

Report di diagnosi digitale

Esempio realizzato per — Bottega Rossi, negozio di arredamento e complementi d'arredo

Preparato da: Elia Graphic Studio
Data analisi: Ottobre 2026
Area: Meldola · Forlì-Cesena · Romagna
Tipo documento: Esempio dimostrativo

4/10 Presenza Online	3/10 Identità Visiva	2/10 SEO	5/10 Social Media	0/10 Velocità Sito
-------------------------	-------------------------	-------------	----------------------	-----------------------

PUNTEGGIO COMPLESSIVO: 2.8 / 10

Presenza online

Bottega Rossi è presente su Instagram e Google Maps, ma non dispone di un sito web proprio. I clienti che cercano il negozio online trovano solo il profilo social, senza un punto di contatto chiaro per orari, catalogo prodotti e indicazioni stradali. L'assenza di un sito rende impossibile comparire nei risultati di Google per ricerche come «mobili meldola» o «arredamento forlì».

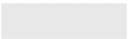
Canale	Stato	Punteggio	Note critiche
Sito web	Assente	0/10	Dipendenza totale dai social, nessuna landing propria
Instagram	Attivo	6/10	Foto buone, frequenza irregolare, no bio link strutturato
Facebook	Inattivo	1/10	Pagina creata ma ferma a 14 mesi fa
Google Business	Parziale	3/10	Scheda non verificata, orari mancanti, 0 post
WhatsApp Business	Non attivo	0/10	Nessun catalogo, nessun messaggio automatico
Recensioni online	Scarse	2/10	Solo 3 recensioni Google, nessuna risposta
Newsletter / email	Assente	0/10	Nessun database contatti digitale



Analisi cromatica del brand

I colori comunicano prima delle parole. In questo momento Bottega Rossi utilizza almeno quattro combinazioni cromatiche diverse tra insegna, logo, social e materiali stampati: questo genera confusione e riduce la riconoscibilità. Un brand coerente usa al massimo 3-4 colori, sempre gli stessi, su ogni punto di contatto.

Colori attualmente in uso

					
#2E5339	#C9972E	#1B3A6B	#E8E8E8	#B22222	#000000
Verde logo	Oro logo	Blu insegna	Grigio social	Rosso volantini	Nero stampati

Punto di contatto	Colore primario	Colore secondario	Coerente?
Logo	Verde bosco	Oro caldo	Base di partenza
Insegna fisica	Blu scuro	Bianco	✗ Diverso dal logo
Profilo Instagram	Verde + oro	Grigio chiaro	✓ Parzialmente
Biglietti da visita	Nero	Rosso	✗ Completamente diverso
Volantini promo	Rosso	Bianco	✗ Nessun legame col brand
Buste / packaging	Marrone kraft	Nessuno	✗ Non brandizzato

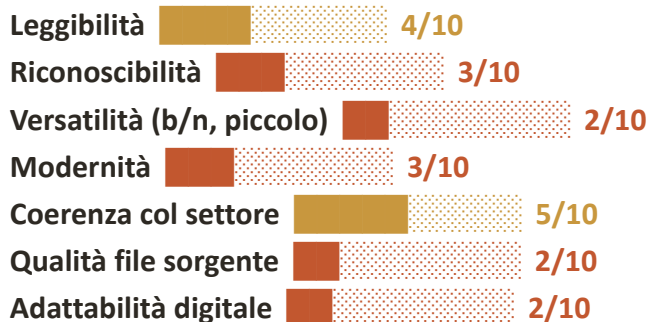
Palette raccomandata (unificata)

			
#2E5339	#C9972E	#F5F0E8	#1C1F26
Primario	Accento	Sfondo	Testo

Consiglio: partire dai colori del logo (verde e oro), declinarli su tutti i materiali e sostituire blu, rosso e nero con il verde primario e il testo scuro #1C1F26.

Logo e marchio

Il logo è il punto di partenza del brand. Quello di Bottega Rossi ha una base discreta ma presenta limiti tecnici che ne riducono la versatilità e l'impatto, soprattutto in formato digitale (social, favicon, WhatsApp).



