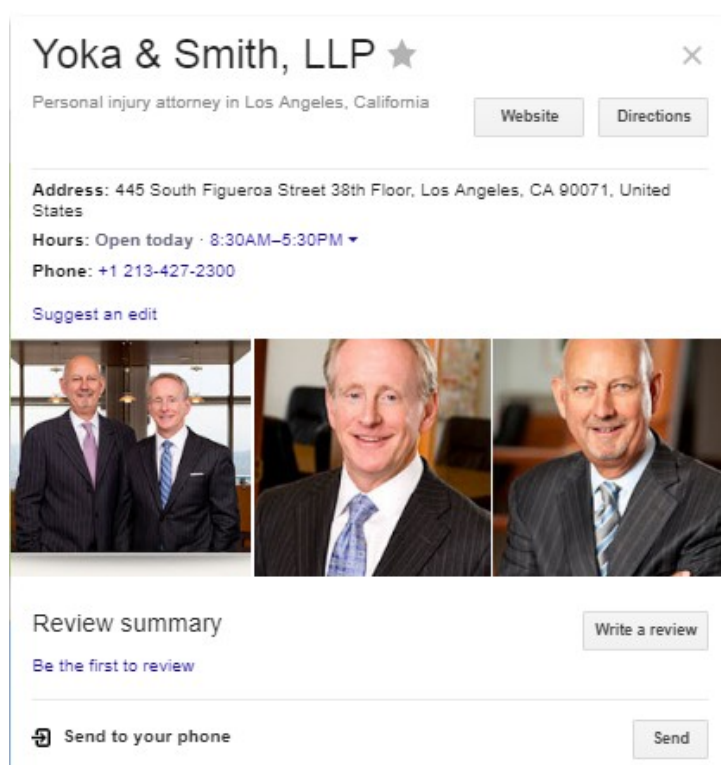


Il servizio Google My Business è uno dei primi servizi che offriamo. Con un piccolo investimento infatti puoi apparire su Google , per le ricerche locali con il tuo nome e, con molte ottimizzazioni, anche per ricerche più avanzate come “avvocato tua città”.

E’ il servizio ideale se vuoi quanto meno offrire una breve presentazione del tuo Studio, gli orari di apertura, l’indirizzo e i dati di contatto. Questo è un esempio di un risultato da Google di un avvocato (per motivi di privacy abbiamo preferito selezionare un avvocato americano, ma i medesimi risultati si possono ottenere anche in Italia).



Acquista il servizio base Google My Business sul nostro sito:

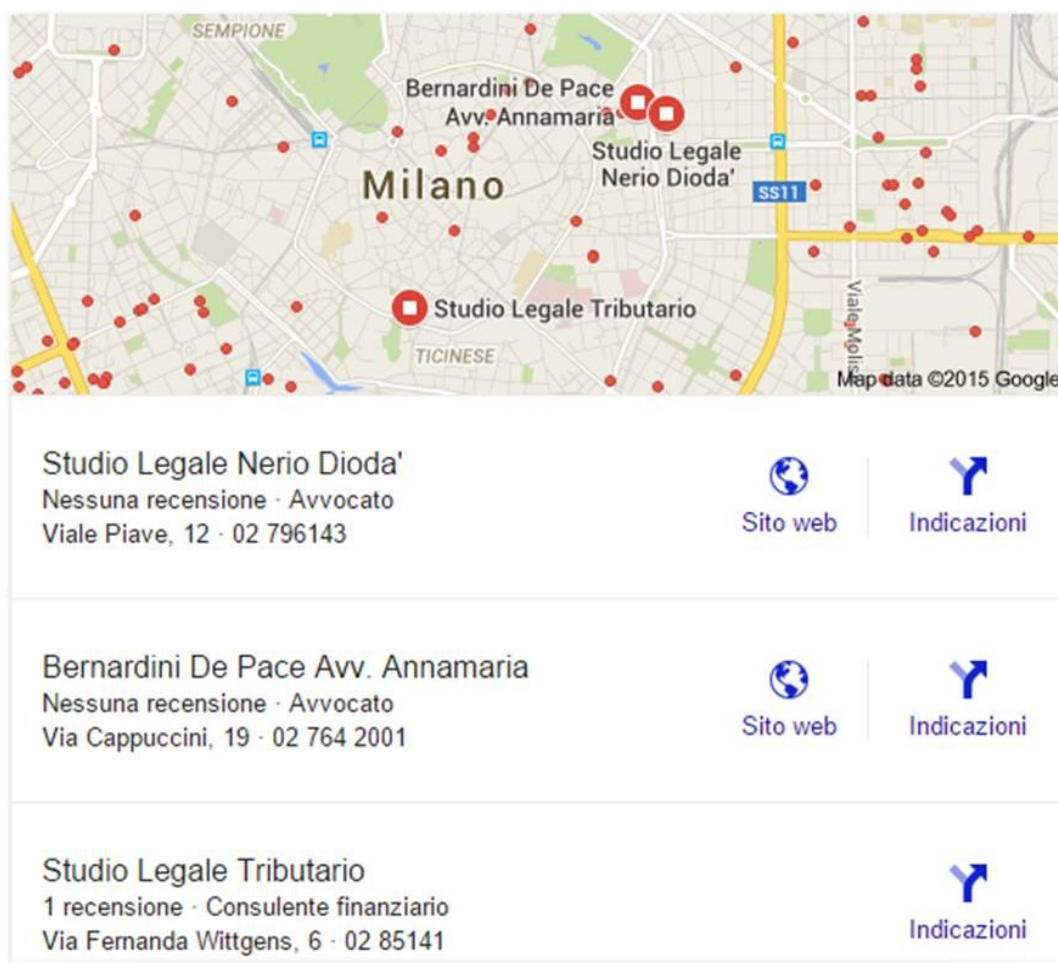
<http://marketingavvocati.com/shop-marketing-per-avvocati/>

