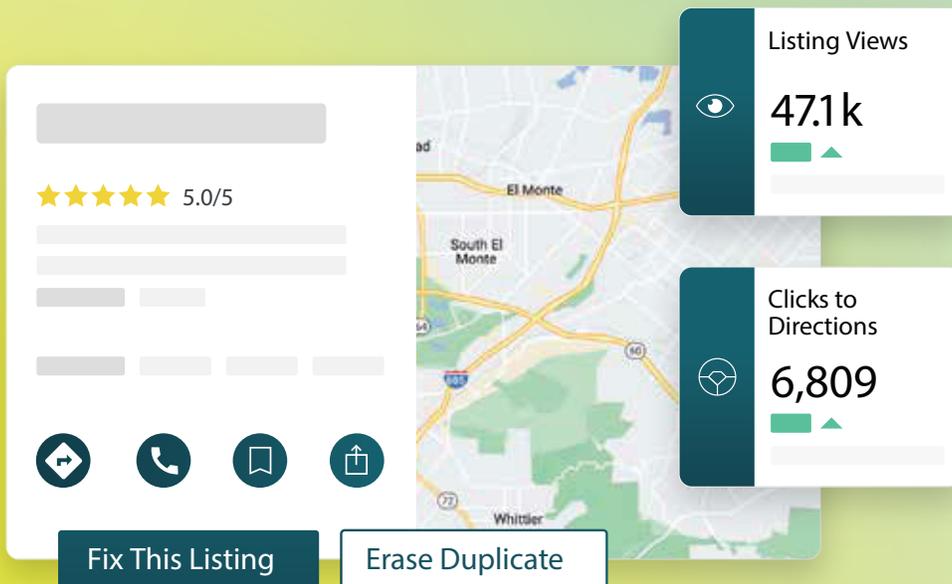


Elenchi

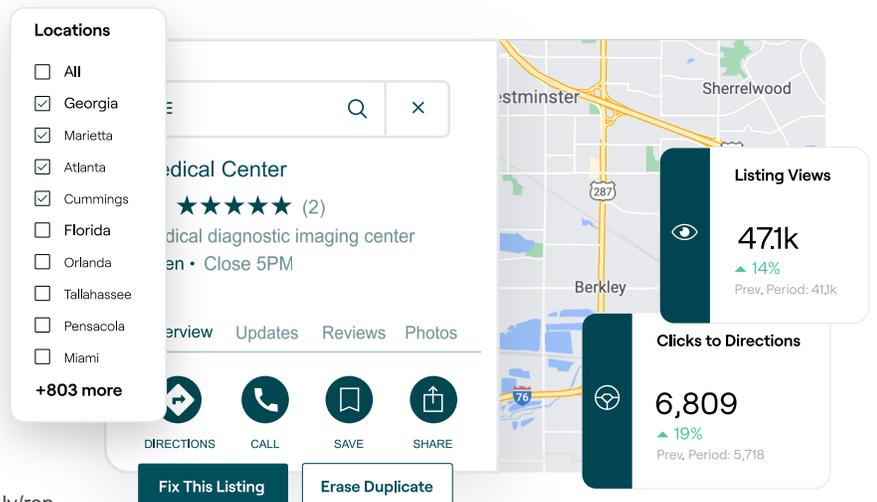


Sommario

I.	Panoramica sulle inserzioni commerciali.....	2
	a. Componenti di Inserzioni commerciali	
II.	Gestione delle prestazioni delle inserzioni.....	5
III.	Gestione di inserzioni duplicate.....	11
IV.	Verifica dei dettagli delle inserzioni.....	13
V.	Migliorare l'accuratezza delle inserzioni.....	18
	a. Riepilogo verifiche pubblicato	
	b. Accuratezza per fonte	
	c. Categoria di realizzazione per fonte	
VI.	Uso dei suggerimenti dell'editore.....	21
VII.	Modifica dei profili delle inserzioni.....	22
	a. Modifiche una tantum dei dati di profilo	
	b. Modifiche in blocco dei dati di profilo	
	c. Aggiungere profili	
	d. Aggiungere orari di lavoro	
	e. Per ID luogo	
VIII.	Gestione delle inserzioni dei reparti.....	29
IX.	Gestione di Google Q&A.....	31
X.	Rich Content.....	34
	a. Aggiungere FAQ	
	b. Aggiungere menu	
	c. Aggiungere prodotti	
XI.	FAQ sulle inserzioni commerciali.....	47
XII.	Servizi premium a pagamento.....	52
XIII.	Risorse aggiuntive.....	53



Questa guida è stata utile? Faccelo sapere: <https://bit.ly/rep-guides>



Panoramica sulle inserzioni commerciali

Supera la concorrenza e incrementa l'attività grazie alla ricerca locale e avviando l'esperienza dei clienti nel modo giusto.

Un'attività con inserzioni duplicate o informazioni inesatte può generare confusione nei clienti e perdite commerciali. Dati accurati sulle inserzioni nel web sono fondamentali per far sì che un'attività venga notata rispetto alla concorrenza. Le fonti delle inserzioni "Big Five", come mostrato di seguito, rappresentano il 91% del traffico e sono un ottimo punto di partenza.



Google



Google Maps



Google Business Profile
(in precedenza noto come Google My Business)



Apple Maps



Microsoft Bing

Microsoft Bing

La scheda **Inserzioni** consente di monitorare e mantenere la presenza online per tutte le posizioni sul Web in modo che corrispondano alla fonte di informazione. I vantaggi di utilizzare Inserzioni commerciali comprendono:

Emergere nelle ricerche

- Ottenere più visualizzazioni con inserzioni aggiornate
- Guidare i tassi di conversione e il traffico in negozio e online

Risposte zero clic

- Consentire ai consumatori di trovare velocemente ciò che cercano
- Assicurare che le risposte alle FAQ compaiano nelle pagine dei risultati

Aggiorna inserzioni su larga scala

- Modificare le informazioni commerciali in tutte le località
- Assicurare la coerenza del marchio

Componenti di Inserzioni commerciali

I seguenti componenti rappresentano la soluzione Inserzioni commerciali di Reputation:

Prestazioni

Fornisce visibilità su quante persone visualizzano e interagiscono con le inserzioni su Google, Bing e Facebook. Monitora quanto segue:

- I clic al sito web, le telefonate e le indicazioni
- Visualizzazioni delle inserzioni
- I tipi di ricerche che portano alla visualizzazione delle inserzioni, i caricamenti e le visualizzazioni dei contenuti multimediali di Google
- Le impression dei post di Google nel tempo.

Accuratezza dell'inserzione

Consente di monitorare le azioni intraprese per gestire l'accuratezza delle proprie inserzioni.

Scomponendo le inserzioni pubblicate, in attesa o non realizzabili è possibile vedere quanti punti dati sono esatti, errati e modificati per le località selezionate. È possibile visualizzare le metriche di precisione e punti dati fissi su fonti ad alto traffico come Google e Bing.

Dettagli dell'inserzione

Consente di vedere rapidamente dove esistono discrepanze per ciascuna località. Monitora l'ultima verifica delle inserzioni da parte della piattaforma.

Fai clic in qualsiasi località per confrontare la sorgente di informazioni con i dati in tempo reale sui principali motori di ricerca. È possibile visualizzare i dati del profilo per ogni località e aggiungere, modificare o eliminare i punti dati esistenti.

Suggerimenti dell'editore

Aiutano a mantenere accurati i dati delle inserzioni in base al feedback ricevuto dagli utenti e dai siti che pubblicano le inserzioni.

È possibile rifiutare o accettare la modifica suggerita. Accettando, il sistema aggiornerà automaticamente la sorgente di informazioni e la pubblicherà su tutti i siti che pubblicano le inserzioni.

Ulteriori componenti di Inserzioni commerciali:

Duplicati



Consente di monitorare le potenziali inserzioni duplicate e agire per rimuoverle.

I potenziali duplicati vengono identificati in base a nome, località, descrizione e altri fattori interni, consentendo così di indicare se *sono* duplicati o meno. In base alla risposta, viene intrapresa un'azione per rimuovere il duplicato o lasciarlo.

Q&A (Google)



Consente di monitorare una lista di domande pubblicate dagli utenti sulle inserzioni insieme alle statistiche sulle domande risposte e non risposte.

Inoltre, consente di pubblicare le proprie risposte a queste domande.

Profili



Consente di vedere rapidamente dove esistono discrepanze per ciascuna località. Monitora l'ultima verifica delle inserzioni da parte della piattaforma.

Fare clic in qualsiasi località per confrontare la sorgente di informazioni con i dati in tempo reale sui principali motori di ricerca. È possibile visualizzare i dati del profilo per ogni località e aggiungere, modificare o eliminare i punti dati esistenti.

Nota: serve assistenza per gestire la presenza su Google? Scopri i nostri servizi premium a pagamento per un ulteriore aiuto.

Gestione delle prestazioni delle inserzioni

Comprendi come le persone interagiscono con le inserzioni.

La scheda Prestazioni in **Inserzioni** aiuta a comprendere chiaramente il proprio pubblico online e come riesca a trovare l'azienda su Google, Facebook e Bing. È possibile scoprire come interagisce quando trova le inserzioni e apprendere come migliorare inserzioni e pubblicità in maniera più efficace. Visualizza gli approfondimenti secondo l'intervallo di date selezionato o nel tempo.

Grafico di riepilogo

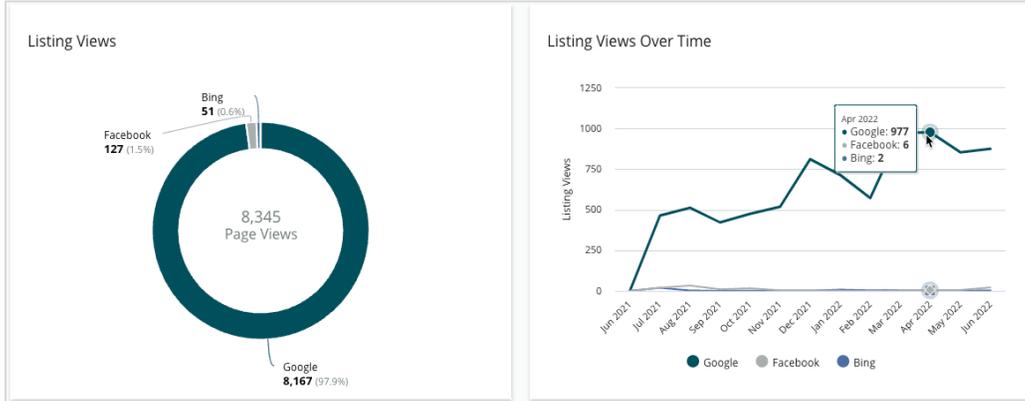
Nella parte superiore della pagina viene mostrato un riepilogo delle impressioni sulle inserzioni di Facebook, Google e Bing e il numero totale di azioni intraprese dai visitatori su tali inserzioni nell'intervallo di date specificato. Le visite al sito web includono tutti i clic da dispositivi mobili e non mobili.

Listing Views	Clicks to Phone Calls	Clicks to Directions	Clicks to Website																														
 8,345 ▲ 38% Prev. Period: 6,045	 <table border="0"> <tr> <td>Conversions</td> <td>Conversion Rate</td> </tr> <tr> <td>17</td> <td>0.2%</td> </tr> <tr> <td>♥ 47%</td> <td>♥ -0.3%</td> </tr> <tr> <td>Prev. Period: 32</td> <td>Prev. Period: 0.5%</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Industry Average 2.7%</td> </tr> </table>	Conversions	Conversion Rate	17	0.2%	♥ 47%	♥ -0.3%	Prev. Period: 32	Prev. Period: 0.5%		Industry Average 2.7%	 <table border="0"> <tr> <td>Conversions</td> <td>Conversion Rate</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>0.2%</td> </tr> <tr> <td>♥ 50%</td> <td>♥ -0.3%</td> </tr> <tr> <td>Prev. Period: 28</td> <td>Prev. Period: 0.5%</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Industry Average 1.0%</td> </tr> </table>	Conversions	Conversion Rate	14	0.2%	♥ 50%	♥ -0.3%	Prev. Period: 28	Prev. Period: 0.5%		Industry Average 1.0%	 <table border="0"> <tr> <td>Conversions</td> <td>Conversion Rate</td> </tr> <tr> <td>52</td> <td>0.6%</td> </tr> <tr> <td>♥ 49%</td> <td>♥ -1.1%</td> </tr> <tr> <td>Prev. Period: 101</td> <td>Prev. Period: 1.7%</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Industry Average 1.4%</td> </tr> </table>	Conversions	Conversion Rate	52	0.6%	♥ 49%	♥ -1.1%	Prev. Period: 101	Prev. Period: 1.7%		Industry Average 1.4%
Conversions	Conversion Rate																																
17	0.2%																																
♥ 47%	♥ -0.3%																																
Prev. Period: 32	Prev. Period: 0.5%																																
	Industry Average 2.7%																																
Conversions	Conversion Rate																																
14	0.2%																																
♥ 50%	♥ -0.3%																																
Prev. Period: 28	Prev. Period: 0.5%																																
	Industry Average 1.0%																																
Conversions	Conversion Rate																																
52	0.6%																																
♥ 49%	♥ -1.1%																																
Prev. Period: 101	Prev. Period: 1.7%																																
	Industry Average 1.4%																																

Nota: le conversioni si riferiscono al numero di volte in cui un cliente ha effettuato un clic per chiamare, ottenere indicazioni o andare sul sito web dall'inserzione commerciale. Il tasso di conversione è il numero di volte in cui l'azione ha avuto un clic per il numero di visualizzazioni di Google.

