

DIGITAL EXPORT AUDIT

Tradurre il sito non basta: la checklist per una presenza digitale che genera contatti esteri

(audit in 5 aree + punteggio + piano di azione prioritario)

Guida pratica - SEO internazionale, AI visibility, marketplace B2B

Costanza Iris Nocchi | International Business Development Consultant

CIN CONSULTANTS

Lead Magnet | Digital Export Audit

Perche questa guida

"Abbiamo tradotto il sito in inglese, abbiamo i social, facciamo qualche post" — e la frase che sento piu spesso da imprenditori convinti di avere una presenza digitale internazionale.

Il problema: il marketing crea visibilita, ma la visibilita non e business development. Un sito tradotto che nessun buyer estero trova nei motori di ricerca, o che non parla la lingua culturale del mercato target, non genera contatti — genera solo costi di hosting in piu lingue.

Questa guida ti da un audit in 5 aree per capire dove sei davvero — e cosa fare per primo.

01 Tradurre non e localizzare

La differenza tra tradurre e localizzare e la differenza tra essere comprensibili ed essere convincenti. Un sito tradotto parola per parola spesso suona innaturale, ignora le aspettative culturali locali (formalita, struttura dell'informazione, prova sociale) e non e ottimizzato per come quel mercato cerca online.

SOLO TRADOTTO	LOCALIZZATO
Stesso layout, stesso copy, solo lingua diversa.	Struttura e tono adattati alle aspettative del mercato locale.
Keyword italiane tradotte letteralmente.	Keyword research nativa per ogni mercato target.
Un sito "globale" uguale per tutti i mercati.	Pagine o sezioni dedicate per mercato prioritario.
Nessuna presenza su piattaforme locali.	Presenza attiva su marketplace B2B e directory di settore.
AI e motori di ricerca non trovano contenuti rilevanti.	Contenuti strutturati per essere trovati e citati dall'AI.

02 I 5 pilastri del digital export

Una presenza digitale che genera contatti esteri si basa su 5 pilastri. Mancarne anche solo uno limita drasticamente i risultati degli altri quattro.

PILASTRO 1 SEO Internazionale

PROBLEMA	SOLUZIONE
Il sito e tradotto ma non indicizzato correttamente per ogni lingua/paese: hreflang assenti, keyword research mai fatta nella lingua locale, contenuti duplicati senza canonical.	Hreflang corretti per ogni versione linguistica, keyword research nativa (non tradotta), URL e meta description specifiche per ogni mercato target.

PILASTRO 2 AI Visibility

PROBLEMA	SOLUZIONE
I motori di ricerca AI (ChatGPT, Perplexity, Gemini) non conoscono l'azienda: nessuna menzione, nessun contenuto strutturato che risponda a domande specifiche del settore.	Contenuti che rispondono a domande reali del buyer (FAQ, guide, case study), dati strutturati (schema.org), presenza in fonti che l'AI cita (directory, articoli di settore).

PILASTRO 3 Marketplace B2B

PROBLEMA	SOLUZIONE
Nessuna presenza su piattaforme dove i buyer di settore cercano fornitori: Europages, Made-in-Italy directories, marketplace verticali di settore.	Profilo attivo e completo su almeno 1-2 marketplace rilevanti per il settore, con prodotti, certificazioni e referenze visibili.

PILASTRO 4 Localizzazione Culturale

PROBLEMA	SOLUZIONE
Stesso messaggio, stesse immagini, stessa struttura per tutti i mercati — ignorando differenze su formalità, prova sociale richiesta, livello di dettaglio tecnico atteso.	Adattamento del tono (formale vs diretto), delle immagini (rappresentatività), e degli elementi di fiducia (certificazioni, referenze, case study locali).

PILASTRO 5 Lead Capture

PROBLEMA	SOLUZIONE
Il sito ha un modulo "contattaci" generico, nessun lead magnet, nessun modo per il buyer di lasciare un contatto prima di essere pronto a comprare.	Lead magnet specifici per fase del funnel (guide, checklist, assessment), form brevi, CTA chiare per ogni pagina chiave.

03 Audit — valuta la tua presenza digitale

Per ogni pilastro, valuta da 1 (assente) a 5 (eccellente) la situazione attuale della tua azienda.

Digital Export Audit — punteggio 1-5 per area	
SEO Internazionale	hreflang, keyword research locale, struttura URL _____
AI Visibility	contenuti che rispondono a domande reali, dati strutturati _____
Marketplace B2B	presenza su almeno 1-2 piattaforme rilevanti per settore _____
Localizzazione Culturale	tono, immagini, elementi di fiducia adattati _____
Lead Capture	lead magnet, form, CTA per fase del funnel



20-25	Presenza digitale solida. Ottimizza i dettagli per aumentare la conversione.
12-19	Buone basi, gap evidenti. Priorita ai pilastri con punteggio piu basso.
6-11	Presenza digitale debole. Rischio: il buyer non ti trova o non si fida.
5 o meno	Presenza quasi assente a livello internazionale. Si parte dalle fondamenta.

04 Da dove iniziare — priorit  pratiche

Non serve rifare tutto subito. L'ordine giusto dipende dai gap, ma questa sequenza funziona per la maggior parte delle PMI italiane:

- Identifica il TUO mercato prioritario (non "il mondo") — focalizza l'audit e gli interventi su quel mercato.
- Fai keyword research nativa per quel mercato — non tradurre le keyword italiane.
- Crea 1 lead magnet specifico per il buyer di quel mercato (in lingua locale).
- Verifica la presenza hreflang e correggi gli errori SEO tecnici di base.
- Attiva un profilo su 1 marketplace B2B rilevante per il settore in quel mercato.

Cinque azioni, non cinquanta. Fatte bene su un mercato, valgono piu di una presenza superficiale su dieci.

Vuoi un audit professionale della tua presenza digitale internazionale?

Prenota una call conoscitiva gratuita — analizziamo insieme la tua situazione attuale e definiamo le 3 priorit  per il mercato che conta davvero.

Prenota una call conoscitiva gratuita — 30 minuti, nessun impegno.

-> www.cinconsultants.com/prendere-rdv

CiN CONSULTANTS

Costanza Iris Nocchi

International Business Development Consultant

20+ anni - 15 mercati - 5 lingue

[**www.cinconsultants.com**](http://www.cinconsultants.com)

[**info@cinconsultants.com**](mailto:info@cinconsultants.com)

Defence - Security - High-Tech - F&B - Design