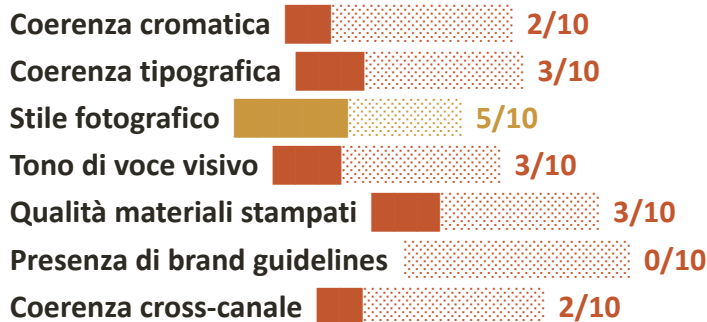
Criticità rilevate

- ▶ Il logo perde leggibilità sotto i 30 mm: i dettagli decorativi scompaiono
- ▶ Non esiste una versione monocromatica (bianco o nero): inutilizzabile su sfondi scuri
- ▶ Il file sorgente disponibile è solo un JPEG a bassa risoluzione, non un vettoriale
- ▶ Il logo non ha una versione compatta (icona) per social e favicon
- ▶ La combinazione font decorativo + dettagli fini rende difficile la stampa su piccoli formati

Test di versatilità	Risultato	Azione necessaria
Riduzione a 20 mm	Illeggibile	Serve versione semplificata
Stampa su sfondo scuro	Non possibile	Creare variante bianca/chiera
Favicon / icona social	Non adatto	Creare pittogramma derivato
Stampa su tessuto / ricamo	Troppi dettagli	Versione con meno tratti

Identità visiva complessiva

L'identità visiva è l'insieme di logo, colori, tipografia, stile fotografico e tono grafico che un brand utilizza su ogni punto di contatto. Per Bottega Rossi, questi elementi non seguono una linea coerente: ognuno vive per conto suo.



Audit tipografia

Supporto	Font in uso	Famiglia	Problema
Logo	Serif decorativo	Sconosciuto	Non identificabile, non riproducibile
Insegna	Sans-serif bold	Arial?	Generico, nessun carattere distintivo
Post Instagram	Serif (logo) + sistema	Misto	Due famiglie diverse nello stesso post
Volantini	Sans-serif	Calibri	Font da ufficio, non da brand

Stile fotografico

Aspetto	Situazione attuale	Consiglio
Inquadratura	Mista, senza schema	Adottare 2-3 angolazioni ricorrenti
Luce	Naturale ma non costante	Scattare sempre con luce naturale laterale
Sfondo	Variabile (negozi, esterno)	Usare sfondo neutro per i prodotti
Post-produzione	Nessun filtro coerente	Applicare preset colore unico
Formato	Quadrato Instagram	Aggiungere formato verticale per Stories

Velocità del sito web

Il sito web non esiste. Non è possibile misurare Core Web Vitals, tempi di caricamento o performance mobile perché Bottega Rossi non ha un sito web. Questo è il problema più grave: un negozio senza sito è invisibile su Google Search.

Cosa si perde senza un sito

- ✘ Il 92% dei consumatori cerca online prima di visitare un negozio fisico
- ✘ Google My Business senza sito collegato perde il 40% di clic in più
- ✘ Le inserzioni social senza landing page hanno tassi di conversione 3-5x inferiori
- ✘ I concorrenti con sito catturano tutto il traffico «mobili + città»
- ✘ Impossibile fare remarketing, raccogliere email o mostrare il catalogo completo

Riferimento: Core Web Vitals (obiettivo per il futuro sito)

Metrica	Cosa misura	Soglia buona	Soglia scarsa
LCP	Caricamento contenuto principale	≤ 2.5 s	> 4.0 s
INP	Reattività alle interazioni	≤ 200 ms	> 500 ms
CLS	Stabilità visiva del layout	≤ 0.1	> 0.25
FCP	Primo contenuto visibile	≤ 1.8 s	> 3.0 s
TTFB	Risposta del server	≤ 800 ms	> 1800 ms

Ottimizzazione per i motori di ricerca

Senza un sito web, la SEO tradizionale (on-page, contenuti, link) è impossibile. L'unica presenza su Google è la scheda Google Business Profile, che però non è stata verificata e presenta informazioni incomplete.