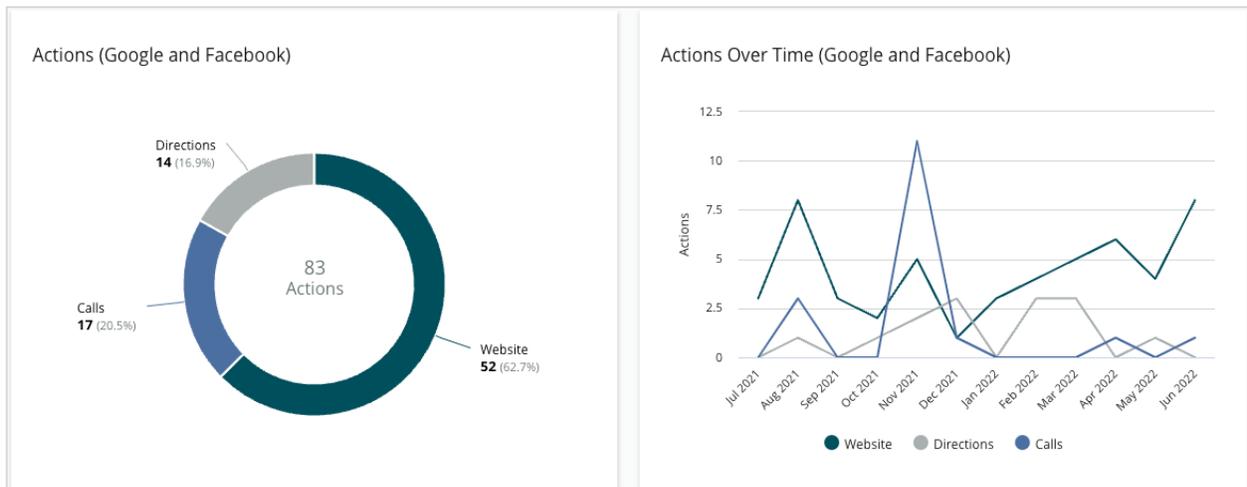
Visualizzazioni delle inserzioni

Un'analisi ripartita delle visualizzazioni di pagina totali delle inserzioni per Facebook, Bing e Google (include Ricerca e Maps). Una sorgente non viene mostrata se non sono disponibili dati.



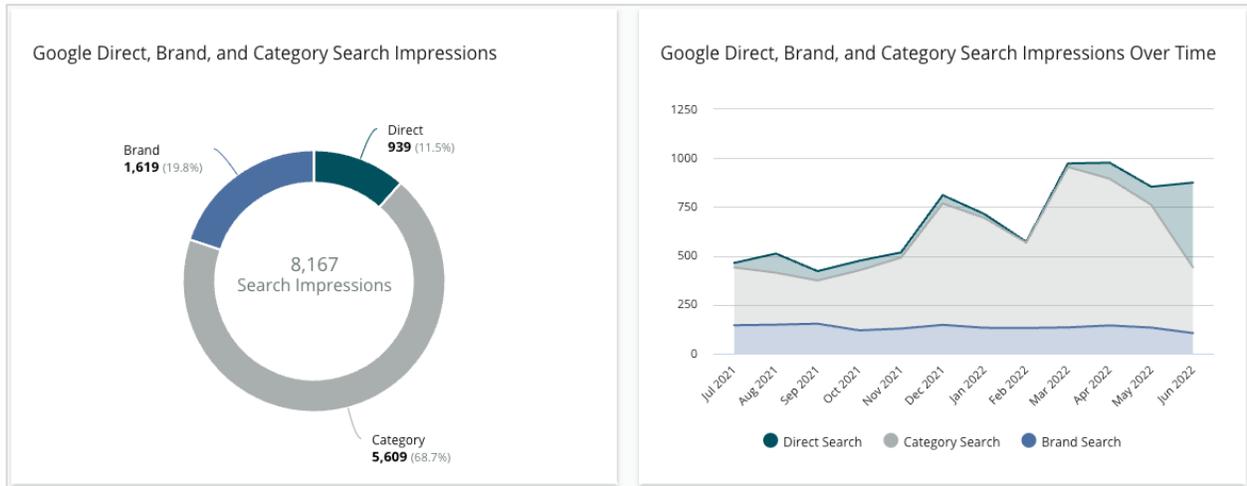
Azioni (Google e Facebook)

Un'analisi ripartita del numero di azioni che le persone intraprendono sulle inserzioni: telefonate, indicazioni stradali, visite al sito web. Insieme al numero di visualizzazioni sulle inserzioni, può aiutare a calcolare i tassi di conversione da utenti che visualizzano a utenti coinvolti.



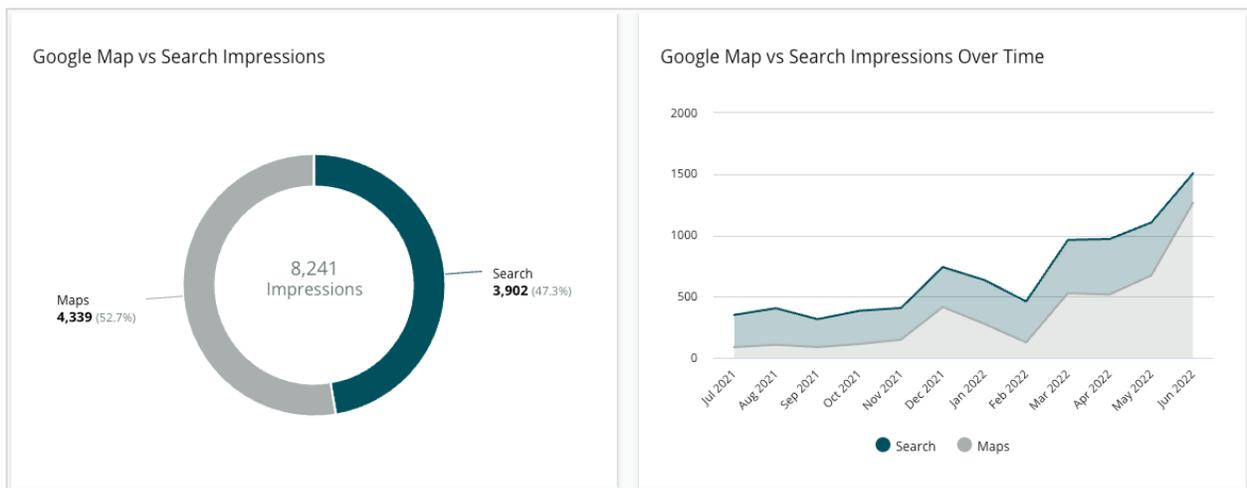
Impression di ricerca dirette, marchio e categoria in Google

Un'analisi ripartita delle impression di ricerca dal nome della località rispetto al marchio e rispetto alla categoria.



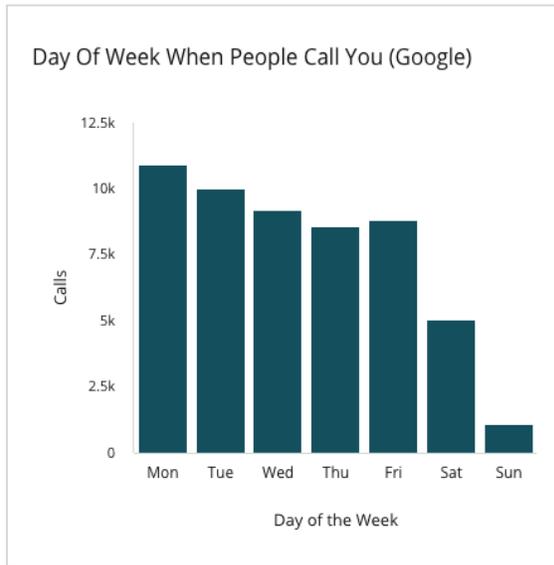
Confronto tra Google Maps e impression di ricerca

Un'analisi ripartita delle impression di ricerca dalla ricerca da Google Maps rispetto alla ricerca diretta.



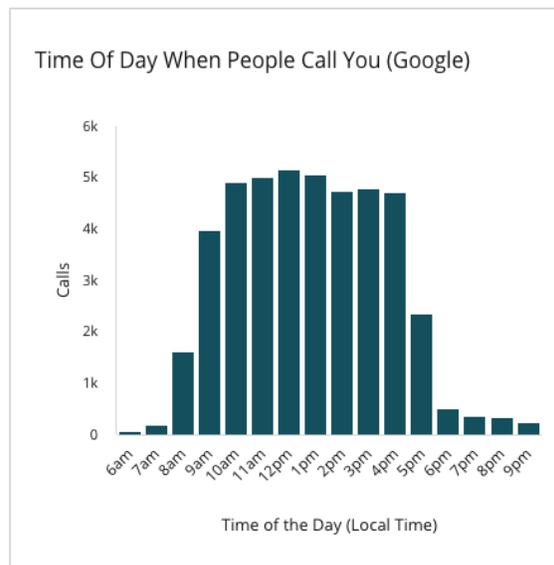
Giorno della settimana in cui le persone chiamano

Un'analisi ripartita dei giorni in cui le persone toccano il pulsante "Chiama" nelle inserzioni. Il grafico mostra il numero totale di chiamate effettuate dalle inserzioni nell'intervallo di date selezionato, raggruppato per giorno della settimana.



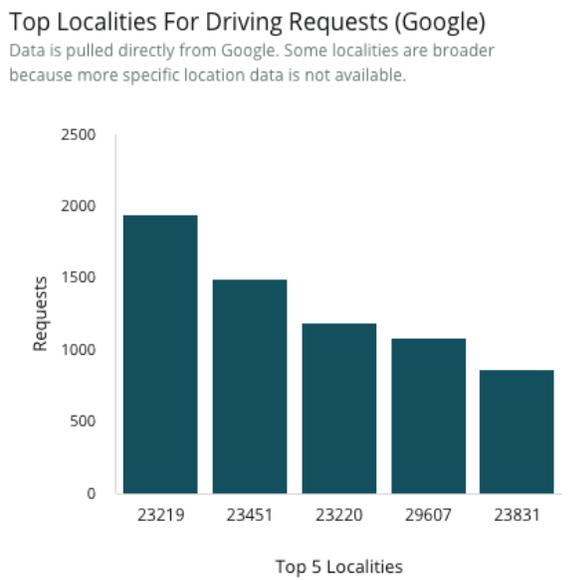
Ora del giorno in cui le persone chiamano

Un'analisi degli orari in cui le persone chiamano la sede, raggruppati per ora del giorno. Il grafico include le chiamate dalle 5:00 alle 21:00. Eventuali chiamate al di fuori di tali orari non sono incluse nel grafico.



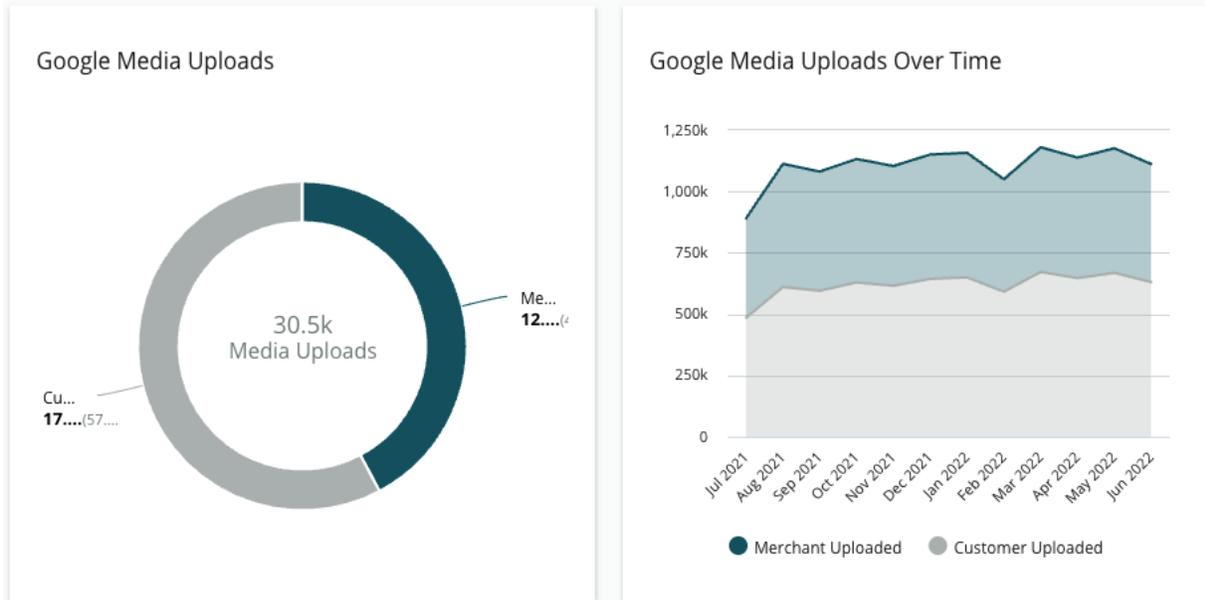
Principali località per richieste di indicazioni stradali

Una panoramica di alto livello dei luoghi in cui i visitatori delle inserzioni Google richiedono indicazioni stradali. Le colonne forniscono una visualizzazione a cascata di paese, regione, provincia e città. Le etichette delle colonne (nomi o numeri) sono fornite direttamente da Google Business Profile (in precedenza noto come Google My Business).



