

Pizzeria d'asporto

Val di Sieve, Firenze. a conduzione familiare, attiva dal 2002, consegna propria

PRESENZA & SITO



Fermo da anni, listino dentro immagini, aggiornamenti che rischiano di non arrivare

REPUTAZIONE



4,5 su 5 con circa 171 recensioni Google, arrivate quasi tutte da sole

VISIBILITÀ AI



Presenti, ma raccontati dagli aggregatori invece che dal vostro sito

PROCESSI



Telefono e banco saturi nel weekend, nessuno strumento, ma zero commissioni a piattaforme

OSSERVAZIONI

3 luglio 2026
su dati pubblici dell'attività

REFERENTE

Giovanni Caselli
Yaveno

REPORT CAMPIONE

Nome, contatti e indirizzi web sostituiti. Le osservazioni e le date sono autentiche.

1

IL VERDETTO

Come state messi, onestamente

CONVIENE INTERVENIRE

Non sul ristorante: sulla distanza tra quanto siete bravi e quanto si vede. La reputazione lavora già da sola; il sito e le schede raccontano un'attività ferma. La prima mossa non costa niente: un nome solo e gli orari veri, ovunque.

I clienti vi promuovono: 4,5 su 5 con circa 171 recensioni Google e 4,6 su TripAdvisor, quasi tutte arrivate da sole. Ma la vostra vetrina digitale non vi somiglia: il sito è fermo da anni e il listino online è un'immagine che né Google né gli assistenti AI riescono a leggere.

Quando qualcuno chiede a un assistente AI «la migliore pizzeria in zona», la risposta la costruiscono gli aggregatori, con i loro dati e i loro errori. Intanto telefono e banco si saturano nel weekend, senza una rete fuori orario, mentre la consegna è vostra, senza commissioni: ogni ordine in più è margine pieno.

LE TRE COSE PIÙ IMPORTANTI

1

Menu leggibile, subito

Pagina menu multilingua con QR: testo e allergeni, QR al banco e nella risposta automatica WhatsApp.

2

Schede allineate e presidiate

Un solo nome, gli orari veri ovunque, il link al menu sulla scheda Google; due righe di risposta alle recensioni nuove.

3

Sito rifatto mobile-first, con dati strutturati

Così Google e gli assistenti AI rispondono con la vostra versione dei fatti, non con quella degli aggregatori.

SE NON FATE NIENTE

Nessun crollo: un logorio. Gli aggregatori continuano a scrivere la vostra risposta; le chiamate perse del sabato restano perse; i turisti di stagione si arrangiano; e chi vi cerca oggi trova recensioni in evidenza del 2018-2022. Il buono che avete resta invisibile a chi non vi conosce già.

2

IL PIANO, COI PREZZI

Cosa conviene fare, in ordine

Un piano solo, in ordine di convenienza: per ogni voce il lavoro (S ore, M giorni, L un progetto), il costo da listino, e come si controlla che sia stata fatta davvero, da me o da chiunque altro. Questo report vale anche come capitolato.

