



GUIDA PRATICA MIRT

Il tuo negozio esiste per l'AI?

La checklist in 20 punti e il test dei tre assistenti per farti consigliare quando il cliente chiede all'AI dove comprare.

Gratuito · da usare e condividere

Il cliente non cerca più come prima

Quando un cliente chiede a un assistente AI “dove trovo un ottico vicino a Porta Venezia aperto il sabato?”, la risposta nomina due o tre negozi, non dieci. L’assistente la compone leggendo la scheda Google, il sito, le recensioni e gli articoli che parlano di te.

Se quelle informazioni sono vaghe o vecchie, consiglierà qualcun altro. Il negozio specializzato ha la competenza che serve per una buona risposta, ma spesso non la scrive da nessuna parte.

-15%

scoperta dei prodotti con la ricerca tradizionale in Italia, in meno di un anno (Salesforce, 2026)

+38%

scoperta attraverso nuovi canali come gli assistenti AI, nello stesso periodo (Salesforce, 2026)

34%

degli italiani ha usato un assistente AI per fare acquisti nell’ultimo anno; 52% nella Gen Z (Adyen, 2026)

12%

degli acquirenti chiede consiglio a un assistente AI direttamente in corsia (Salesforce, 2026)

Un’ora oggi, dieci minuti al mese

Spunta i 20 punti della checklist: quelli vuoti sono il tuo piano di lavoro. Poi fai il test dei tre assistenti e ripetilo ogni mese. Quasi tutto è gratuito e non richiede competenze tecniche.

Scheda Google e sito

La scheda Google

- ☐ La categoria principale è precisa ("ottico", "profumeria artistica", "ferramenta"), non generica.
- ☐ Ho aggiunto le categorie secondarie che descrivono cos'altro faccio.
- ☐ Gli orari sono giusti, compresi festivi e dicembre.
- ☐ Ci sono foto recenti di vetrina, interno, prodotti e persone.
- ☐ La descrizione dice servizi, marchi trattati e quartiere.
- ☐ Rispondo alle domande che i clienti fanno nella sezione "Domande e risposte".

Il sito

- ☐ Ho una pagina che elenca servizi, marchi e specialità.
- ☐ Il quartiere e i punti di riferimento vicini sono scritti per esteso.
- ☐ C'è una sezione con le domande che i clienti mi fanno davvero, con le parole che usano loro.
- ☐ Indirizzo, telefono e orari sono in testo, non solo in un'immagine.
- ☐ I prodotti principali sono online, anche senza e-commerce.

Recensioni e coerenza

Le recensioni

- ☐ Chiedo una recensione ai clienti contenti, di persona o con un messaggio.
- ☐ Rispondo a tutte le recensioni entro pochi giorni, anche a quelle negative.
- ☐ Nelle risposte nomino il servizio ("grazie per aver scelto la nostra regolazione delle montature").
- ☐ Le recensioni recenti sono più di quelle vecchie di un anno.

La coerenza

- ☐ Nome, indirizzo e telefono sono identici su sito, Google, Instagram, Facebook ed elenchi online.
- ☐ Gli orari sono gli stessi su tutti i canali.
- ☐ La bio di Instagram e Facebook dice cosa vendo e dove.
- ☐ Il link del sito funziona da ogni profilo.
- ☐ Con Google Merchant Center mostro i prodotti disponibili in negozio (facoltativo, ma utile).

IL TUO PUNTEGGIO

Quanti punti hai spuntato?

16–20: sei leggibile, ora misura con il test. 10–15: le basi ci sono, completa i punti vuoti questo mese. Meno di 10: parti dalla scheda Google, è la fonte che gli assistenti leggono di più per i negozi.

Chiedi all'AI chi consiglia

Fai queste domande a ChatGPT, a Gemini e alla modalità AI di Google. Sostituisci le parti tra parentesi.

- 01 Dove compro [il tuo prodotto] vicino a [il tuo quartiere], a Milano?
- 02 Qual è il miglior [tipo di negozio] a [quartiere] per [un bisogno preciso, es. lenti progressive]?
- 03 Cosa sai di [nome del tuo negozio] a [città]? Che servizi offre e quali sono gli orari?

Annota i risultati ogni mese

DATA	ASSISTENTE	CHI VIENE CITATO	PERCHÉ (COSA LEGGE)	IO CI SONO?

Sei mosse, quasi tutte gratuite

01 Sistema la scheda Google

Categoria precisa, orari giusti, foto recenti, una descrizione con servizi e marchi.

02 Scrivi la tua competenza

Una pagina del sito con servizi, marchi, specialità, quartiere e le domande dei clienti.

03 Cura le recensioni

Chiedile ai clienti contenti e rispondi a tutte nominando il servizio.

04 Rendi tutto coerente

Stessi nome, indirizzo, telefono e orari su ogni canale.

05 Mostra cosa hai

Metti online i prodotti principali, anche senza vendere online.

06 Fai la prova

Il test dei tre assistenti, una volta al mese.

E L'AI?

Prima il retail, poi l'AI

Le sei mosse non richiedono intelligenza artificiale: sono le basi del negozio, scritte bene. L'AI arriva dopo e fa risparmiare tempo: aiuta a scrivere le descrizioni, a preparare le risposte alle recensioni (che poi una persona controlla) e a tenere d'occhio ogni mese cosa dicono gli assistenti di te e dei concorrenti.

Vuoi capire da dove partire nel tuo negozio?

Prenota la **Diagnosi MiRT**: 30 minuti in videochiamata, gratis. Prima guardiamo il tuo negozio da fuori (scheda Google, recensioni, sito, cosa dicono gli assistenti AI); in chiamata ti indichiamo i tre punti dove l'AI ti fa guadagnare tempo o clienti.

PRENOTA LA DIAGNOSI →

Vuoi tutti i trend? Scrivi **RADAR** sotto un nostro post e ti mandiamo il MiRT Radar 2027: 10 trend del retail specializzato, con la prima mossa per ognuno.

FONTI

1. [Salesforce, State of Commerce, comunicato del 29 luglio 2026](#)
2. [Adyen, ricerca su consumatori e retailer italiani, 8 luglio 2026](#)

Contenuto scritto con l'ausilio dell'AI con la supervisione di Gianluca Falduto.
Milano Retail Tour · info@milanoretailtour.com · +39 02 97376045 · Corso S. Gottardo 18, Milano