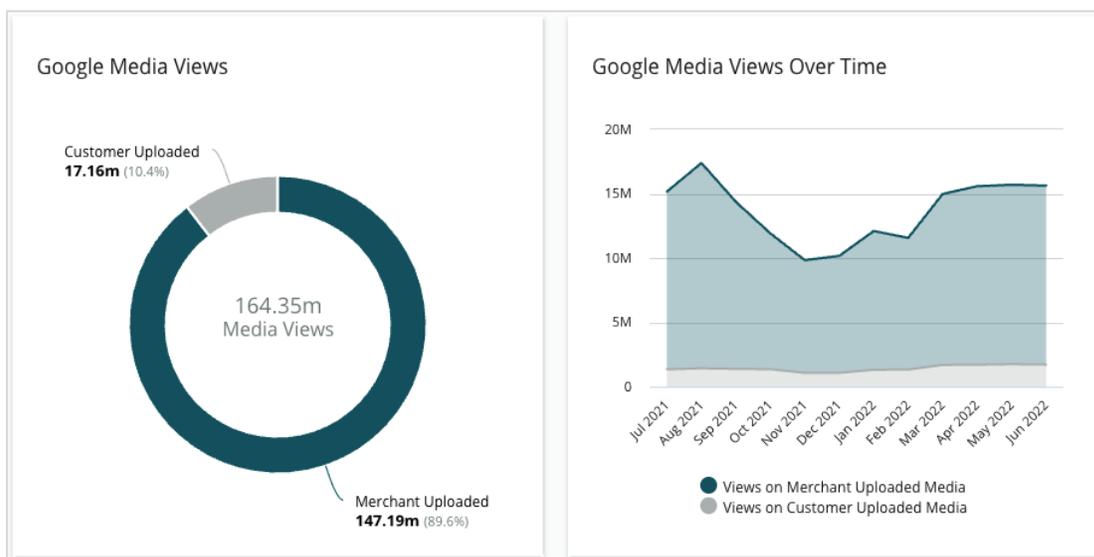
Caricamenti multimediali di Google

Caricamenti multimediali totali (video e immagini) nelle inserzioni GBP (in precedenza noto come GMB), suddivisi per caricati dai clienti e caricati dal commerciante.



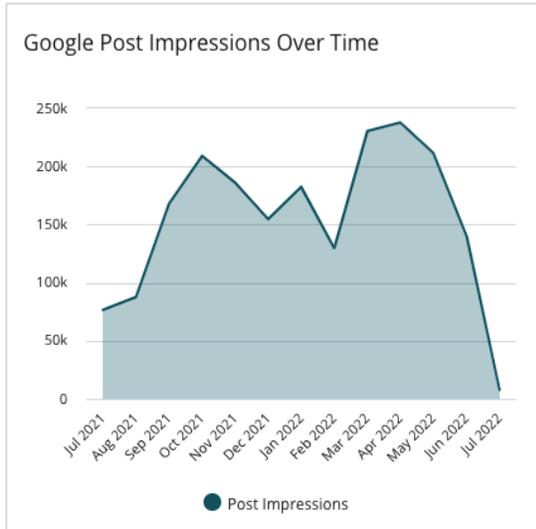
Visualizzazioni multimediali di Google

Visualizzazioni multimediali totali (video e immagini) nelle inserzioni GBP, suddivise per contenuti multimediali caricati dai clienti rispetto a contenuti multimediali caricati dal commerciante.



Impression dei post di Google nel tempo

Un'analisi ripartita delle impressioni effettuate dai post di Google Business Profile.



Clic sull'invito all'azione di un post di Google nel tempo

Una scomposizione dei clic sull'invito all'azione effettuati dai post di Google Business Profile.



Gestione di inserzioni duplicate

Garantisci una presenza online consolidata per le località gestendo inserzioni duplicate.

Il Duplicate manager aiuta a identificare, valutare e risolvere potenziali inserzioni duplicate in una stessa località. Sei tu a decidere se un'inserzione è duplicata o meno. Una volta confermato un potenziale duplicato, la modifica è permanente!

È importante affrontare prontamente le inserzioni duplicate perché spesso:

- Influenzano negativamente le classifiche di ricerca e dividono le recensioni su più pagine.
- Creano confusione tra i clienti.
- Mostrano informazioni obsolete o errate sull'attività.

Nota: la gestione dei duplicati si applica solo alle inserzioni di Google e Facebook. La piattaforma mostra i potenziali duplicati di Foursquare solo a titolo informativo.

Scansione per duplicati

Il servizio di scansione duplicati automatizzato cerca potenziali duplicati sul web ogni 90 giorni. I potenziali duplicati vengono identificati se l'inserzione non è gestita dal proprio account e presenta almeno una delle seguenti caratteristiche rispetto a un'inserzione gestita attivamente:

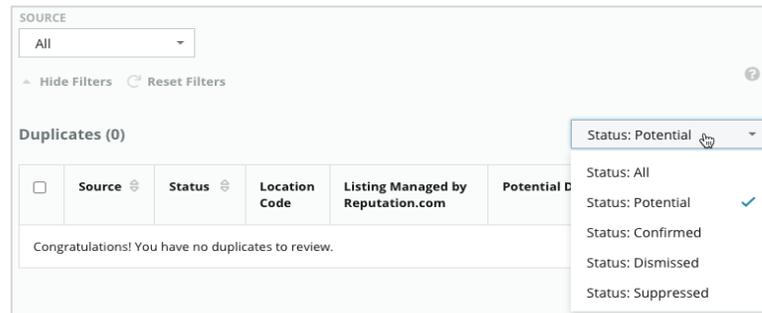
- Nome identico o simile
- Indirizzo/posizione identica o molto simile (meno di 0,8 km)
- Stessa attività, categoria o servizio
- Stesso numero di telefono
- Stesso sito web

Intervento

Una potenziale corrispondenza rimane in Gestione duplicati finché non si interviene. Sebbene alcuni duplicati possano essere ovvi, la conferma dei duplicati richiede una considerazione manuale. Ad esempio, si potrebbero avere intenzionalmente due inserzioni con lo stesso nome, indirizzo e numero di telefono, ma con scopi diversi (ad esempio, reparti di vendita e di assistenza).

Per intervenire su potenziali duplicati:

1. Dalla scheda **Inserzioni**, fare clic su **Duplicati**.
2. Usare i filtri di prima linea per restringere il campo di ricerca. Lo stato predefinito è impostato su "Potenziale".
 - a. **Potenziale**: un potenziale duplicato
 - b. **Confermato**: il tenant ha fatto clic su Accetta e confermato che si tratta di un duplicato, ma non lo ha ancora risolto
 - c. **Respinto**: il tenant ha fatto clic su Rifiuta
 - d. **Rimosso**: Il duplicato è stato ufficialmente unito o rimosso



3. Confrontare i dati per l'inserzione gestita e il potenziale duplicato; fare clic sul nome di ogni inserzione per aprire le inserzioni attive in esame.
4. Scegliere una delle seguenti opzioni:
 - **Non è un duplicato**: non si intraprende alcuna azione. All'interno di Duplicate Manager, i record passeranno allo stato "Respinto".
 - **Duplicato**: unisce l'inserzione identificata come duplicata a quella gestita. Una volta confermate, le recensioni verranno trasferite dall'inserzione pubblicata a quella gestita e tutto il traffico che prima andava all'inserzione duplicata verrà reindirizzato a quella gestita. All'interno di Duplicate Manager, i record passeranno allo stato "Confermato".

Intervenire su più duplicati utilizzando le caselle di controllo e i pulsanti di azione in blocco nella parte superiore della pagina.

Attenzione! Dopo aver fatto clic su Duplicato, si apre una schermata di conferma. Una volta confermata la selezione, il processo di rimozione dei duplicati inizia entro 48 ore con l'invio al sito di origine. Reputation non può attualmente notificare e confermare che l'inserzione sia stata rimossa.

Nota: il sito di origine potrebbe impiegare alcune settimane per eliminare il duplicato dalla sua rete. Reputation non garantisce che tutte le richieste di rimozione dei duplicati vengano identificate o accettate; in caso di problemi con la rimozione di un duplicato, contattare il team di supporto di Reputation.

Verifica dei dettagli delle inserzioni

Identifica e aggiorna i dati imprecisi sui siti principali per località.

La scheda **Dettagli inserzioni** in **Inserzioni** mostra quali inserzioni corrispondono o meno alla sorgente d'informazioni per ogni località. La piattaforma Reputation verifica automaticamente le inserzioni commerciali ogni 24 ore.

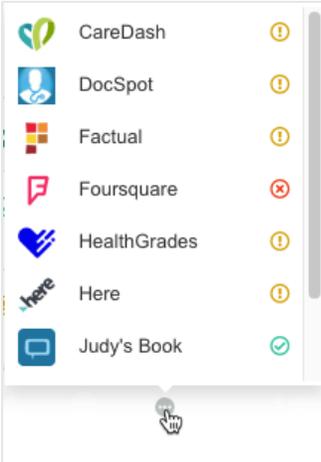
Anche se raccogliamo quotidianamente i dati dalle fonti connesse, alcune fonti li raccolgono una volta a settimana o ogni tre giorni, quindi i nostri dati sono aggiornati solamente quanto lo sono quelli della fonte.

Località

La griglia di località consente di identificare rapidamente dove esistono discrepanze e visualizzare quanto tempo fa si è verificato l'ultimo controllo. Filtrare per visualizzare Tutte le località, AutoSynced o Solo controllo.

Location	Address						Last Audited	AutoSynced
							1 day	
							3 days	
							1 day	

La griglia di località **Inserzioni** contiene le seguenti colonne:

Nome	Descrizione
Località	Il nome della località a cui si ha accesso. Fare clic sul nome per visualizzare i dettagli del controllo.
Indirizzo	L'indirizzo della località come elencato nella fonte di informazioni della piattaforma.
Siti correggibili	Google, Facebook e Bing sono esempi di siti correggibili. Se la sorgente dell'inserzione dell'account include questi siti e se questi siti hanno connessioni appropriate, le informazioni sullo stato vengono visualizzate come Corrispondenti (✓) o Non corrispondenti (✗).
Siti supportati	<p>Se la sorgente dell'inserzione dell'account include questi siti, le informazioni sullo stato vengono visualizzate passando con il mouse sui puntini di sospensione.</p> <p>Tutti i siti con un URL mancante sono indicati con questa icona: </p>  <p>Tutti i siti con un URL mancante sono indicati con questa icona: </p>
Ultima verifica	Il numero di giorni dall'ultima volta che il sistema ha confrontato i siti di inserzioni di questa località con la fonte d'informazioni.
AutoSynced	I dati della fonte d'informazioni sono impostati per correggere automaticamente le informazioni errate.

Attenzione! È necessario disporre dei diritti di amministratore sull'account per aggiungere o modificare le sorgenti delle inserzioni. Per assistenza, contattare il proprio Customer Success Manager o il team di supporto.

Località individuale

Facendo clic su una località dalla griglia di località, è possibile scansionare rapidamente i risultati del controllo rispetto ai siti di inserzioni più importanti. I dati mostrati in ogni sito di inserzioni associato sono disponibili in due formati:

Vista scheda

The screenshot shows four individual business listing cards. Each card includes the source logo, business name, address, phone number, website URL, and business hours. The status of each listing is indicated at the bottom of the card: 'PUBLISHED TO SOURCE' for Google, Facebook, and Bing, and 'AUDIT ONLY' for DocSpot. The last audited and last submitted dates are also provided for each listing.

Vista elenco

Source	Status	Formatted Name	Address	Phone	Website	Business Hours	Specialties	Description	AutoSynced	Last Audited
Google	PUBLISHED TO SOURCE	BDP - Uptown	21917 North 97th Dr, #200, Peoria, Arizona 85383 US	(480) 269-5649	https://bdp-uptown.business.site	Open 9:00 AM - 4:00 PM			On	Jul 3, 2022
Facebook	PUBLISHED TO SOURCE	BDP Uptown	21917 North 97th Dr, #200, Peoria, AZ 85383 United States	+14802695649	https://bdp-uptown.business.site/	Open 9:00 AM - 4:00 PM			On	Jul 3, 2022
Bing	PENDING UPDATE	BDP - Uptown	21917 North 97th Dr, #200, Peoria, AZ 85383 US	(480) 269-5649	https://bdp-uptown.business.site/	Open 9:00 AM - 4:00 PM			On	Jul 3, 2022
DocSpot	AUDIT ONLY	Josh Perkins, OD	4800 N 22nd Street, Phoenix, AZ 85016 US	(602) 955-1000	https://www.docspot.com/user/172s=YHv3F8WFnRnjUwCkqrAYZF32b	Open 9:00 AM - 5:00 PM	No specialties	No description	On	Jun 30, 2022

Stato Inviato

I seguenti motivi possono essere applicati a un'inserzione indicata come Inviata.

- **Pubblicato alla sorgente:** i dati sono stati inviati alla fonte e convalidati come accurati.
- **Inviato alla fonte:** i dati sono stati inviati alla fonte.

Nota: una volta che i dati sono stati inviati tramite la piattaforma Reputation, quando tali informazioni vengono pubblicate è a discrezione di ogni singola fonte.

Stato In attesa

Un'inserzione può essere indicata come In attesa con i seguenti motivi.