IL PIANO, IN UNA TAVOLA

COSA	QUANTO	COSTO	FATTO QUANDO
1. Allineare nome, orari e telefono su tutte le schede: Google, directory, TripAdvisor: un nome solo, gli orari veri, entrambi i numeri. Correggere l'intestazione della directory dal nominativo personale al marchio.	S	in autonomia, o dentro la Cura mensile	cercando l'attività, su ogni scheda compare lo stesso nome e gli stessi orari del sito.
2. Scheda Google curata, menu in testo, link a TripAdvisor corretto: Foto recenti e orari giusti sulla scheda, due righe di risposta alle recensioni nuove; menu e prezzi scritti, non fotografati; e il link che oggi apre una ricerca punti al vostro profilo.	S	in autonomia	la scheda è aggiornata e risponde, menu e prezzi si leggono come testo da un telefono, il link apre il profilo.
3. Correggere la cache dell'HTML: Da circa 437 giorni a qualche minuto, così gli aggiornamenti arrivano davvero a chi ha già visitato il sito.	S	a preventivo	cambiata una riga del sito, un telefono che l'aveva già visitato la vede entro pochi minuti.
4. Rifacimento del sito: Mobile-first, menu e prezzi in testo, dati strutturati inclusi: la base perché Google e gli assistenti AI rispondano con la vostra versione.	L	Sito Yaveno, da 1.290 €	il sito si apre in fretta da telefono, menu e prezzi sono testo, e il test dei risultati avanzati di Google trova i dati strutturati.
5. Farsi trovare dagli assistenti AI: Dati strutturati e fatti citabili sul sito proprio, così le risposte generate usano la vostra versione e non solo quella degli aggregatori.	M	390 €	i dati strutturati validano senza errori e i file per i sistemi AI sono raggiungibili sul vostro dominio.

COSA	QUANTO	COSTO	FATTO QUANDO
6. Pagina menu multilingua con QR: Menu in testo con allergeni, QR al banco e sull'asporto, link nella risposta automatica WhatsApp. Inglese incluso: i turisti di stagione ci sono.	M	a preventivo	il QR stampato, inquadrato con un telefono qualsiasi, apre il menu in testo con gli allergeni, anche in inglese.
7. Canale ordini più ordinato: WhatsApp Business con risposta automatica che dia menu e orari; viste le domande ripetitive, si può valutare un assistente per le domande frequenti.	M	modulo prenotazioni e contatti 290 € • assistente per le domande frequenti 490 €	chi scrive fuori orario riceve subito menu e orari, e una richiesta di prova arriva a destinazione.
8. Gestione continuativa: Aggiornamenti di menu, orari e stagionalità senza dipendere da nessuno, con un controllo mensile.	—	Cura, da 69 €/mese	ogni mese arriva il report che dice cosa è stato controllato e quale aggiornamento è stato fatto.

Le voci indicate «in autonomia» sono realizzabili da voi senza incarico: sono nel documento perché l'audit serve a decidere, non a vendere. I passi, uno per uno, sono nel foglio in fondo al report.

Le cifre sono indicative. Preventivo e contratto di prestazione d'opera su misura.

COME SI PROSEGUE

1 Call di restituzione, 45-60 minuti

Si ripercorre il report insieme, si risponde alle domande e si concordano le priorità, a partire dal vostro obiettivo dei prossimi dodici mesi.

2 Se si prosegue con il sito

Il 50% di quanto avete pagato per l'audit viene accreditato sul sito, a condizione che l'incarico sia accettato entro 60 giorni dalla consegna di questo report.

Decorso il termine dei 60 giorni l'accredito decade e l'audit resta una prestazione autonoma, completa e non rimborsabile. L'accredito vale solo sul sito, non sulla Cura e non sui moduli, e non è cumulabile né cedibile.

CONSEGNA DEL REPORT

QUANDO NE PARLIAMO

Analisi condotta su dati pubblici dell'attività, con strumenti AI usati internamente e verifica di qualità da parte di un referente umano. Nessun dato personale di terzi; recensioni citate solo in forma aggregata. Le fotografie di visibilità (motori di ricerca, assistenti AI) sono istantanee alle date indicate: descrivono lo stato osservato, non promettono posizioni né risultati.

3

COME VI SI VEDE DA FUORI

Come vi vede chi vi cerca

Come appare la pizzeria a un cliente che la cerca, il 3 luglio 2026.

4,5

media Google su ~171 recensioni, letta il
3/7/2026

La reputazione è il vostro punto di forza

Google 4,5 su 5 con circa 171 recensioni; TripAdvisor 4,6 su 5 con 43 recensioni, scheda reclamata, tra i primi cinque ristoranti del paese (il ranking oscilla). Facebook 4,9. I clienti parlano bene di voi, ovunque.