Di seguito due articoli tratti dal nostro blog che spiegano l'importanza delle mappe di Google

Aumenta la visibilità del sito del tuo Studio Legale in un giorno

L'82% delle persone inizia a cercare online informazioni su prodotti o servizi di cui hanno bisogno. Sempre più ricerche vengono effettuate direttamente da dispositivi mobili come tablet e smartphone.

Se fai una ricerca locale (di un prodotto o un servizio più il nome della tua città, come per es. "Estetista Roma") su Google, ti accorgerai di come i risultati presentino in varie forme i prodotti o i servizi locali disponibili nella zona selezionata. Come avvocato offri dei servizi prevalentemente nella tua zona. Devi quindi sapere come essere visibile a chi ricerca servizi legali nella tua città. Se per esempio cerchi su Google "avvocato Milano" otterrai come di consueto sia gli annunci pubblicitari Adwords di avvocati della zona, sia i risultati di ricerca normali non a pagamento. Ma noterai anche in evidenza la mappa della città con alcuni Studi Legali ben in evidenza con relative informazioni di contatto (vedi appunto la seguente immagine).



Non a caso il marketing locale online attualmente è uno dei settori più caldi: è fondamentale anche per le attività tradizionali che non operano direttamente tramite Internet (cosiddetti operatori offline) essere parte della comunità locale online (dove le persone cercano sempre più ciò che offri) e spiccare rispetto ai competitor.

Prima ancora di occuparti del sito web, del suo posizionamento sui motori di ricerca (tecniche SEO), del lancio di campagne commerciali online (Google Adwords e Facebook Ads) è indispensabile creare una efficace presenza online. E quando si parla di presenza online, non si può prescindere da Google, il motore di ricerca utilizzato da oltre il 90% degli italiani in Internet.

Google ti mette a disposizione tre strumenti:

- Google My Business : ti consente di inserire le informazioni della tua attività nel motore di ricerca e sulle mappe Google, consentendoti di farti trovare dai clienti online, qualsiasi dispositivo stiano utilizzando;
- Google Maps : probabilmente avrai già avuto modo di vedere le mappe di Google e notare come siano segnalate attività commerciali e luoghi di interesse. Puoi far apparire anche il tuo Studio Legale che sarà poi visualizzato nella mappa anche sulle normali ricerche locali su Google;
- Google Plus : è il social di Google necessario per consentirti di apparire sulle mappe Google. Inoltre ti permette di moltiplicare la tua presenza online dandoti diversi strumenti di marketing per pubblicizzare la tua attività e i tuoi contenuti.

Questi strumenti combinati e ottimizzati fra loro possono garantirti una efficace e immediata visibilità, in modo che ti possano trovare facilmente le persone nella tua zona che cercano online i servizi di un avvocato.