- **In attesa di aggiornamento:** è stato inviato un aggiornamento ed è ora in attesa di aggiornamento sulla fonte.
- **Dati mancanti/non validi:** nel profilo mancano i dati richiesti dalla fonte o i dati esistenti non soddisfano i requisiti di una fonte gestita attivamente.
- **In attesa di verifica:** utilizzata per le fonti che non richiedono la verifica del PIN, ma sono in attesa di verifica con altri mezzi.
- **In attesa di verifica PIN:** necessario l'invio di una cartolina con codice PIN.
- **Richiesta di verifica del PIN:** la cartolina con il PIN è stata inviata, ora stiamo aspettando che il cliente lo inserisca.
- **Credenziali mancanti/non valide:** le informazioni sulle credenziali necessarie per completare un'inserzione su una fonte sono mancanti o non valide.
- **Errore fonte:** restituito quando viene ricevuta una risposta di errore API da una fonte.
- **Duplicato:** un elenco che è stato contrassegnato come duplicato da una fonte.
- **Sospeso:** un'inserzione che è stata sospesa o disabilitata da una fonte.
- **Rifiutato:** i dati vengono rifiutati dalla fonte/la fonte afferma che non possiamo apportare aggiornamenti all'inserzione.

Stato Non realizzabile

Un'inserzione può essere indicata come Non realizzabile con i seguenti motivi.

- **Solo controllo:** una località che viene controllata su una fonte, ma non gestita attivamente.
- **Cancellato:** una località le cui inserzioni commerciali erano una volta gestite attivamente, ma non lo sono più.
- **Chiuso:** una località che è stata chiusa.
- **Non pubblicabile:** il profilo contiene un campo mancante necessario per la fonte selezionata (ad es. Facebook richiede una descrizione). Un'inserzione può avere questo stato anche se viene pubblicata su una fonte a causa di restrizioni del paese o del settore.
- **Non iscritta:** una località che ha scelto di non far parte delle Inserzioni commerciali di Reputation.
- **Altro:** le località non realizzabili per altri motivi rientrano in questo stato.

Credenziali mancanti o non valide

La scheda Credenziali in Amministratore contiene le autorizzazioni a livello di località con siti di terze parti, necessarie per inserzioni gestite, per rispondere ai siti di recensioni e/o pubblicare su account di social media. La piattaforma offre due tipi di autenticazione per la maggior parte delle fonti: Connessione e Credenziali.

- **Connessione:** una connessione utilizza un metodo di accesso sicuro tramite OAuth, affinché le credenziali stesse non vengano utilizzate per ogni richiesta. Dopo che è stata stabilita una connessione, la pubblicazione di attività dalla piattaforma si traduce in un tempo di risposta più rapido. Non tutti i siti di origine sono disponibili per una connessione.
- **Credenziali:** le credenziali si riferiscono al nome utente e alla password utilizzati per autenticarsi su un sito di terze parti. Se non è disponibile alcuna connessione API, la piattaforma si basa sulle credenziali per eseguire varie attività di pubblicazione.

Connessioni

La best practice consiste nell'aggiungere le connessioni per tutte le fonti disponibili in ogni località, nonché le credenziali. Le connessioni sono sempre preferibili quando possibile. Per aggiungere una fonte:

1. Nell'angolo in alto a destra della piattaforma, fare clic su Impostazioni.
2. Nella barra di navigazione a sinistra, fare clic su Credenziali.
3. Si apre una nuova finestra del browser con i passaggi di autenticazione richiesti dal sito sorgente. Selezionare il profilo da utilizzare (potrebbe richiedere l'inserimento delle credenziali) e accettare i termini e i servizi per l'utilizzo dell'API. La connessione verrà aggiunta sotto alla lista delle fonti nella scheda del menu Credenziali nel pannello Amministratore.

Credenziali

Per aggiungere una credenziale:

1. Nell'angolo in alto a destra della piattaforma, fare clic su Impostazioni.
2. Nella barra di navigazione a sinistra, fare clic su Credenziali.
3. Fare clic su Aggiungi dati e passare il mouse su Connessioni. Quindi fare clic sulla fonte che si desidera collegare.
4. Modificare le seguenti impostazioni.
5. Fare clic su Salva. La credenziale verrà aggiunta nel sito di origine selezionato. Per modificare le credenziali, fare clic sul sito di origine, quindi fare clic sul segno + sulla destra per aggiungere dati.

AutoSynced

Per evitare che una fonte venga inclusa negli aggiornamenti automatici, attivare il pulsante AutoSynced. Per evitare che tutte le fonti di una determinata località vengano incluse negli aggiornamenti automatici, attivare o disattivare il pulsante AutoSynced dalla griglia Località.

Location	Address						Last Audited	AutoSynced
BDP - Lake Havasu							1 day	

Migliorare l'accuratezza delle inserzioni

Quantifica il valore delle inserzioni gestite e identifica le aree da migliorare.

La scheda Accuratezza inserzioni in Inserzioni fornisce un'istantanea dei punti dati gestiti dalla piattaforma e suddivide la percentuale di accuratezza su fonti ad alto traffico come Google e Bing.

Riepilogo verifiche pubblicato

Visualizza una dashboard per le attività delle inserzioni:

Published Audit Summary	Locations	AutoSynced	Data Points		
	1		15	Correct	Incorrect
Total Listings	4	Missing	15 100%	0	18 Last year
		1			

Ordinare le località delle inserzioni e la verifica di riepilogo per Pubblicato, In attesa e Non realizzabile nell'angolo in alto a destra della dashboard Accuratezza delle inserzioni. Programmare o inoltrare i dati o scaricare un PDF facendo clic sui puntini di sospensione.

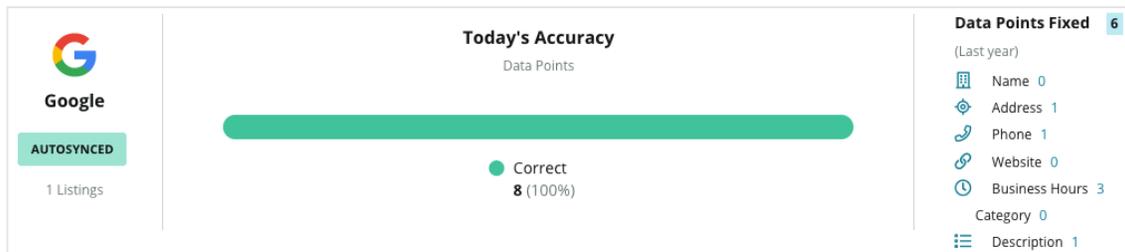
Fulfillment Category:	Published	Pending	Not Fulfillable	
				<ul style="list-style-type: none"> Download PDF Schedule Forward

I dati seguenti sono inclusi nel Riepilogo verifiche pubblicato:

Dati inclusi nel Riepilogo verifiche	Descrizione
Località	Il numero di località su almeno una delle fonti sottostanti.
Inserzioni totali	Il numero di istanze verificate sulle fonti designate come "AutoSynced" di seguito.
AutoSynced	Il numero di punti dati monitorati sulle fonti designate come "AutoSynced" di seguito.
Mancante	Il numero di punti dati verificabili (ad es., orario di servizio, numero di telefono, ecc.) mancanti dai profili della piattaforma.
Corretto	Il numero e la percentuale di punti dati in tempo reale che corrispondono alla fonte di informazione. Il sistema considera come corrette lievi differenze, come lettere maiuscole e "piazza" o "p.zza".
Non corretto	Il numero e la percentuale di punti dati attivi che non corrispondono alla fonte di informazione.
Risolto	Il numero di punti dati che la piattaforma ha risolto automaticamente dall'inizio della raccolta dati per i profili. I punti dati diventano inaccurati per una serie di motivi, quindi i revisori controllano e correggono in automatico costantemente.

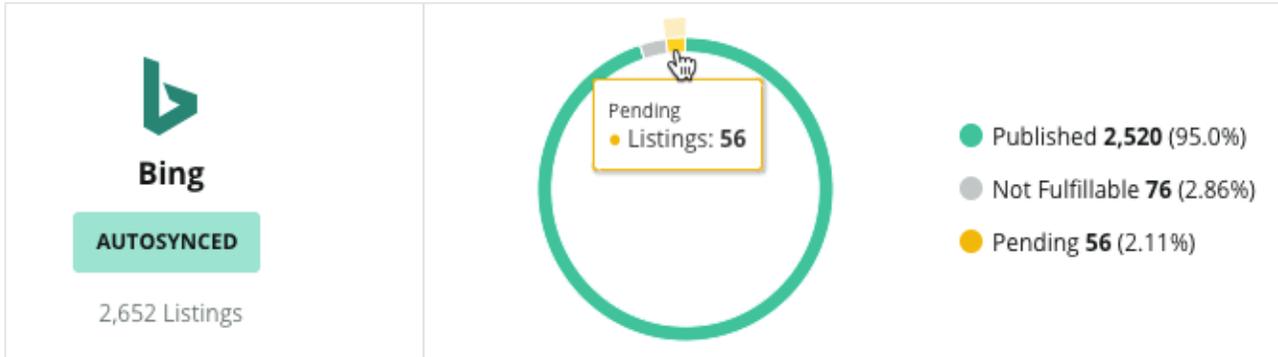
Accuratezza per fonte

Sotto le statistiche di riepilogo, è possibile visualizzare lo stato di ciascuna fonte di inserzioni suddivisa per punti dati. Puntare a una precisione vicina al 100% su Google. Altri siti non API potrebbero avere una precisione media inferiore.



Categoria di realizzazione per fonte

Consente di visualizzare facilmente quante inserzioni sono pubblicate, in attesa e non realizzabili per fonte.



Fare clic sui grafici per analizzare quali inserzioni rientrano in ciascuna categoria (Pubblicato, In attesa e Non realizzabile) e quale azione va intrapresa per risolvere eventuali problemi. Vedere sotto per gli aggiornamenti sui dati in attesa delle località facendo clic sul grafico qui sopra.

Locations Pending on Bing (56) ✕

[Download Audit Data](#)

Location	Status	📄	📍	📞	📧	🕒	📌	✎
[Redacted]	PENDING UPDATE	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗
[Redacted]	PENDING UPDATE	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✗
[Redacted]	PENDING UPDATE	✓	✗	✓	✓	✗	✗	✗
[Redacted]	PENDING UPDATE	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗

Uso dei suggerimenti dell'editore

Migliora l'accuratezza dei dati delle inserzioni con le modifiche suggerite.

La scheda **Suggerimenti dell'editore** in Inserzioni aiuta a mantenere accurati i dati delle inserzioni in base al feedback ricevuto dagli utenti e dai siti di pubblicazione. È possibile rifiutare o accettare la modifica. Accettando, il sistema aggiornerà automaticamente le informazioni del profilo (fonte d'informazioni) e le pubblicherà su

Nota: al momento i suggerimenti provengono solo da Google. Altre fonti di pubblicazione non sono ancora disponibili.

tutti i siti di pubblicazione.

Viene fornito un suggerimento per campo. Se un campo ha più suggerimenti (ad es., Categoria), si tratta di un'opzione "tutto o niente". Ad esempio, se il suggerimento include 10 suggerimenti di categoria, ma si desidera conservarne solo 2, è necessario rifiutare il suggerimento e quindi aggiungere/modificare manualmente le 2 modifiche di categoria per il profilo della località.

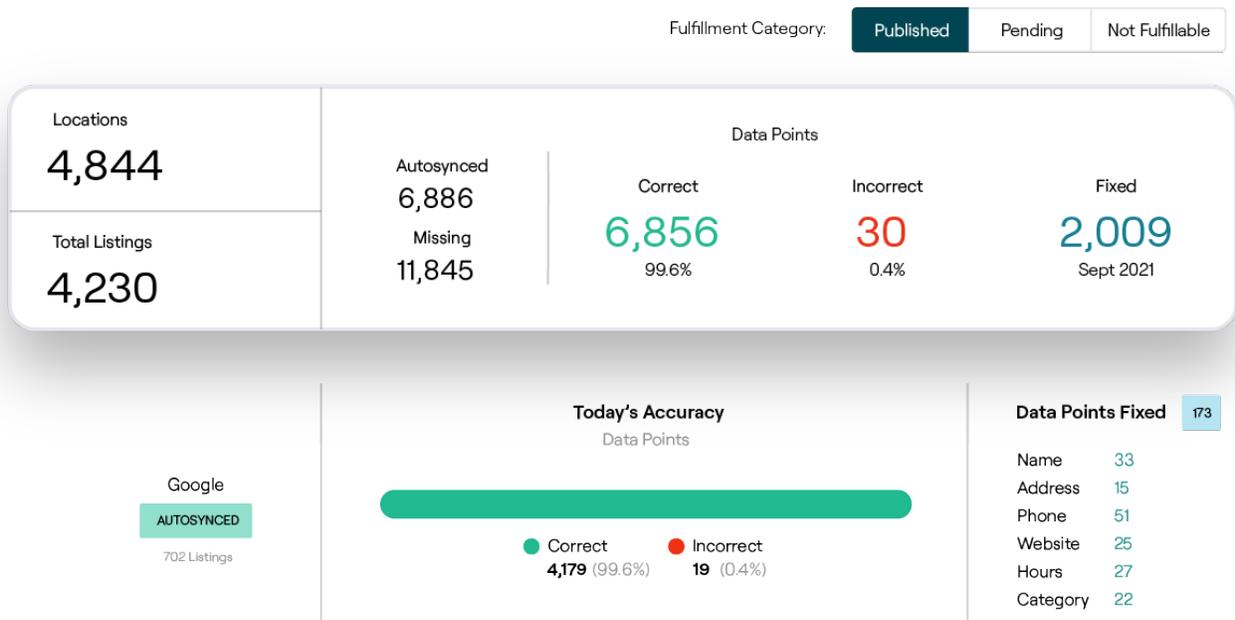
<input type="checkbox"/>	Location Details	Source	Data Field	Existing Data	Suggested Data	Actions
<input type="checkbox"/>	BDP - Uptown (B021) 4520 North 2nd Ave, #200, Phoenix, AZ 85013	 Google	Hours	Mon: 09:00 - 17:00 Tues: 09:00 - 17:00 Wed: 09:00 - 17:00 Thu: 09:00 - 17:00 Fri: 09:00 - 17:00 Sat: Closed Sun: Closed	Mon: 09:00 - 17:00 Tues: 09:00 - 17:00 Wed: 09:00 - 17:00 Thu: 09:00 - 17:00 Fri: 09:00 - 17:00 Sat: 09:00 - 12:00 Sun: Closed	 

Modifica dei profili delle inserzioni

Aggiornare facilmente i dati sulla località individualmente o in blocco.