Il sito ufficiale però racconta un'attività ferma

Una pagina unica, solo in italiano, con recensioni in evidenza del 2018-2022 e il listino dentro due immagini che né Google né gli assistenti AI possono leggere. I numeri, più avanti, nella sezione sul sito.

3 nomi

grafie diverse della stessa attività trovate
su sito e directory

A seconda di dove si guarda, l'attività ha nomi e orari diversi

Tre grafie del nome tra sito e directory; su una directory la scheda è intestata al nominativo personale del titolare invece che al marchio, con orari diversi da quelli del sito. Solo l'indirizzo è coerente ovunque. La tavola qui sotto mette le fonti una accanto all'altra.

LA TAVOLA DI COERENZA: TRE NOMI E DUE ORARI DIVERSI

FONTE	NOME DELL'ATTIVITÀ	ORARI DICHIARATI
Sito ufficiale	grafia 1, tutto attaccato	lun-ven e dom 16-22 • sab 12-22
TripAdvisor (reclamata)	grafia 1 in maiuscolo	«aperto fino alle 22»
Directory nazionale	intestata al nominativo del titolare, non al marchio	lun-ven 15:45-22 • sab 11:30-22
Altri portali	grafia 2, staccata	non verificato

Osservazioni del 3/7/2026. Solo l'indirizzo è coerente ovunque. Chi trova 15:45 su una directory e 16:00 sul sito non sa a chi credere. E Google, vedendo dati discordanti, si fida meno della scheda. Allineare tutto è lavoro di ore, senza sito nuovo.

I SOCIAL, DA FUORI

Guardati a occhio, da fuori, senza entrare in nessun account: Instagram, Facebook e TikTok non lo permettono e le loro regole lo vietano. Guardo se ci siete e come, non giudico quello che pubblicate.

COSA SI VEDE DA FUORI

COSA	ESITO OSSERVATO
L'account si trova cercando il nome?	Facebook e Instagram sì, entrambi fra le fonti che un assistente AI consulta. TikTok: nessun profilo.
Data dell'ultimo post e link in bio	Da fuori non si vedono: contenuti dietro accesso. Sono domande del questionario di avvio.
Dal sito si arriva ai profili?	Sì, anzi è il contrario: il sito è costruito attorno a Facebook.
Esiste contenuto solo lì?	Sì: il listino del sito è fatto di due immagini prese da Facebook.

Quello che si vede da fuori è poco, e va detto

La data dell'ultimo post è la misura che pesa più di tutte: un profilo fermo a otto mesi fa dice «chiuso» a chi lo apre. Dall'esterno non è leggibile e non mi invento quello che non ho visto: è per questo che sta fra le domande del questionario di avvio, dove la risposta la date voi in dieci secondi. Il 14/8, intanto, l'assistente AI ha aperto proprio la pagina del listino, quella con le due immagini da Facebook, fra le sue fonti, e non ne ha riportato un solo prezzo.

E qui si chiude il cerchio con la sezione sugli assistenti AI: tutto quello che scrivete su Instagram e Facebook è invisibile a Google e ai sistemi che generano risposte. Non è indicizzato come contenuto vostro, non è citabile, non finisce in una risposta generata. Un'attività che ha messo anni di lavoro sui social, dal punto di vista di un assistente AI, è un'attività senza informazioni.

I clienti vi promuovono, ma la vostra vetrina digitale non vi rappresenta e i vostri dati di base, cioè nome, orari e telefono, non sono sotto il vostro controllo.

4

IL VOSTRO SITO

Il vostro sito, con i numeri in mano

Tutte le osservazioni sono del 3 luglio 2026, su dati pubblici. È una ricognizione, non un test di sicurezza approfondito.