E' importante quindi stabilire subito la propria presenza online iscrivendosi e compilando accuratamente i profili di questi servizi:

- Usare e collegare i tre servizi Google
- Ottimizzare sia lato utente sia lato Seo (per il posizionamento nelle ricerche su Google) i vari profili
- Assicurarci che le informazioni siano coerenti e complete
- Selezionare la categoria che meglio descrive la tua attività
- Compilare e aggiungere quanto più contenuto possibile, pubblicando regolarmente su Google+
- Collegare tutti questi strumenti al tuo sito Internet

Si tratta di una serie di attività che devono essere coordinate per dare un risultato esponenziale . Ogni profilo deve essere completo e corrispondere con gli altri, al fine di contribuire a moltiplicare la tua presenza online. I testi devono poi essere

ottimizzati sia lato Seo (ottimizzazione per motori di ricerca) sia lato utente per dare subito una chiara idea di ciò che offri ma anche per convincere il lettore a contattarti. Non è un lavoro lungo e una volta impostato, potrai mantenerlo senza sforzo grazie a semplici automatizzazioni.

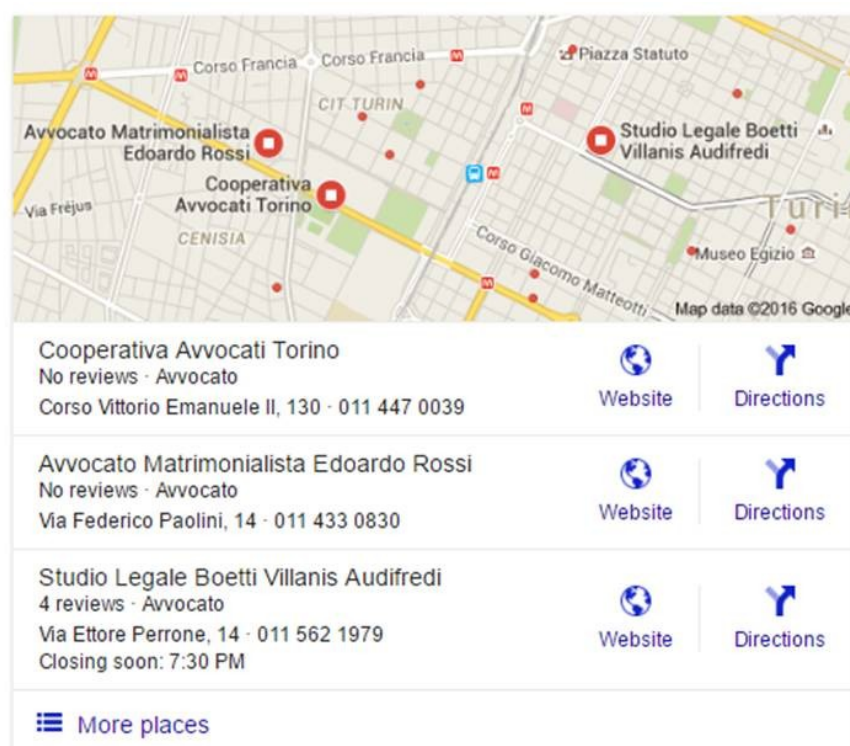
Anche in questo caso il segreto è metterti nei panni del tuo potenziale cliente. Capire di che cosa ha bisogno, che cosa sta cercando. E offriglielo con una breve ma potente frase che descriva e trasmetta in modo immediato e unico la tua proposta.

Non a caso il servizio base di Local Seo (ottimizzazione sui motori di ricerca per termini di ricerca locale) è uno dei primi servizi che proponiamo, perché è imprescindibile per ottenere una buona visibilità online del sito del tuo Studio Legale (lo puoi fare anche senza avere il sito web. Ma se non hai un sito Internet limiterai le tue possibilità). Per maggiori informazioni puoi contattarci o lasciarci un commento.

Come posizionare il tuo Studio Legale sulle mappe di Google

Apparire sulle mappe di Google è uno dei mezzi più efficaci a disposizione degli avvocati (e dei professionisti in genere) per acquisire visibilità e contatti tramite Internet

Se cerchi su Google “avvocato Torino” (ma lo stesso vale per qualsiasi città) tra i primi risultati di ricerca vedrai la caratteristica mappa di Google. Sotto la mappa appariranno tre risultati, tre studi legali di Torino che appaiono così in prima pagina di Google con la loro relativa posizione sulla mappa della città (in base alla città, potrebbero anche apparire un numero inferiore di risultati, il massimo è comunque sempre tre).



Le mappe di Google sono uno dei tre tipi di risultati che appaiono nella prima pagina del principale motore di ricerca su Internet (gli altri sono gli annunci a pagamento di Google Adwords e i risultati normali della ricerca). Inutile evidenziare l'importanza di essere in prima pagina: il 90% delle persone che cercano qualcosa su Internet, non va oltre la prima pagina. Essere in prima pagina ti offre quindi una grandissima visibilità.