La scheda **Profili** in **Inserzioni** consente di gestire i profili da un'unica località tramite modifiche rapide o modifiche in blocco. È richiesto un profilo per ogni località (struttura o persona) inclusa in un'inserzione o una directory. Ogni record del profilo corrisponde a un record "località" all'interno delle impostazioni di amministrazione (scheda Località).

Qualsiasi aggiornamento apportato ai dati del profilo, ad esempio nuovi orari di apertura o numero di telefono, viene inviato ai siti di inserzioni gestiti e agli aggregatori di dati per garantire la coerenza sul web.



Attenzione! Le modifiche effettuate in un profilo all'interno della piattaforma Reputation si applicheranno al profilo dell'inserzione corrispondente, ma le modifiche effettuate a un profilo dell'inserzione NON si applicheranno al profilo della directory.

Modifiche una tantum dei dati di profilo

Utilizzando la piattaforma, si possono apportare semplici modifiche direttamente ai dati del profilo.

Per modificare un profilo direttamente:

1. Dalla pagina Profili, utilizzare il filtro **Località** o digitare il nome del profilo che si desidera modificare nel campo di ricerca.
2. Dall'elenco dei risultati, fare clic sull'icona **Modifica**.

<input type="checkbox"/>	Formatted Name	Code	Status	Profile Type	Address	Actions
<input type="checkbox"/>	BDP - Lake Havasu		Cleansed	Rooftop	40 Capri Blvd, Lake Havasu City, AZ 86403	
<input type="checkbox"/>			Cleansed	Rooftop		

3. All'interno del profilo, apportare le modifiche necessarie.
 - I campi con l'asterisco rosso sono obbligatori.
 - Usare le schede a sinistra per passare a diverse categorie di profili.
 - Fare clic per visualizzare i siti pubblicabili disponibili.
 - Accedere a un registro della cronologia delle modifiche.
4. Al termine, fare clic su **Invia**.

Publishable to 7 source(s) Show history

Profile Information

Status: Cleansed

Type: Rooftop

Location Code*

AutoSync: YES NO

Profile Definition Name*: Rooftop

Parent Location ⓘ

GMB UTM Tracking: YES NO

Linked Profiles ⓘ No linked profiles

Cancel Save As Draft Submit

Le modifiche aggiorneranno automaticamente i siti/le directory supportati.

Modifiche in blocco dei dati di profilo

Oltre alle modifiche una tantum al profilo, è possibile anche modificare i profili in blocco all'interno della piattaforma.

Per modificare un profilo all'interno della piattaforma Reputation:

1. Dalla scheda **Inserzioni**, fare clic su **Profili**.
2. Contrassegnare le caselle per i profili applicabili per consentire la comparsa delle opzioni **Modifica** o **Elimina**.

You have 2 profile(s) selected.		Edit	Delete			
<input type="checkbox"/>	Formatted Name	Attributes	Status	Profile Type	Address	Actions
<input checked="" type="checkbox"/>	BDP - Lake Havasu	Business Hours Photos Descriptions Site Enable	Cleansed	Person	40 Capri Blvd, Lake Havasu City, AZ 86403	
<input checked="" type="checkbox"/>	BDP - Lake Havasu	B022	Cleansed	Person	4520 North 2nd Ave, #301, Phoenix, AZ 85013	
<input type="checkbox"/>	BDP - Lake Havasu	B023	Cleansed	Person	21917 N 97th Dr. #200, Peoria, AZ 85383	

3. Fare clic su **Modifica** per modificare attributi, orari di lavoro, foto, descrizioni o siti (fonti di dati) abilitati.

Profiles Count

Attributes

Reservations

Accepts Reservations Walk Ins Appointments Only

Reservations Only

Ambiance

Traditional Casual Romantic Upscale Trendy

Good For

Groups Singles Families Couples

4. Fare clic su **Aggiorna**.

Utilizzare le opzioni Importa/Scarica dalla pagina Profili per applicare le modifiche a più inserzioni utilizzando un formato di foglio di calcolo.

Per modificare un profilo tramite l'importazione di un foglio di calcolo:

1. Dalla scheda **Inserzioni**, fare clic su **Profili**.
2. Fare clic su **Scarica**.
3. Selezionare i profili da scaricare e le colonne da includere. Il formato predefinito del foglio di calcolo è CSV.

4. Fare clic su **Scarica**.
5. Aprire il file CSV e apportare le modifiche ai profili desiderati nell'editor di fogli di calcolo.
6. Al termine delle modifiche, salvare il file.
7. Nella piattaforma, fare clic su **Importa**.
8. Allegare il file CSV salvato e scegliere **Importa mappatura**.

9. Configurare la mappatura delle intestazioni di colonna e selezionare le caselle di controllo per saltare la normalizzazione della pagina e ignorare le colonne non mappate, se si desidera. Fare clic su **Importa**.
10. Salvare la nuova mappatura, salvare le modifiche alla mappatura esistente o non salvare per procedere.

11. Rivedere i dettagli di importazione per scheda.
 - La piattaforma ignorerà i punti dati non validi e pubblicherà i dati validi rimanenti.
 - Scoprire dove sono stati trovati errori e intraprendere azioni correttive, oppure scaricare un file di errore per salvare le modifiche senza errori e tenere traccia delle modifiche non salvate a causa di errori.
12. Fare clic su **Chiudi**.

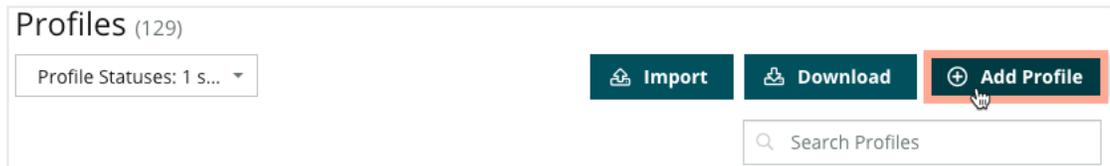
La piattaforma invierà automaticamente le modifiche ai siti o alle directory di inserzioni supportati.

Aggiungere profili

Per ogni profilo è necessario specificare la definizione di Struttura (ad es. tetto) o Medico (ad es. individuo). È inoltre possibile creare più uffici all'interno dello stesso profilo per i medici che operano in più di una struttura. Inoltre, è possibile utilizzare l'ID del luogo per collegare le informazioni sulla località di una struttura a più profili medici/professionali.

Per aggiungere un nuovo profilo per una nuova località:

1. Dalla pagina Profili, fare clic su **Aggiungi profilo**.



2. Nella finestra Aggiungi profilo, inserire il codice della località nella casella **Codice**.

 A screenshot of a dialog box titled "Add Profile" with a close button (X) in the top right corner. At the top, there are two tabs: "New Location" (selected) and "Existing Location". Below the tabs are two input fields: "Code" and "Definition". The "Code" field is empty, and the "Definition" field has a dropdown menu with "Select" as the current selection. At the bottom right, there are two buttons: "Cancel" and "Create" (with a checkmark icon).

3. Dal menu a discesa **Definizione**, scegliere Struttura (tetto) o Medico.
4. Fare clic su **Crea**.
5. All'interno del profilo, inserire le informazioni rimanenti.

Aggiungere orari di lavoro:

Spesso gli orari di un'azienda possono variare per un'intera stagione o festività particolari, e ciò richiede delle modifiche alle inserzioni aziendali. Come si possono aggiornare gli orari di lavoro dalla piattaforma?

Per aggiungere un nuovo profilo per una nuova località:

1. Dalla pagina **Profili**, fare clic sulla località per la quale si desidera modificare o aggiungere degli orari lavorativi speciali.

<input type="checkbox"/>	Formatted Name	Code	Status	Profile Type
<input type="checkbox"/>	BDP - Uptown (B021)	B021	Cleansed	Rooftop

2. Fare clic su **Uffici** per visualizzare le informazioni e gli orari dell'ufficio. Quindi fare clic su **Modifica**.
3. Premere il tasto verde per indicare se la località è aperta o chiusa e modificare gli orari se necessario.
4. Fare clic su **Invio per approvazione**.

Special Business Hours

10/31/2021		<input checked="" type="checkbox"/> Open	1:00 PI	-	4:00 PI	
12/25/2021		<input checked="" type="checkbox"/> Open	9:00 AM	-	4:00 AM	
07/04/2022		<input type="checkbox"/> Close				
09/05/2022		<input type="checkbox"/> Close				

[+ Add Special Business Hours](#)

Nota: in genere la piattaforma invia le modifiche alla fonte entro 24 ore. Nel frattempo, verrà visualizzato lo stato "Inviato alla fonte" all'interno della piattaforma. Quando la modifica risulta attiva, verrà visualizzato "Pubblicato alla fonte". Consigliamo di aggiungere gli orari festivi per tutte le inserzioni all'inizio dell'anno, per assicurare il tempo necessario alla pubblicazione, in quanto la pubblicazione delle modifiche dipende da ogni fonte.

Per ID luogo:

L'ID luogo consente di collegare i profili del medico a un particolare profilo-tetto di una struttura. In questo modo, se le informazioni sulla struttura cambiano (come l'indirizzo o l'orario di apertura) le modifiche si riverseranno a cascata sul profilo di ciascun medico collegato a quell'ID luogo.

1. Nella casella **ID luogo** digitare prima il nome della struttura in cui lavora il medico/professionista. Qualsiasi struttura corrispondente configurata come struttura sotto il profilo cliente apparirà come opzione da selezionare in un elenco a discesa.
2. Se non si è ancora riempito alcun campo relativo all'Ufficio, i dati dell'ID luogo selezionato (struttura principale) verranno copiati in questo profilo. Un'icona a forma di lucchetto accanto a ciascun campo nella sezione Ufficio indica che il valore del campo è un valore principale.
3. Se sono già inserite informazioni nella sezione Ufficio, i dati dell'ID luogo selezionato **NON** saranno sovrascritti sui dati esistenti. Accanto a ciascun campo viene visualizzata un'icona di sblocco per indicare che il valore del campo **NON** corrisponde a quello principale.
4. Se si desidera sovrascrivere i valori del profilo attuale in modo che corrispondano al principale, fare clic sul link **Resetta**.
5. Gli indirizzi del profilo non sono collegati se un campo è diverso da quello principale (ad es. Numero di suite).
6. Al termine, fare clic su **Invia**.

Profile Information

- Basic
- Offices**
- Categories
- Attributes
- Medical
- Descriptions
- Education & Affiliations
- Social Media
- Photos & Logos
- Tags
- Payment Types
- Location Fields

Offices

Place ID

Office Name Primary

Office Status

Address*
 Street Address*
 Address Line 2
 City*
 State*
 ZIP*
 Country*

Latitude
 Longitude

Service Area

Business Hours Primary Business Hours

Map

Satellite

Gestione delle inserzioni dei reparti

Gestisci facilmente la presenza online dei tuoi reparti.

Cosa sono le inserzioni dei reparti?

Google incoraggia le attività locali con più reparti a creare più inserzioni, una per la pagina della località principale e una per ciascun reparto. Tramite Reputation, è possibile mappare ogni inserzione, che si tratti di un'inserzione principale o di un'inserzione di reparto (secondaria), in una località nella piattaforma.

Caratteristiche principali

1

Tipo di località del reparto

Per ogni inserzione dei reparti su Google, puoi impostare le località dei reparti.

Seleziona il tipo di località in base al settore, ad esempio, per il settore automobilistico, i tipi di località disponibili includono: manutenzione, ricambi, collisione, cambio olio, ecc.

2

Connessione codice del gruppo

Le località principali possono essere associate alle località dei reparti sulla piattaforma utilizzando il codice del gruppo, che sarà lo stesso sia per le località principali che per quelle dei reparti. Ciò consente di creare una gerarchia tra le località principali e le località dei reparti per il calcolo del punteggio di reputazione e il rollup dei dati.

3

Punteggio di reputazione intatto

Raggruppa le recensioni dalle località del reparto alla località principale per garantire che il punteggio di reputazione per la località principale non venga influenzato a causa della diminuzione del volume di recensioni nelle località principali.

Il punteggio di reputazione per le località dei reparti non è disponibile.

4

Escludi le località dei reparti dal filtro a tendina delle località. Quando si utilizza il filtro Località, per impostazione predefinita verranno visualizzati anche tutti i dati associati alle località dei reparti.