61,7 KB

peso dell'HTML della home, misurato il
3/7/2026

Sito fermo e costruito attorno a Facebook

Il sito ufficiale è una pagina unica, solo in italiano, con struttura datata: «eventi» e «recensioni» sono copie di post Facebook, e la pagina del listino contiene solo due immagini, senza testo né prezzi.

Come lo sappiamo: HTML della home 61,7 KB; navigazione di soli collegamenti interni più il link a Facebook; pagina del listino 30,6 KB, due immagini, zero testo di menu; recensioni in evidenza 2018-2022.

Cosa comporta: Chi cerca «pizzeria del paese menu», o lo chiede a un assistente AI, non trova prezzi né menu, perché sono dentro immagini. Il sito dà l'impressione di un'attività ferma da anni, mentre l'attività è viva.

437 gg

durata della cache dichiarata sull'HTML
della home, 3/7/2026

Aggiornamenti che rischiano di non arrivare mai ai clienti abituali

La home viene servita con un'istruzione di cache di circa 437 giorni sull'HTML.

Come lo sappiamo: Intestazioni HTTP: Cache-Control max-age=37739520, public, con scadenza dichiarata a 13 mesi.

Cosa comporta: Se domani cambiate orari o telefono, un cliente abituale può continuare a vedere la versione vecchia per mesi.

O

blocchi di dati strutturati schema.org
trovati nella home

Leggibile dalle persone, invisibile ai sistemi che leggono i dati

Titolo, descrizione e impostazione mobile ci sono; il certificato è valido. Ma i dati strutturati (schema.org) mancano del tutto: orari, indirizzo e menu non esistono in un formato leggibile dalle macchine, e le lingue alternative non sono dichiarate.

Come lo sappiamo: Ispezione dell'HTML della home: zero occorrenze di schema.org, zero indicazioni hreflang.

Cosa comporta: Google capisce che c'è una pizzeria in paese, ma non può estrarre in modo affidabile orari, menu e prezzi; lo stesso vale per gli assistenti AI. È il motivo di quello che leggete più avanti, su come vi raccontano.

4,9 MB

peso scaricato per aprire la home da
telefono; nella stessa misura, 6,7 s alla
parte più grande (12/8/2026)

Sette secondi e cinque megabyte per aprirla da telefono

Su un telefono di fascia media con rete 4G, la home impiega 6,7 secondi a mostrare la sua parte più grande e fa scaricare 4,9 MB in 63 richieste. Il testo pesa 61,7 KB: tutto il resto sono immagini non ottimizzate. Chi cerca da fuori, in piedi, in sette secondi ha già chiuso.

Come lo sappiamo: misura del 12 agosto 2026 su telefono emulato (412×839, densità 3×), rete 4G, processore rallentato di 4 volte; byte davvero transitati, compressione inclusa.



Voi siete qui • la mediana di 35 ristoranti misurati è 4 MB.

Google e TripAdvisor: patrimonio di recensioni, presidio saltuario

Google 4,5 su circa 171 recensioni; TripAdvisor reclamata, 4,6 su 43, ma nessuna risposta della direzione visibile, e le recensioni in evidenza sulla versione inglese risalgono al 2018. Dal questionario di avvio: presidio «ogni tanto, senza metodo».

Cosa comporta: La reputazione lavora già per voi. Rispondere alle recensioni, anche solo alle nuove, è un segnale di cura a costo zero che oggi manca.

5

COME VI RACCONTANO LE AI**Come vi raccontano gli assistenti AI**

Ho chiesto a un assistente AI con la ricerca web attiva le tre domande che farebbe un cliente, e guardato da dove prende la risposta.

Da dove vengono questi dati: le tre domande qui sotto sono state poste il 14 agosto 2026, così come sono scritte, a un assistente AI che cerca sul web mentre risponde. È un assistente, non tutti, e le risposte cambiano nel tempo: questa è la fotografia di quel giorno.