Keyword locali con domanda reale (non intercettate)

Keyword	Vol. mensile stimato	Difficoltà	Intercettata?
arredamento meldola	90-140	Bassa	✗ No
negozio mobili forlì	260-400	Media	✗ No
complementi arredo romagna	40-70	Bassa	✗ No
mobili su misura cesena	70-110	Media	✗ No
arredamento forlì cesena	170-260	Media	✗ No

Google Business Profile — audit

Elemento	Stato	Impatto	Azione
Verifica proprietà	✗ Non verificata	Alto	Verificare via cartolina/telefono
Categoria principale	Generica	Alto	Scegliere 'Negozio di arredamento'
Orari di apertura	Mancanti	Alto	Inserire tutti i giorni
Foto aggiornate	Solo 2	Medio	Caricare 15-20 foto del negozio
Descrizione attività	Assente	Medio	Scrivere 250 parole con keyword
Post Google	Mai usati	Medio	1 post / settimana con offerte
Link al sito	N/A (no sito)	Alto	Aggiungere appena il sito esiste
Servizi / prodotti	Non elencati	Medio	Elencare categorie principali
Recensioni	3, senza risposta	Alto	Rispondere a tutte + chiederne di nuove
Attributi	Non compilati	Basso	Aggiungere (es. parcheggio, accessibilità)
Domande e risposte	Vuoto	Basso	Inserire 5 FAQ pre-compilate

Analisi dei canali social

Instagram è l'unico canale social realmente attivo di Bottega Rossi. Facebook è fermo da oltre un anno. Non esistono profili su TikTok, Pinterest (rilevante per arredamento) o LinkedIn. L'analisi si concentra su Instagram, l'unica piattaforma con dati.

Instagram — audit dettagliato

Metrica	Valore attuale	Benchmark settore	Giudizio
Follower	~380	800-1.500 (locale)	Sotto media
Frequenza post	2-3 / mese	3-4 / settimana	Molto bassa
Engagement rate	~1.8%	3-5%	Sotto media
Uso Stories	Raro	4-5 / settimana	Quasi assente
Uso Reels	Mai	2-3 / settimana	Assente
Bio strutturata	Solo nome	Nome + CTA + link	Incompleta
Link in bio	Nessuno	Linktree / sito	Assente
Hashtag strategy	Generici	Mix locale + settore	Da rivedere
Highlight Stories	Non usati	5-7 categorie	Assente
Orario pubblicazione	Casuale	18-21 o 12-14	Non ottimizzato

Contenuti — punti di forza e criticità

Punti di forza	Punti di debolezza
✓ Foto prodotto di buona qualità ✓ Ambienti reali, non stock ✓ Tono autentico e personale	✗ Nessun piano editoriale ✗ No Reels (penalizzazione algoritmo) ✗ Caption brevi senza CTA ✗ Nessuna interazione nei commenti ✗ Zero contenuti educativi / ispirazionali

Piano editoriale settimanale consigliato

Giorno	Formato	Tipo contenuto	Esempio
Lunedì	Post carosello	Prodotto della settimana	3 foto + prezzo + CTA WhatsApp
Mercoledì	Reel 15-30s	Behind the scenes / consegna	Time-lapse allestimento
Venerdì	Story (3-5 slide)	Ispirazione / prima-dopo	Camera styling + sondaggio
Sabato	Post singolo	Testimonianza / recensione	Foto cliente + citazione

Confronto con i competitor locali

Per capire dove si posiziona Bottega Rossi, confrontiamo 10 dimensioni chiave con tre competitor reali della zona. I nomi sono fittizi per questo esempio dimostrativo, ma in un report reale sarebbero i veri concorrenti del cliente.