Scegli un **Tipo di località** per filtrare ulteriormente i dati su qualsiasi pagina in base al tipo di località.

Impostazione delle località dei reparti

Collabora con il tuo Customer Success Manager e il team dei servizi professionali di Reputation per abilitare le inserzioni dei reparti. Nel frattempo, è possibile preparare l'account impostando le **località dei reparti**.

Nota: il team dei servizi professionali di Reputation può anche aiutare nell'impostazione delle località dei reparti.

Per impostare le località dei reparti:

1. Nell'angolo in alto a destra della piattaforma, fare clic su **Impostazioni**.
2. Nella barra di navigazione a sinistra, fare clic su **Località**.
3. Fare clic sulla località desiderata.
4. Fare clic sull'icona a forma di matita per modificare.
5. Scorrere verso il basso e aggiungere un **Codice del gruppo** e un **Tipo**.
 - **Codice del gruppo:** la località principale e le località del reparto sono associate utilizzando il codice del gruppo. Il codice del gruppo deve essere sempre lo stesso in tutte le località del reparto principale e in quelle associate. Per impostazione predefinita, un codice del gruppo sarà lo stesso del codice località. Per le località dei reparti, il codice del gruppo deve essere aggiornato in modo che corrisponda al codice del gruppo per la località principale.
 - **Tipo:** il campo Tipo viene utilizzato per indicare il tipo di località del reparto. Se si tratta di una località principale, il tipo dovrebbe essere impostato su Principale. Solo una località per un codice del gruppo specifico dovrebbe avere Principale come Tipo. Per le località dei reparti, è necessario selezionare il Tipo.
6. Fare clic su Salva.

Gestione di Google Q&A

Gestisci le domande e le risposte inviate nei riquadri informativi di Google Business Profile (GBP) delle tue località in un unico luogo.

Domande e risposte di Google (Q&A) fornisce ai consumatori maggiori dettagli su un'attività, consentendo loro di prendere decisioni immediate su Google su quale attività contattare. Domande e risposte possono anche essere visualizzate direttamente nei risultati di ricerca di Google.

Nota: le domande e le risposte con il maggior numero di voti determinano l'ordine in cui vengono visualizzate nell'inserzione.

La scheda Domande e risposte consente di monitorare e rispondere alle domande frequenti - FAQ - rivolte ai consumatori e in crowdsourcing dai riquadri informativi di Google delle proprie località.

Filtri

I filtri di prima linea influiscono sui dati mostrati nella scheda. I filtri secondari si applicano quando si fa clic sui dati del grafico interattivo.

MARKET-DMA	DISCONTINUED-OPS	TYPE	REGION
All	All	All	HD Chicago
DISTRICT	MARKET	STATE	LOCATION
All	All	All	All
DATE RANGE			
Current Year			

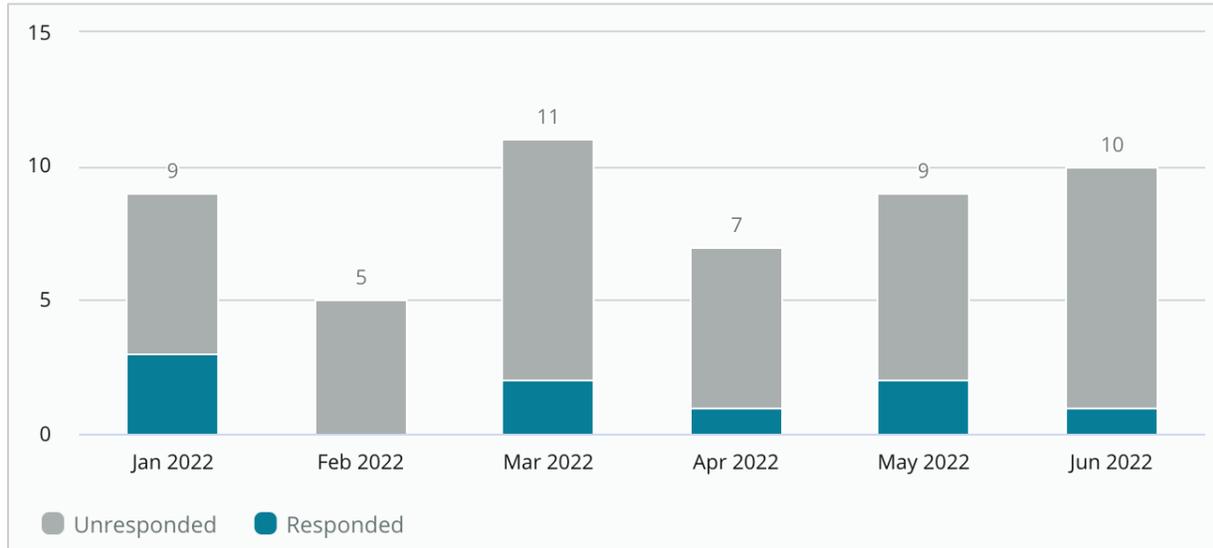
Riepilogo

La sezione Domande contiene lo stato delle domande ricevute, sia con risposta che senza risposta. Facendo clic su uno qualsiasi dei collegamenti nella sezione Domande si filtra il grafico e l'elenco delle domande.

Questions
120
across 102 Locations
Responded 22 View
Unresponded 98 View

Grafico

È possibile visualizzare la tendenza di domande e risposte per il numero di domande inviate nel periodo di tempo selezionato nelle località selezionate. Il grafico suddivide le domande senza risposta in grigio e le domande con risposta in arancione. Le risposte di un utente Google vengono considerate una risposta, anche se non provengono dal titolare dell'attività.



Domande

La sezione Domande mostra tutte le domande per i filtri o i grafici selezionati. Le domande vengono mostrate quasi in tempo reale. Per impostazione predefinita, tutte le domande vengono mostrate e ordinate in base alla più recente.

Risposte

Fare clic all'interno della finestra di risposta per rispondere alla domanda (è necessario disporre di credenziali/connessioni). Le risposte vengono pubblicate quasi in tempo reale.

Jun 8, 2022

Do any of your doctor specialize in lasik?

BDP - Uptown

Kasey Kershner

↳ Responded

Kasey Kershner replied on Jun 9, 2022 2:07 PM: Live

Hi Kasey! Yes! Dr. Repiso and Dr. Evans both specialize in Lasik Surgery and offer free consultations!

Respond to this question...

Nota: la lunghezza limite per le risposte su Google Business Profile è di 440 caratteri. Mantenere le risposte al di sotto di questa soglia per assicurarsi che vengano visualizzate per intero.

Da tenere a mente con Google Q&A:

È perfettamente accettabile e intelligente per un'azienda "seminare" le proprie domande e risposte. Aggiungere domande direttamente tramite il pannello delle conoscenze di GBP e rispondere attraverso la piattaforma.

Impostare notifiche specifiche di Domande e risposte per gli utenti designati responsabili delle risposte.

Si possono aggiungere più risposte (da altri utenti sull'account), ma Google visualizzerà solo una risposta dal titolare dell'attività per ogni domanda. L'ultima risposta pubblicata verrà visualizzata sotto l'etichetta Titolare dell'attività.

Non è possibile eliminare le risposte pubblicate da altri utenti Google. Potrebbe sembrare che venga eliminato nella piattaforma, ma ricomparirà dopo il processo di controllo giornaliero.

Gestire in maniera efficace Google Q&A e rispondere alle domande avrà un impatto positivo nelle classifiche di ricerca. Google considera se i consumatori trovano i contenuti pertinenti, accurati e aggiornati, nonché facili da comprendere, e anche se sono stati creati da una persona vera o da un bot.

Rich Content

Pubblica contenuti su vasta scala nelle tue inserzioni.

La scheda **Rich Content** consente di definire i contenuti una volta e associarli a tutte le località necessarie per poi pubblicarli su larga scala. Assicurarsi che i ruoli dispongano delle autorizzazioni Rich Content abilitate per visualizzare, modificare, aggiungere e/o eliminare i contenuti.

Nota: Rich Content non supporta le immagini in questo momento.

Rich Content contiene tre schede:

- FAQ
- Menu
- Prodotti

FAQ

Prendi il controllo sul marchio compilando in modo proattivo un elenco di domande e risposte frequenti che si applicano a gruppi di località da pubblicare online su larga scala.

Name	Action
BDP Southern AZ	
BDP Northern AZ	
BDP Central AZ	

Vista dalla piattaforma Reputation

BDP - Uptown

4.7 ★★★★★ 31 Google reviews

Optometrist in Peoria, Arizona

Address: 21917 N 97th Dr #200, Peoria, AZ 85383

Hours: Open · Closes 5PM · [More hours](#)
Updated by this business 1 week ago

Health & safety: Mask required · Temperature check required · Staff wear masks · Staff get temperature checks · Staff required to disinfect surfaces between visits · [More details](#)

Phone: (480) 269-5649

[Suggest an edit](#) · [Own this business?](#)

Questions & answers [Ask a question](#)

Q: Do you speak another language in your office?

A: Our staff at this location is fluent in English and Spanish. We are happy to accommodate other...

[See all questions \(124\)](#)

Vista da Google

Passo 1: aggiungere una sezione Domande frequenti (FAQ)

Creare FAQ per ogni gruppo di località, come Nord AZ e Sud AZ, per designare quali domande devono essere pubblicate per ogni gruppo di inserzioni delle località.

Per aggiungere FAQ:

1. Dalla piattaforma, fare clic su **Inserzioni**.
2. Fare clic su **Rich Content**.
3. Fare clic sulla scheda **FAQ**.
4. Fare clic su **Aggiungi domanda frequente**.

Nota: le domande frequenti non possono essere attualmente importate in blocco.

5. Modificare le impostazioni per le FAQ:

- **Titolo:** dare un nome alla FAQ.
- **Data inizio-fine:** aggiungere eventualmente date di inizio e fine. Le domande e le risposte associate a questa sezione verranno pubblicate alla data di inizio e automaticamente eliminate alla data di fine.

Nota: se vuoto, le domande associate a questa sezione FAQ non verranno rimosse a meno che non vengano eliminate singolarmente.

- **Associa a:** selezionare un filtro con cui associare. Le opzioni includono: Stato, Città, Località e filtri personalizzati. Una volta selezionato, selezionare la casella accanto a ciascuna località o gruppo di località da associare alle FAQ.
- **Fonti:** selezionare dove verranno pubblicate le FAQ

Nota: questa funzionalità include al momento solo Google.

The screenshot shows the 'Edit' page for a FAQ. The 'Title' field is 'BDP Southern AZ'. The 'Start-End Date' fields are both 'Jul 06, 2022'. Under 'Associate With', there is a 'Location' dropdown and a 'Filter' section with 'All' and 'None' options, and a checked box for 'BDP - Uptown'. The 'Sources' dropdown is set to 'Google'. At the bottom right, there are 'Cancel' and 'Save' buttons.

6. Fare clic su **Salva**.



Passo 2: aggiungere gruppi

Utilizzare i gruppi per organizzare le domande in categorie, come Servizio post-vendita o Assicurazione accettata, per una gestione semplificata.

Nota: i gruppi vengono visualizzati solo all'interno della piattaforma; i gruppi non vengono pubblicati nelle inserzioni.

Per aggiungere gruppi:

1. Dalla scheda **FAQ**, fare clic sulla FAQ desiderata.
2. Fare clic su **Aggiungi Gruppo**.
3. Inserire un titolo e fare clic su **Invia**.

The image shows a sequence of two screenshots. The top screenshot is a card for a FAQ titled "BDP Western AZ". It displays the title, start and end dates (7/11/2022 - 8/31/2022), sources (Google), and associated categories (B012, B004, B005, B007, B021). At the bottom of the card, there are two buttons: "Add Group" and "Add Question". A red box highlights the "Add Group" button, and a mouse cursor is shown clicking it. A large grey arrow points down from this button to the second screenshot. The second screenshot is a "Create Group" modal window. It has a close button (X) in the top right corner. The "FAQ Title" is "BDP Western AZ". The "Title" field is required (marked with a red asterisk) and contains the text "Insurance". At the bottom of the modal, there are two buttons: "Cancel" and "Submit". A red box highlights the "Submit" button, and a mouse cursor is shown clicking it.

Passo 3: Aggiungere domande

Curare le domande frequenti e le risposte corrispondenti per ciascun gruppo o categoria all'interno delle FAQ. Domande e risposte sono pubblicate in tutte le inserzioni delle località incluse nelle FAQ.

Per aggiungere domande:

1. Dalla scheda **FAQ**, fare clic sulla FAQ desiderata.
2. Fare clic su **Aggiungi domanda**.
3. Inserire un titolo, la domanda, la risposta e selezionare o aggiungere un gruppo.
4. Fare clic su **Invia**.

The screenshot shows the 'BDP Western AZ' FAQ management page. It includes fields for Title, Start - End Date, Sources (Google), Associate With (B012, B004, B005, B007, B021), and Sections (Eye Exams). The question 'How often should I schedule an eye exam?' is visible. Two buttons, 'Add Group' and 'Add Question', are at the bottom. The 'Add Question' button is highlighted with a red box and a mouse cursor.