Le ricerche locali su Google

La mappa non appare sempre per tutti i tipi di ricerca, ma solo per le “ricerche locali”. Con questo termine si fa riferimento alle situazioni in cui qualcuno effettua una ricerca e il motore di calcolo interpreta questa ricerca come “Questa persona sta cercando un’attività locale nella sua zona”.

Per esempio è evidente che se cerco “avvocato Bologna”, sto cercando un avvocato nella città o nella provincia di Bologna. Lo stesso se cercassi “pasticceria Firenze” ma anche “scarpe Torino”. Il nome di una località associata a un professionista, negozio o prodotto, rende facile a Google capire che si tratta probabilmente di una ricerca locale. Il primo motore di ricerca online però va anche oltre, è infatti in grado di capire che si sta facendo una ricerca locale anche senza l’indicazione della località.

Se ora provi a digitare semplicemente “studio legale”, potresti vedere una serie di studi legali della tua città anche se non l’hai indicato. Google infatti è in grado di stabilire da dove stai cercando e quindi ti indica professionisti o negozi vicino a te, capendo che stai cercando un’attività nella tua zona. E potresti vedere anche la classica mappa vista in precedenza.

Google è diventato di gran lunga il primo motore di ricerca su Internet perché adotta in pieno lo spirito del marketing: porsi dalla parte dei suoi clienti o utilizzatori. Quando si tratta di attività locali, Google sa che spesso quello che si cerca non sono informazioni generiche, ma un indirizzo e un numero di telefono di una specifica attività nella zona. Per questo mostra una mappa con tali informazioni, ma visto lo spazio, solo tre risultati sono visibili in prima pagina. Cliccando sopra la mappa (o il link “More Places”) si possono vedere tutti i risultati, ma ovviamente pochi lo fanno e la maggioranza si sofferma sui primi tre.

I vantaggi delle mappe di Google

Le mappe di Google sono uno dei tre risultati che vengono mostrati in prima pagina dai motori di ricerca per le ricerche locali. Puoi quindi intuire la loro importanza: immagina per esempio quanta visibilità e quanti contatti riceveranno i tre Studi Legali di Torino dell’immagine precedente che appaiono in prima pagina nella mappa per la ricerca “Avvocato Torino”.

Come fare ad apparire sulla mappa di Google? E soprattutto: come essere nelle prime tre posizioni?

Google My Business è il servizio che permette ad una attività locale di apparire nelle mappe. Ma per essere meglio visibili occorre richiedere e ottimizzare tutti i profili locali della tua attività: Google Maps, Google My Business e Google Plus. Questi tre strumenti, combinati, creano un effetto sinergico che porta la tua attività, agli occhi del primo motore di ricerca su Internet, dall'oscurità alla massima rilevanza.

Google My Business ti consente di connetterti direttamente con clienti e potenziali clienti che ti stanno cercando tramite il motore di ricerca o sulle mappe di Google. Più in dettaglio, i vantaggi di essere sulla mappa di Google sono:

- esser trovati nei risultati di ricerca Google;
- mostrare i tuoi dati e facilitare il contatto;
- aumentare la visibilità del tuo Studio;
- dare informazioni utili, come per esempio i giorni e l'orario di apertura;
- vedere cosa altri/clienti pensano dei tuoi prodotti/servizi;
- posizionare meglio il tuo sito su Google.

Ora ti chiedo: sai se il tuo profilo su Google My Business è stato verificato e ottimizzato? Probabilmente non ne hai la minima idea. Nulla di male, ma ora che conosci l'importanza di questi servizi, è opportuno che tu agisca di conseguenza. La maggioranza degli avvocati (e dei professionisti e piccoli imprenditori in genere) non ha nemmeno richiesto e verificato il profilo del suo Studio Legale. E anche quei pochi che lo hanno fatto, si sono limitati a inserire qualche dato di base.

- . - . -

Il nostro servizio ti consente di richiedere, verificare e completare il profilo Google My Business e ottenere una prima visibilità su Internet (vedi prima pagina) quando qualcuno cerca il tuo Studio. Puoi apparire anche sulle mappe locali, anche se per parole chiave come “avvocato città” occorrono ulteriori ottimizzazioni.

Acquista il servizio base Google My Business sul nostro sito:

<http://marketingavvocati.com/shop-marketing-per-avvocati/>