Dimensione	Bottega Rossi	Competitor A	Competitor B	Competitor C
Sito web	✗ No	✓ Sì (base)	✓ Sì (e-commerce)	✗ No
Instagram follower	380	1.200	2.800	150
Google rating	4.2 (3 rec.)	4.5 (47 rec.)	4.1 (89 rec.)	3.8 (8 rec.)
Frequenza post	2-3/mese	3/settimana	5/settimana	1/mese
Reels / video	No	Sì (base)	Sì (pro)	No
Google Ads	No	Sì	Sì	No
Newsletter	No	Sì (mensile)	Sì (settimanale)	No
Brand coerenza	★★	★★★	★★★★★	★
Catalogo online	No	PDF scaricabile	E-commerce completo	No
Prenotazione online	No	WhatsApp	Form sul sito	No

Bottega Rossi si posiziona tra il competitor C (quasi assente online) e il competitor A. Il divario maggiore è con il competitor B, che ha investito in un e-commerce completo e una strategia social strutturata. Il vantaggio competitivo di Bottega Rossi è la qualità del prodotto e il rapporto personale col cliente: serve portare questo valore online.

Quadro riassuntivo

Punti di forza	Punti di debolezza
✓ Prodotto di qualità riconosciuta ✓ Buona qualità fotografica ✓ Posizione fisica centrale ✓ Passaparola locale forte ✓ Tono di voce autentico sui social ✓ Potenziale di crescita enorme (partenza bassa) ✓ Nessun competitor locale con presenza digitale forte	✗ Nessun sito web (invisibile su Google) ✗ Palette colori incoerente su ogni canale ✗ Logo non versatile (no vettoriale, no versione chiara) ✗ Google Business non verificato ✗ Nessuna strategia di raccolta recensioni ✗ Social: solo Instagram, frequenza bassissima ✗ Zero contenuti video (Reels, TikTok) ✗ Nessun piano editoriale o calendario contenuti ✗ Nessuna email list o newsletter

Punteggio complessivo: 2.8 / 10

Urgenza intervento: **Alta**

Potenziale di crescita: **Molto alto**

10 · ROADMAP

Raccomandazioni operative

Sette azioni concrete, in ordine di priorità. Ogni intervento è indipendente ma i risultati migliori arrivano seguendo l'ordine: le fondamenta (identità + sito) prima, poi la crescita (social + recensioni).

1. Ridefinire la palette e la tipografia

Fissare 3-4 colori e 2 font da usare ovunque. Costa poco, cambia tutto: ogni materiale diventa subito riconoscibile.

🕒 1 settimana · € 150-300 €

2. Creare il sito web vetrina

Una pagina essenziale con chi siamo, prodotti principali, orari, mappa e contatto WhatsApp. Non serve un e-commerce: serve esistere su Google.

🕒 1-2 settimane · € 400-800 €

3. Verificare e completare Google Business Profile

Verificare la proprietà, aggiornare orari, aggiungere 20 foto, scrivere la descrizione con le keyword locali. Gratuito, impatto immediato.

🕒 1-2 giorni · € Gratuito

4. Rendere il logo versatile

Partendo dal logo esistente, creare versione vettoriale, versione monocromatica (bianca/nera) e versione icona per social/favicon.

🕒 3-5 giorni · € 100-250 €

5. Attivare una routine di recensioni

Chiedere una recensione Google dopo ogni acquisto importante (QR code alla cassa, messaggio WhatsApp post-vendita). Rispondere a tutte le recensioni, anche quelle vecchie.

🕒 Continuo · € Gratuito

6. Strutturare il piano editoriale Instagram

Passare da 2-3 post al mese a 3-4 alla settimana con il calendario suggerito. Iniziare i Reels: anche girati col telefono, l'algoritmo li premia.

🕒 1 settimana setup · € Gratuito (tempo)

7. Preparare un catalogo digitale

Fotografare i 20-30 prodotti principali con scheda (nome, misure, prezzo indicativo) e renderli disponibili su WhatsApp Business e sul sito.

🕒 2-3 settimane · € 200-400 €

11 · PROSSIMI PASSI

Come procedere

Vuoi un report come questo per la tua attività?

In 2-3 giorni lavorativi ricevi un'analisi completa della tua presenza digitale, con punteggi, confronto con i concorrenti e un piano d'azione concreto. Tutto personalizzato sulla tua attività e sulla tua zona.

Scrivimi su WhatsApp al **378 405 6325**