The 'Add Question' modal form is shown. It contains the following fields:

- FAQ Title: BDP Western AZ
- Question *: How much does an eye exam cost?
- Answer *: Eye exam pricing varies based on individual and insurance plans. If you would like us to provide a quote for an eye exam, please call us directly at (623) 565-8297 and we will be happy to assist!
- Group *: Eye Exams (selected from a dropdown menu)

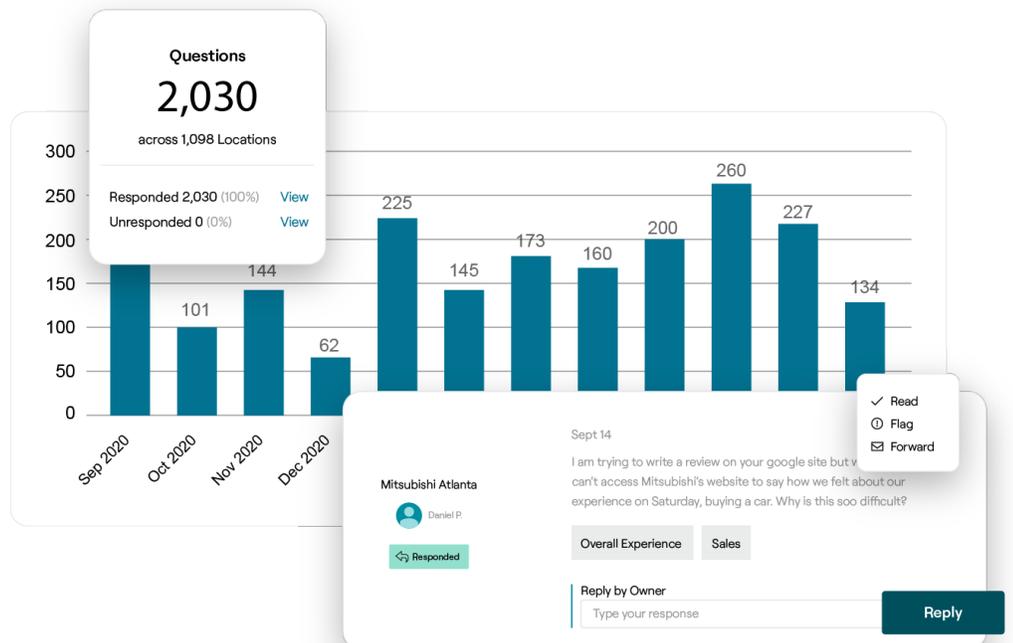
 At the bottom, there are 'Cancel' and 'Submit' buttons. The 'Submit' button is highlighted with a red box and a mouse cursor.

Tenere a mente quando si aggiungono FAQ:

Le domande e le risposte inviate vengono pubblicate quotidianamente.

Le pagine di Google Business Profile devono essere collegate alla piattaforma per pubblicare le FAQ nelle inserzioni delle località.

Le FAQ possono essere modificate ed eliminate, mentre i Gruppi e le Domande/Risposte possono essere solo modificati.



Menu

È possibile definire e pubblicare comodamente i menu nelle inserzioni GBP dalla piattaforma su larga scala.

Passo 1: aggiungere il menu

Creare un menu per ogni stagione o occasione, come un Menu autunnale e un Menu invernale, per designare quali voci di menu devono essere pubblicate in ciascun gruppo di inserzioni delle località.

Per aggiungere menu:

1. Dalla piattaforma, fare clic su **Inserzioni**.
2. Fare clic su **Rich Content**.
3. Fare clic sulla scheda **Menu**.
4. Fare clic su **Aggiungi menu**.
5. Modificare le impostazioni per il menu:
 - **Titolo:** dare un nome al menu.
 - **Data inizio-fine:** aggiungere date di inizio e fine per la pubblicazione del menu.

Nota: se un menu termina senza un altro menu che lo sostituisca, il menu scaduto rimarrà su GBP. Se due menu hanno la stessa data di inizio, verranno pubblicati entrambi i menu.

- **Associa a:** selezionare un filtro con cui associare. Una volta selezionato, selezionare la casella accanto a ciascuna località da associare alle FAQ.
 - **Fonti:** Selezionare dove verrà pubblicato il menu (questa funzionalità attualmente include solo Google).
 - **URL del contenuto:** includere il link del menu sul proprio sito web per la pubblicazione.
6. Fare clic su **Salva**.

The screenshot displays the 'Menu' edit page in the Reputation platform. The breadcrumb trail is 'Menus / Winter Menu / Edit'. The form contains the following fields:

- Title ***: Winter Menu
- Start-End Date ***: Dec 01, 2021 to Feb 28, 2022
- Associate With ***: A dropdown menu set to 'Filter'.
- Sources ***: A dropdown menu set to 'Google'.
- Content URL**: An empty text input field.
- Selected Locations (All):** A section with a 'Show Locations' button.

At the bottom right, there are 'Cancel' and 'Save' buttons.

Passo 2: aggiungere sezioni

Usare le sezioni per organizzare i menu e raggruppare gli elementi, come Antipasti, Pasta e Dessert.

Per aggiungere sezioni:

1. Dalla scheda **Menu**, fare clic sul menu desiderato.
2. Fare clic su **Aggiungi sezione**.
3. Inserire un titolo e fare clic su **Invia**.

Menus / Winter Menu ✎

Title Winter Menu

Start - End Date 12/1/2020 - 2/28/2021

Sources

Content URL

Associate With

- B003
- B014
- B006
- B008
- B015
- B013

Sections

Appetizers
Cheesy Garlic Bread

Pasta
Spaghetti & Meatballs

Desserts
Chocolate Chip Cheesecake

Add Section Add Item

Add Section ✕

Menu Title Winter Menu

Title *

Cancel **Submit**

Passo 3: aggiungere elementi

Compilare dettagli specifici sugli elementi del menu inclusi in ciascuna sezione all'interno del menu.

Per aggiungere elementi:

1. Dalla scheda **Menu**, fare clic sul menu desiderato.
2. Fare clic su **Aggiungi elemento**.
3. Inserire i dettagli dell'elemento. Le opzioni includono: titolo, descrizione, prezzo, piccantezza, allergeni, restrizioni dietetiche, cucine, sezione.
4. Fare clic su **Invia**.

Menus / Winter Menu 

Title Winter Menu

Start - End Date 12/1/2020 - 2/28/2021

Sources 

Content URL

Associate With

- B003
- B014
- B006
- B008
- B015
- B013

Sections

Appetizers
Cheesy Garlic Bread

Pasta
Spaghetti & Meatballs

Desserts
Chocolate Chip Cheesecake

[Add Section](#) [Add Item](#)

Add Menu Item 

Menu Title Winter Menu

Title *

Description

Price 

Spiciness 

Allergens 

Cuisines 

Dietary Restrictions 

Section *  [Add Section](#)

[Cancel](#) [Submit](#)

Tenere a mente quando si aggiungono menu:

Il contenuto del menu viene pubblicato quotidianamente.

Le pagine di Google Business Profile devono essere collegate alla piattaforma per pubblicare i menu nelle inserzioni delle località.

Google mostra i menu ogni volta che qualcuno esegue una ricerca su un dispositivo mobile, mentre mostra in modo minimo o non mostra affatto i menu quando le ricerche sono sul desktop.

I menu in Reputation sono disponibili per tutti i settori; tuttavia, Google può pubblicare o meno menu non destinati al settore alberghiero o della ristorazione.

Menu, sezioni ed elementi possono essere modificati ed eliminati secondo necessità.

Prodotti

Alcune attività ora possono mostrare i loro servizi su GBP in maniera facile e scalabile, il che si traduce in una miglior esperienza di ricerca da dispositivo mobile per potenziali clienti.

Passo 1: aggiungere prodotti

Creare un prodotto per ogni tipo di prodotto o servizio offerto, ad esempio un prodotto per gli esami e un altro per gli articoli al dettaglio, per designare quali prodotti devono essere pubblicati in ciascun gruppo di inserzioni delle località.

Per aggiungere prodotti:

1. Dalla piattaforma, fare clic su **Inserzioni**.
2. Fare clic su **Rich Content**.
3. Fare clic sulla scheda **Prodotti**.
4. Fare clic su **Aggiungi prodotto**.
5. Modificare le impostazioni per il prodotto:
 - **Titolo:** dare un nome al prodotto.
 - **Data inizio-fine:** aggiungere eventualmente date di inizio e fine. Gli articoli associati a questo prodotto verranno pubblicati alla data di inizio e automaticamente eliminati alla data di fine.

Nota: se vuoto, gli articoli associati al prodotto non verranno rimossi a meno che non vengano eliminati singolarmente.

- **Associa a:** selezionare un filtro con cui associare. Una volta selezionato, selezionare la casella accanto a ciascuna località o gruppo di località da associare al prodotto.
- **Fonti:** selezionare dove verrà pubblicato il prodotto. Questa funzione attualmente include solo Google.
- **URL del contenuto:** includere un link al prodotto dal proprio sito web per la pubblicazione.

6. Fare clic su **Salva**.

The screenshot shows a form for adding a product. The fields are as follows:

- Title:** Retail
- Start-End Date:** Start Date and End Date (empty)
- Associate With:** Location (dropdown)
- Filter:** All (selected), None, BDP - Uptown (checkbox)
- Sources:** Google (dropdown)
- Content URL:** https://sites.google.com/view/bdpuptown/home

Buttons: Cancel, Save

Passo 2: aggiungere sezioni

Usare le sezioni per organizzare i prodotti e gruppi di elementi assieme, come occhiali, lenti a contatto e kit di viaggio.

Per aggiungere sezioni:

1. Dalla scheda **Prodotti**, fare clic sul prodotto desiderato.
2. Fare clic su **Aggiungi sezione**.
3. Inserire un titolo e fare clic su **Invia**.

The image shows a two-step process. The top part is a screenshot of a product page for 'Retail'. The page has a breadcrumb 'Products / Retail' and a list of sections: 'Glasses' (BDP Glasses, Ray Sunglasses), 'Contact Lenses' (Perfect Fit Lenses, All Natural Lens Cleaner), and 'Travel Sets' (Contact Lens Travel Set, Glasses Travel Set). The 'Add Section' button is highlighted with a red box and a mouse cursor. A large grey arrow points down to the 'Add Section' modal form. The modal form has a title 'Add Section' and a close button 'X'. It shows 'Product: Retail' and 'Title:'. Below that, there is a text input field with 'Blue Light Glasses' and a red asterisk next to the 'Title' label. At the bottom right of the modal are 'Cancel' and 'Submit' buttons.

Products / Retail	
Title	Retail
Start - End Date	0
Sources	Google
Content URL	https://sites.google.com/view/bdpuptown/home
Associate With	• B021
Sections	Glasses BDP Glasses Ray Sunglasses Contact Lenses Perfect Fit Lenses All Natural Lens Cleaner Travel Sets Contact Lens Travel Set Glasses Travel Set
	Add Section Add Item

Add Section

Product: Retail

Title:

Title *

Cancel Submit

Passo 3: aggiungere elementi

Compilare dettagli specifici sugli elementi inclusi in ciascuna sezione all'interno della categoria Prodotto.

Per aggiungere elementi:

1. Dalla scheda **Prodotti**, fare clic sul prodotto desiderato.
2. Fare clic su **Aggiungi elemento**.
3. Inserire i dettagli dell'elemento. Le opzioni includono: Titolo, Descrizione, Prezzo, Sezione.

Nota: titolo e sezione sono gli unici campi obbligatori. I campi dei dettagli dell'elemento disponibili corrispondono a ciò che Google supporta per la pubblicazione.

4. Fare clic su **Invia**.

The screenshot displays the Reputation interface for a product page titled 'Retail'. The page shows various sections such as 'Glasses', 'Contact Lenses', and 'Travel Sets'. The 'Add Item' button is highlighted in red, and an arrow points from it to the 'Add Product Item' modal. The modal contains the following fields:

- Product Title:** Retail
- Title ***: Round
- Description:** (Empty text area)
- Price:** (Empty input field) and a dropdown menu set to 'Select'
- Section ***: Glasses (dropdown menu) and an 'Add Section' button

At the bottom of the modal are 'Cancel' and 'Submit' buttons.

Tenere a mente quando si aggiungono prodotti:

Il contenuto del prodotto viene pubblicato quotidianamente.

Le pagine di Google Business Profile devono essere collegate alla piattaforma per pubblicare i prodotti nelle inserzioni delle località.

I prodotti sono supportati solo tramite Google su dispositivi mobili.

Prodotti, sezioni ed elementi possono essere modificati ed eliminati secondo necessità.

FAQ sulle inserzioni commerciali

Di seguito sono riportate le domande frequenti sull'utilizzo delle inserzioni commerciali gestite.

Cosa succede quando qualcun altro suggerisce una modifica ai miei orari?

Google si affida sia ai consumatori che alle aziende per mantenere aggiornate le informazioni. Il programma Google Guides incentiva i consumatori a rispondere alle domande sulle attività che visitano per alimentare e convalidare le inserzioni.

Per articoli come foto e recensioni, i contenuti generati dagli utenti sono spesso un ottimo supporto per aumentare la visibilità di un'inserzione! Proprietà come l'orario di lavoro o l'ubicazione fisica, d'altra parte, sono spesso meno apprezzate.

Se un utente suggerisce una modifica all'orario o alla località, le modifiche possono essere apportate in tempo reale all'inserzione quasi immediatamente. Tuttavia, se l'azienda ha inserzioni gestite con Reputation.com, la sorgente di informazioni sovrascriverà tali modifiche durante il successivo controllo automatico (in genere ogni 24 ore).