LE DOMANDE POSTE, E DA DOVE ARRIVA LA RISPOSTA

DOMANDA POSTA	COMPARITE?	DA DOVE PRENDE LA RISPOSTA
«Qual è la migliore pizzeria a [paese]?»	Sì, per primi	Nove fonti su dieci sono directory e portali di terzi; il vostro sito compare una volta sola
«Cosa mi sai dire di [nome]? Orari, indirizzo, come si ordina»	Sì, con i fatti giusti	Il vostro sito due volte, la pagina Facebook e il profilo Instagram una; le altre sei sono directory
«Dove conviene ordinare una pizza a [paese] e perché?»	Sì, con un concorrente	La descrizione e il voto citati vengono da un portale di recensioni, non da voi

Trenta fonti in tutto fra le tre risposte: sei sono vostre (sito, Facebook, Instagram) e ventiquattro sono di terzi. Per le attività con clientela straniera le stesse domande si pongono anche in inglese: qui non è stato fatto perché il servizio è quasi tutto di paese, e lo dico.

3 su 3

domande in cui l'attività compare nella risposta (14/8/2026)

La buona notizia: comparite in tutte e tre le domande

Anche in quella di scoperta, dove nessuno vi sta cercando per nome, l'assistente vi nomina per primo. Non siete invisibili: questo è il punto di partenza, ed è migliore di quanto sembrasse a giugno.

24 su 30

fonti di terzi sul totale delle fonti citate nelle tre risposte (14/8/2026)

Ma la risposta la costruiscono gli altri

Su trenta fonti consultate in tutto, ventiquattro sono directory e portali di recensioni. Il vostro sito c'è, ma è una voce di minoranza in una risposta scritta con i dati di qualcun altro.

Come lo sappiamo: conteggio delle fonti citate dall'assistente nelle tre risposte del 14/8/2026.

Cosa comporta: Quando il portale sbaglia un orario o usa un nome diverso dal vostro, l'errore diventa la risposta che il cliente legge. Non potete correggerlo: potete solo dare all'assistente una fonte migliore da citare, che è il vostro sito.

Il vostro nome si spezza, e i numeri citati non sono i vostri

Nelle tre risposte l'attività compare con due grafie diverse, e una directory la elenca sotto il nominativo del titolare invece che sotto il marchio: l'assistente non sa con certezza che sta parlando sempre di voi. E alla domanda di confronto cita un voto e un numero di recensioni presi da un portale di terzi, non le vostre recensioni Google: il patrimonio migliore raccontato con la contabilità di qualcun altro.

Un confronto che vale la pena fare: a giugno la stessa domanda, verificata per via indiretta, dava un quadro peggiore di quello di oggi. Il vostro sito è rimasto uguale: a cambiare è stato l'assistente. È esattamente per questo che qui si parla di fotografia e non di posizione: descrivo lo stato osservato in una data, propongo azioni, e non prometto risultati.

6

COME LAVORATE OGGI

Dove si perdono tempo e ordini

Da quello che mi avete raccontato voi: le 14 domande di avvio, compilate insieme, e la chiacchierata al telefono.

Telefono e banco saturi, e nessuna rete fuori orario

Gli ordini arrivano per telefono e al banco, e rispondono i titolari mentre lavorano; il sabato sera si perdono «parecchie» richieste, e «sempre le stesse domande» su orari, gusti e tempi arrivano proprio nei picchi, perché menu e prezzi non si leggono da smartphone. Fuori orario, zero strumenti: niente WhatsApp Business, nessuna risposta automatica. In un asporto, chi trova occupato ordina altrove: è la perdita più diretta di tutto l'audit.

Recensioni: si incassano ma non si coltivano

Non sono mai state chieste ai clienti: le circa 171 di Google e le 43 di TripAdvisor sono tutte spontanee. È un segnale di qualità reale, e anche un margine facile, con un biglietto o un link sulla scatola d'asporto.

