

# Checklist audit sito + SEO locale + conversione

Un documento pratico per valutare se il sito di una piccola impresa svizzera è davvero chiaro, credibile e capace di generare chiamate, richieste e contatti qualificati.

IT-CH · Edizione Swiss Signal

## Per chi è pensato

Piccole imprese, attività locali, studi, consulenti e agenzie che vogliono capire cosa sta frenando le richieste dal sito.

## Come usarlo

Passa blocco per blocco e spunta ciò che è già presente. L'obiettivo non è la perfezione, ma individuare i punti strutturali che limitano le richieste qualificate.

## Uso consigliato

10–15 minuti. Utile prima di un redesign, prima di campagne ads, prima di lavorare sul SEO locale o subito dopo il lancio.

## Come valutare la situazione attuale

Puoi usare un sistema semplice: 0 = assente, 1 = parziale, 2 = pulito / convincente.

Area	Punteggio	Lettura rapida
Offerta e chiarezza	0-10	Si capisce subito cosa fai, per chi e quale passo fare dopo?
Conversione	0-10	Il sito rende semplice contattarti, prenotare o chiedere aiuto?
Fiducia	0-10	Il brand sembra reale, serio, locale e credibile?
SEO locale	0-10	Il sito aiuta Google a capire servizi, area e intento locale?
Allineamento GBP	0-10	La scheda Google Business Profile è coerente con il sito?
Tracking e follow-up	0-10	Sai quali canali e pagine generano richieste reali?

### Lettura del punteggio

0-20: base debole · 21-35: discreta ma con buchi evidenti · 36-50: base solida con quick win chiari · 51-60: livello già serio, ora si ottimizza.

## Blocco 1 — Offerta, chiarezza, conversione

### 1. Offerta e posizionamento

■	La homepage spiega chiaramente cosa fai in meno di 5 secondi.	Evita promesse vaghe o troppo generiche.
■	Il cliente ideale è riconoscibile.	Chi visita il sito deve capire se sei rilevante per lui.
■	L'offerta principale è facile da capire.	Servizio, beneficio, area coperta e prossimo passo.
■	Il tono è serio e semplice.	Molto importante nel contesto svizzero locale.
■	Il sito non richiede troppo sforzo mentale.	Meno attrito = più richieste.

### 2. CTA e percorso di contatto

■	La CTA principale è visibile in alto.	Audit, chiamata, WhatsApp o form: una sola azione chiara conta.
■	Le CTA restano coerenti in tutto il sito.	Evita troppe azioni concorrenti.
■	Il contatto da mobile è semplice.	Telefono, WhatsApp e modulo devono essere immediati.
■	Il form chiede solo l'essenziale.	Più è corto, più viene completato.
■	Il passo successivo è rassicurante.	La persona deve capire cosa succede dopo il contatto.

## Blocco 2 — Fiducia, SEO locale, presenza

### 3. Fiducia e credibilità

■	Il sito mostra una persona reale, un team o una struttura reale.	Chi compra localmente vuole sentire che c'è una vera azienda dietro il brand.
■	I dati di contatto sono visibili e puliti.	Email con dominio, telefono, città o regione danno serietà.
■	Ci sono prove reali.	Recensioni, mini case study, screenshot, processo, esempi.
■	Prezzi o modo di lavorare sono chiariti.	La trasparenza aiuta i prospect seri.
■	Il sistema visivo è coerente.	Un brand più curato aumenta subito la fiducia.

### 4. SEO locale e pagine utili

■	Ogni servizio importante ha una vera pagina.	Non solo una homepage che parla di tutto.
■	Esistono pagine locali o pagine settore quando ha senso.	Molto utili per intercettare intento locale qualificato.
■	Title e meta description sono specifici.	Evita metadata generici o duplicati.
■	Il linking interno supporta navigazione e contatto.	Il SEO deve aiutare la conversione.
■	L'area servita è chiara.	Città, regione, lingua e area di servizio devono essere evidenti.

## Blocco 3 — GBP, tracking, quick win

### 5. Google Business Profile

■	La scheda GBP è completa e coerente con il sito.	Nome, telefono, sito, categorie, descrizione, servizi.
■	Foto e recensioni sono curate.	Una scheda debole danneggia subito la fiducia.
■	Le aree di servizio sono realistiche.	Evita promesse locali troppo larghe o artificiali.
■	Le recensioni sono recenti e autentiche.	Anche poche recensioni valide aiutano molto.
■	Sito e GBP raccontano la stessa storia.	Stessa promessa, stessa area, stessa identità.

### 6. Tracking e follow-up commerciale

■	Sai da dove arrivano i lead.	Organico, diretto, WhatsApp, ricerca locale, social, referral...
■	Le azioni importanti sono tracciate.	Chiamata, form, WhatsApp, audit, download.
■	Sai quali pagine convertono davvero.	Senza questo è difficile ottimizzare bene.
■	Le richieste ricevono risposta rapida.	Il sito da solo non basta: conta anche il follow-up.
■	Sai cosa migliorare per primo questo mese.	Il tracking deve guidare le decisioni, non solo raccogliere dati.

---

## Cosa fare dopo questa checklist

### 1. Correggere la chiarezza

Parti da offerta, promessa, CTA e leggibilità generale.

### 2. Rafforzare la fiducia

Aggiungi prove, processo, rassicurazioni e più credibilità visibile.

### 3. Correggere i segnali locali

Allinea sito, GBP, servizi, aree coperte e pagine locali utili.

### 4. Sistemare il tracking

Misura chiamate, WhatsApp, form, audit e le pagine che generano domanda.

### Serve una lettura più precisa?

Swiss Signal Agency aiuta le piccole imprese svizzere a migliorare sito, SEO locale, Google Business Profile e tracking di conversione per rendere il sistema più chiaro, più credibile e più capace di generare richieste reali.

## Contatto

[swissignalagency.ch](https://www.swissignalagency.ch)

[contact@swissignalagency.ch](mailto:contact@swissignalagency.ch) · +41 76 521 93 74

Svizzera italiana · Svizzera romanda · nazionale