BDP - Uptown

Website Directions Save Call

4.6 ★★★★★ 30 Google reviews

Optometrist in Peoria, Arizona

Address: 21917 N 97th Dr #200, Peoria, AZ 85383

Hours: Open · Closes 5PM · [More hours](#)

Updated by this business 8 weeks ago

Phone: (480) 269-5649

[Suggest an edit](#) · [Own this business?](#)

Questions & answers [Ask a question](#)

Q: Do you speak another language in your office?

A: Our staff at this location is fluent in English and Spanish. We are happy to accommodate other...

[See all questions \(125\)](#)

In che modo gli attributi influiscono sulla ricerca?

Gli Attributi consentono ai clienti di vedere cosa ha da offrire l'attività, ad esempio se un ristorante offre Wi-Fi o posti a sedere all'aperto o se l'attività è gestita da donne. L'aggiunta di attributi pertinenti oltre la categoria di business aiuta un'attività a distinguersi tra i clienti che cercano con Google.

Ad esempio, "Ehi Google, dov'è l'oculista con accesso per i disabili più vicino?"

Nota: la categoria dell'attività determina gli attributi disponibili per la propria inserzione. Ad esempio, potrebbero essere disponibili gli attributi per i tipi di pagamento accettabili, le opzioni di accessibilità o se l'attività è LGBTQ-friendly.

Posso porre le mie domande/risposte nella sezione Q&A?

È perfettamente accettabile (e intelligente) per un'azienda porre le proprie domande e risposte. È bene scoprire quali domande vengono poste spesso dai clienti o anche quali servizi *non* vengono forniti dalla propria attività. Porre la domanda dal punto di vista del cliente, ma rispondere dal proprio punto di vista commerciale. Assicurarsi che siano facili da capire: questa non dovrebbe essere considerata un'opportunità di marketing.

Le domande/risposte con il maggior numero di Mi piace vengono visualizzate per prime, quindi assicurarsi di mettere "Mi piace" alle buone risposte fornite dagli altri utenti. Se il titolare e un utente rispondono alla stessa domanda e hanno lo stesso numero di Mi piace, viene favorita la risposta del consumatore, quindi verrà mostrata per prima.

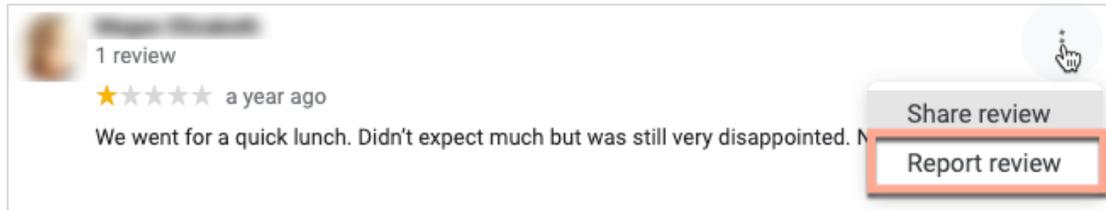
Come si utilizzano i post social di GBP?

Google ha riservato moltissimo spazio nel riquadro informativo per l'attività tramite i post di GBP. È un'opportunità senza precedenti per catturare l'attenzione di qualcuno durante la ricerca. I post di GBP funzionano in modo leggermente diverso rispetto ai tradizionali giganti dei social.

- **Utilizza immagini semplici, colorate e senza testo.** Si consigliano di alta qualità (minimo 750px x 540px). Il testo sull'immagine è consentito, ma potrebbe essere tagliato sui dispositivi mobili. Meglio non usare sovrapposizioni di testo. I video non sono supportati.
- **Descrizioni brevi e informative.** Sono consentiti 1.500 caratteri, ma è meglio attenersi a 100-120. Le descrizioni vengono troncate su SERP.
- **Una chiara Call-to-Action (CTA).** Aggiungere varietà ai post utilizzando queste opzioni: Prenota, Ordina online, Acquista, Ulteriori informazioni, Iscriviti, Ricevi l'offerta. Utilizzare il monitoraggio dei clic (UTM) negli URL per monitorare il successo.
- **Utilizzare titoli fruibili (solo eventi).** Tutti i post GBP scadono dopo un massimo di 7 giorni, ma i tipi di post evento hanno una data di inizio e di fine. Pubblicando attraverso la piattaforma, è possibile pubblicare in meno di 10 località per post. È necessario disporre di credenziali univoche nella piattaforma per ogni località.

Come faccio a rimuovere una recensione?

Se si è a conoscenza del fatto che una particolare recensione è stata data per errore alla propria attività (ad esempio, era destinata a un'altra azienda) o contiene un linguaggio offensivo/inappropriato, si può segnalare una violazione. All'interno della finestra Recensioni di Google, è possibile passare con il mouse accanto a una recensione per visualizzare un contrassegno.



Ricorda che non dovresti richiedere la rimozione di una recensione a meno che essa non soddisfi le norme di violazione del sito. In altre parole, non richiedere la rimozione di una recensione solo perché non piace. Alcuni siti di recensioni iniziano a mostrare quando il titolare di un'attività ha richiesto la rimozione di recensioni che non violano le linee guida.

Per cosa si utilizza l'URL di prenotazione?

Gli URL di prenotazione forniscono un link all'interno di un'inserzione commerciale per indirizzare l'utente su una precisa pagina web e pianificare appuntamenti o prenotazioni (ad esempio: un appuntamento con un medico, il tour di un immobile, una prenotazione al ristorante).

Cos'è la Gestione avanzata delle categorie

Reputation consente alle aziende di pubblicare delle categorie per le proprie località in diverse directory esterne (chiamate anche siti di pubblicazione), come Google, Facebook, Apple, Bing, ecc. Al momento le aziende vedono solo le categorie di Reputation che sono mappate internamente nelle categorie della directory. Ciò è un problema per gli utenti, perché non hanno modo di vedere quali categorie siano realmente pubblicate nelle directory esterne.

Con la Gestione avanzata delle categorie, le aziende ora possono utilizzare la piattaforma Reputation per visualizzare come vengono mappate le loro categorie di Reputation nelle categorie della directory. Ciò si applica sia alle categorie principali che a quelle aggiuntive. Gli utenti potranno visualizzare le categorie della directory mentre visualizzano o aggiungono categorie alle loro località o profili.

Per utilizzare questa funzionalità:

1. Andare su **Inserzioni** e quindi su **Profili**.
2. Fare clic su **Profilo**, quindi su **Modifica** (opzione 1 nell'immagine), OPPURE fare clic sull'icona Modifica a destra dell'elenco dei profili (opzione 2 nell'immagine).

<input type="checkbox"/>	Formatted Name	Code	Status	Profile Type	Address	Actions
<input type="checkbox"/>	BDP - Uptown (B021)	B021	Cleansed	Rooftop	21917 North 97th Dr, #200, Peoria, AZ 85383 US	

3. Fare clic su **Categorie** sul pannello di sinistra e poi su **Gestione avanzata delle categorie**.

Profiles > BDP - Uptown

[Add Office](#)

Profile Information

Basic

Offices

Categories

Attributes

Medical

Categories

Categories*

Optometry Primary

[Add Category](#)

[Advanced Category Management](#)

4. Da lì, visualizzare o aggiungere le categorie di Reputation e della directory.
5. Fare clic su **Salva modifiche**.

Cosa significa tracciamento UTM di GMB?

Il tracciamento UTM di GMB si riferisce alla capacità di monitorare le azioni che i consumatori, potenziali e non, intraprendono sulle proprie inserzioni commerciali, come fare una telefonata, richiedere indicazioni stradali o visitare il sito web. Quando si aggiungono o modificano le informazioni sul proprio profilo commerciale all'interno della piattaforma Reputation, selezionare "Sì" in tracciamento UTM di GMB per monitorare tali azioni.

Qual è il limite dei caratteri per le descrizioni su Google?

Il limite dei caratteri di Google è 700. Alcune fonti consentono di aggiungere descrizioni sia brevi che lunghe. Le descrizioni brevi sono utilizzate solo per Facebook o se non è disponibile la descrizione lunga.

Perché la mia immagine non si carica nell'inserzione?

Quando si caricano foto e video nella propria inserzione commerciale, è importante tenere a mente le limitazioni ai contenuti multimediali della fonte.

Dimensioni consigliate per la piattaforma Reputation:

- Copertina, copertina di Google, copertina di Facebook: formato JPEG, 1080 x 608 pixel, proporzioni 16:9
- Profilo, profilo Facebook, foto, aggiuntivi: formato JPEG, 720 x 720 pixel, proporzioni 1:1
- Logo, logo di Google: formato JPEG, 250 x 250 pixel, proporzioni 1:1

Se le foto non rientrano nelle dimensioni consigliate, Reputation proverà a pubblicarle se rientrano nei limiti del sito di pubblicazione:

Requisiti di Google Business Profile

- Foto copertina: proporzioni 16:9 (obbligatorio), minimo 480 x 270 pixel, massimo 2120 x 1192 pixel
- Foto del logo: proporzioni 1:1 (raccomandato), minimo 250 x 250 pixel, massimo 5500 x 5400 pixel
- Aggiuntivi: proporzioni 16:9 (raccomandato), minimo 250 x 250 pixel, massimo 5200 x 5300 pixel

Requisiti di Facebook

- Foto profilo: proporzioni 1:1 (raccomandato), minimo 180 x 180 pixel
- Foto copertina: proporzioni 2,7:1 (raccomandato), minimo 400 x 150 pixel

Requisiti di Bing

- Foto: proporzioni 4:3 (obbligatorio), minimo 480 x 360

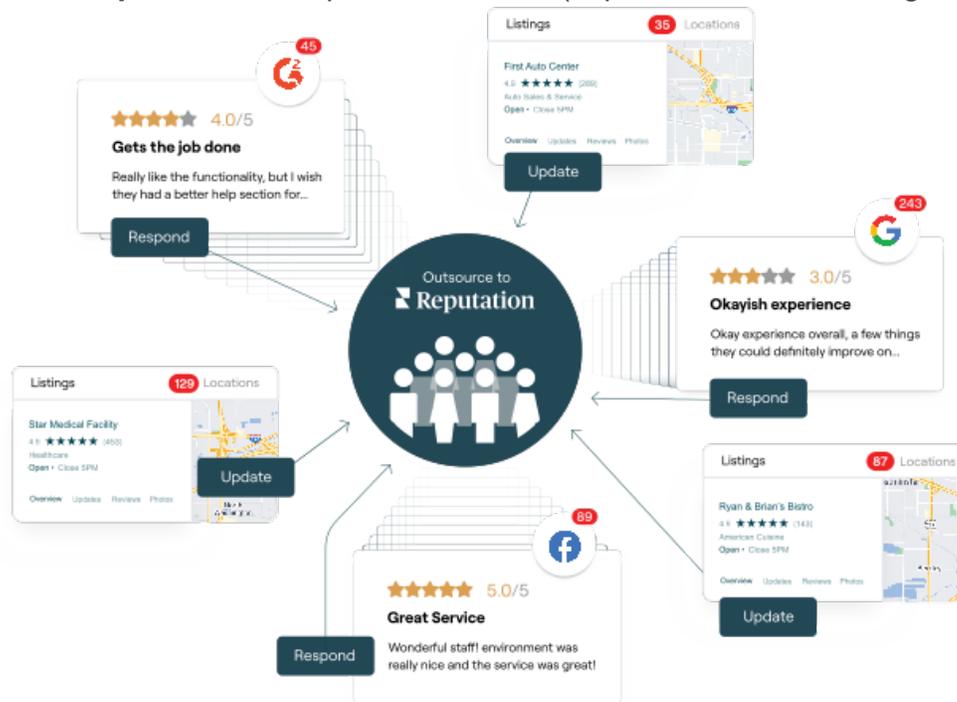
Nota: la piattaforma Reputation al momento non può notificare agli utenti se i loro contenuti multimediali sono stati rifiutati dalla fonte.

Servizi premium a pagamento

Lascia che i nostri esperti della piattaforma Servizi premium a pagamento si occupino di tutto al posto tuo.

Anche se ci impegniamo al massimo per rendere la nostra piattaforma intuitiva ed efficiente, sappiamo bene quanto il tuo tempo sia prezioso; le risorse e la larghezza di banda possono essere limitate. Reputation ha un team dedicato di esperti pronti ad aiutarti a gestire le tue inserzioni, ottimizzare la SEO, nonché postare, pubblicare e curare i tuoi post sui social, gestendo al tempo stesso le risposte alle recensioni. Garantiamo l'eccellenza nell'assistenza al cliente grazie a questa suite di servizi a valore aggiunto supportati dalla nostra piattaforma e dai nostri prodotti. Gli esperti ti aiuteranno a:

- Andare oltre l'**accuratezza** (inserzioni commerciali gestite)
- Massimizzare l'**attrattiva** dei tuoi profili commerciali (ottimizzazione del profilo Google, in precedenza nota come Servizi gestiti per Google)
- Sfruttare la **potenza** dei social media (social gestiti)
- Il marchio **più attento** è quello che **vince** (risposte alle recensioni gestite)



Contatta il tuo Account executive per maggiori informazioni sui nostri servizi premium a pagamento.



Risorse aggiuntive

Scopri l'intera serie di guide utente per saperne di più sulla piattaforma Reputation.

- Azioni
- Amministratore
- Social branding
- Dashboard
- Esperienza
- Posta in arrivo
- App mobile
- Pagine e localizzatori
- Rep Connect
- Punteggio di reputazione
- Resoconti
- Richieste
- Recensioni
- Social listening
- Suite social
- Sondaggi
- Widget