Clientela turistica di stagione non intercettata

Turisti che parlano inglese e tedesco, dalle ville e dagli agriturismi della zona, oggi «si arrangiano»: una versione inglese del menu è un'opportunità concreta.

Punto di forza: consegna propria, zero commissioni

Nessuna piattaforma di mezzo, nessuna dipendenza da riscattare, ma oggi il sito non lo dice. Ogni ordine diretto in più è margine pieno.

Cosa probabilmente NON serve, per onestà: un negozio online completo con pagamenti, un'applicazione propria, campagne pubblicitarie a pagamento. Per l'asporto di paese la conversione resta telefono più WhatsApp più menu leggibile più indicazioni stradali.

7

DA SOLI, GRATIS

Cinque cose da fare da soli, gratis

Questa pagina si stacca ed è vostra: cinque interventi che potete fare senza pagare nessuno, me compreso, coi passi scritti e il tempo che ci vuole davvero. Se vi fermate qui, l'audit vi è servito lo stesso.

1 Un nome solo, ovunque

Decidete la grafia ufficiale e correggetela dove è diversa: directory nazionale (chiedendo la rettifica dell'intestazione al marchio), TripAdvisor, gli altri portali. E gli orari veri del sito, dappertutto.

Tempo: **un'ora, più l'attesa delle rettifiche**

2 La scheda Google, curata

Tre foto recenti scattate bene col telefono, orari verificati, link al sito. Poi due righe di risposta alle recensioni nuove, ogni settimana.

Tempo: **un pomeriggio la prima volta, dieci minuti a settimana**

3 Il link a TripAdvisor, corretto

Oggi apre una pagina di ricerca: va sostituito con l'indirizzo diretto del profilo, copiato dalla barra del browser aprendo la vostra scheda.

Tempo: **dieci minuti, per chi mette mano al sito**

4 Menu e prezzi in testo, subito

Anche prima del sito nuovo: una pagina, o un post fissato, con il menu scritto, non fotografato. È l'informazione che vi chiedono più spesso al telefono.

Tempo: **un'ora**

5 Il biglietto delle recensioni

Un biglietto o un QR sulla scatola d'asporto che porta alla scheda Google, con una riga gentile. Le vostre sono arrivate tutte da sole: chiederle è il margine più facile che avete.

Tempo: **mezza giornata tra stampa e prova**

8

OGNI NUMERO SI RICONTROLLA

Ogni numero di questo report si ricontrolla

Nessuna misura va creduta sulla parola: qui c'è come rifarvi ognuna da soli, con strumenti gratuiti. Se un numero non vi torna, ditemelo: la misura si rifà, insieme.

LE MISURE, E COME RIFARLE

COSA	STRUMENTO	QUANDO	COME RICONTROLLARLA DA SOLI
Peso e attesa della home (4,9 MB • 6,7 s)	telefono emulato, rete 4G	12/8/2026	Aprirete PageSpeed Insights di Google, incollate l'indirizzo della home: peso e tempi si leggono lì, gratis, in un minuto.
Cache dell'HTML (437 giorni)	intestazioni HTTP della home	3/7/2026	Chiedete a chiunque metta mano al sito di leggersi la riga Cache-Control della home: il numero dei secondi è scritto lì.
Dati strutturati assenti (0)	ispezione dell'HTML	3/7/2026	Test dei risultati avanzati di Google: si incolla l'indirizzo e la risposta arriva subito.
Tre grafie del nome, due orari	ricerca su Google e directory	3/7/2026	Cercate il nome della pizzeria e confrontate nome e orari sulle prime cinque schede che escono: la tavola di coerenza si rifà così.
Le risposte degli assistenti AI (3 su 3 • 24 fonti su 30)	assistente AI con ricerca web attiva	14/8/2026	Ponete le tre domande scritte nella sezione dedicata, identiche, a un assistente con la ricerca attiva, e contate le fonti che cita. Le risposte cambiano nel tempo: è normale, ed è scritto anche lì.