P1

Brand SERP: cosa trova chi cerca il nome di unâ??azienda su Google? Lâ??analisi di PosizioneUno.it

Descrizione

default watermark

COMUNICATO STAMPA â?? CONTENUTO PROMOZIONALE

La prima pagina di Google per il proprio brand racconta piÃ¹ di qualsiasi brochure, ma la maggior parte degli imprenditori non sa nemmeno cosa ci sia scritto e succede piÃ¹ spesso di quanto si creda: un potenziale cliente Ã¨ quasi convinto, ha visto il sito, ha ricevuto il preventivo. Prima di firmare, fa lâ??ultima cosa che fanno tutti: cerca il nome dellâ??azienda su Google. E lÃ¬ trova una recensione negativa del 2019, un profilo LinkedIn abbandonato e, ciliegina, il sito del concorrente diretto piazzato negli annunci sponsorizzati sopra al risultato organico. Lâ??affare salta e nessuno saprÃ mai perchÃ©.

Ã? uno scenario che i consulenti di PosizioneUno.it, agenzia SEO specializzata in link building, content strategy e branding digitale, conoscono fin troppo bene.

Cosâ??Ã¨ la Brand SERP e perchÃ© ignorarla Ã¨ un rischio concreto

Nel gergo tecnico si chiama Brand SERP la pagina dei risultati che Google restituisce quando qualcuno cerca esattamente il nome di unâ??azienda. Non una keyword generica, ma il nome. Quella pagina funziona come una vetrina che lâ??imprenditore non ha arredato, ma che i clienti guardano eccome. Il problema, Ã¨ che quasi nessuno la controlla attivamente. Si investe in campagne, in social, in contenuti, e intanto la prima impressione digitale del brand resta in mano a Google, che la compone pescando da fonti che lâ??azienda spesso non governa.

Governarla, perÃ², si puÃ². Ed Ã¨ esattamente quello che si intende per Brand SERP management: un lavoro che combina SEO, content marketing e digital PR, per modellare ciÃ² che compare nella ricerca brandizzata.

I concorrenti stanno giÃ lavorando sulla Brand SERP

Ecco il punto che molti sottovalutano: la Brand SERP non Ã¨ solo una questione difensiva, ma competitiva. Quando unâ??azienda occupa la propria prima pagina con risultati solidi come sito, profili social curati, articoli su testate autorevoli, Knowledge Panel aggiornato, il messaggio al cliente Ã¨ chiarissimo: â??questi esistono, sono strutturati e ci si puÃ² fidare a comprareâ?•. Quando la stessa ricerca restituisce risultati frammentari o contenuti dei competitor, il messaggio Ã¨ opposto.

E il monitoraggio della SERP dei concorrenti rivela parecchio: quali testate li citano, come si posizionano, dove stanno investendo in visibilitÃ . Intelligence competitiva a costo zero, per chi sa dove guardare. â??Per noi il primo step con ogni nuovo cliente Ã¨ proprio questo: analizziamo la sua Brand SERP e quella dei principali competitorâ?• raccontano dal team di PosizioneUno.it. â??Spesso Ã¨ un momento rivelatore, perchÃ© lâ??imprenditore scopre che la percezione digitale del proprio brand Ã¨ molto diversa da quella che immaginava, e che i concorrenti, in certi casi, sono giÃ due mosse avantiâ?•.

default watermark

Da dove si comincia nella strategia di Brand SERP

Per avviare una strategia di Brand SERP, non servono budget enormi, ma metodo. I pilastri sono tre: proprietÃ digitali dellâ??azienda coerenti e aggiornate (sito, social, scheda Google Business); presenza editoriale autorevole costruita nel tempo tramite contenuti e menzioni su fonti terze; monitoraggio regolare della propria SERP brandizzata e di quella dei competitor.

â??Non Ã¨ un intervento una tantum, Ã¨ una disciplinaâ?• aggiungono da PosizioneUno.it, â??la SERP cambia, i concorrenti si muovono, Google aggiorna i criteri. Chi smette di presidiare la propria vetrina digitale, prima o poi trova qualcun altro al suo postoâ?•.

Per chi non ci ha mai pensato, il consiglio Ã¨ banale ma efficace: finestra in incognito, nome dellâ??azienda, invio. Se quello che esce non racconta la storia giusta, Ã¨ il momento di occuparsene. Un buon punto di partenza Ã¨ lâ??analisi gratuita della Brand SERP offerta da PosizioneUno.it, spesso basta quella per capire quanto lavoro câ??Ã¨ da fare.

Contatti:
Posizioneuno
info@posizioneuno.it

COMUNICATO STAMPA â?? CONTENUTO PROMOZIONALE

ResponsabilitÃ editoriale di Posizioneuno

â??

immediapress

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. ImmediaPress

Data di creazione
Novembre 12, 2026
Autore
redazione

default watermark