

SEO BEST PRACTICES

La SEO, in concreto.

BREVE INTRODUZIONE

La SEO

La SEO è costituita da un vasto insieme di best practice la cui **priorità varia molto in base al tipo di progetto.**



Cosa fare?

Nella SEO la risposta a quasi tutte le domande è: **dipende**. Dipende dalla dimensione del progetto, dipende dalla concorrenza e dipende soprattutto dagli **obiettivi**. Inoltre, dipende se si tratta di un progetto nuovo o già esistente.

Progetto SEO: gli steps

Quali sono gli step fondamentali di una pianificazione strategica e operativa?

obiettivi

analisi

progetto

sviluppo

monitor.

+ KW

- PAG

Un progetto SEO di media o grande portata richiede un monitoraggio continuativo delle performance proprie e delle azioni della concorrenza, e richiede una continua ridefinizione della strategia in base ai risultati analizzati. Richiede anche strumenti diversi rispetto a un progetto medio-piccolo o locale, come ad esempio una strategia di link building a supporto delle azioni on-site.



1. QUALI OBIETTIVI?

Dobbiamo definire dove e per cosa vogliamo essere trovati.

Target Geografico

Vogliamo posizionarci a livello locale, nazionale o internazionale?

Se ad esempio vendiamo servizi, è più probabile che vorremo posizionarci a livello locale (es.«parrucchiere a Viterbo»). In questo primo caso

Se vendiamo prodotti, più probabilmente vorremo posizionarci a livello nazionale («crema viso alla bava di lumaca») o internazionale («italian extravirgin olive oil»).

Intento di Ricerca

Vogliamo intercettare le ricerche relative a Keyword transazionali o informativi?

Le Keyword transazionali sono quelle che hanno un search intent rivolto all'azione, all'acquisto; quelle informative cercano una risposta a un dubbio.

Le keyword transazionali sono più idonee alla progettazione di un e-commerce, quelle informative sono utili anche e soprattutto all'aumento dell'affidabilità del brand e a drenare traffico in generale.

2. ANALISI INTERNA ED ESTERNA

Analisi Interna

Quali parole chiave possono supportare la nostra strategia e aiutarci a raggiungere i nostri obiettivi?

Tra quelle individuate, quali parole chiave ci permettono di raggiungere un buon risultato in tempi brevi?

La nostra attività è soggetta a stagionalità in termini di ricerche?

Analisi Esterna

Chi sono i nostri competitor online?

Come sono strutturati i siti che mi restituisce la SERP per le keywords selezionate?

Posso fare meglio di loro?

Quali altri argomenti o keywords trattano i nostri concorrenti



KEYWORDS STRATEGY

In questa fase dobbiamo analizzare e selezionare le parole chiave per il nostro progetto

La Keywords Strategy permette di:

- conoscere parole chiave primarie, secondarie e correlate con cui ottimizzare le varie pagine web esistenti;
- conoscere i volumi medi di ricerca mensili delle suddette keywords;
- conoscere la stagionalità dei vari topic.

Con una Keywords Strategy impostata in modo professionale si può:

- migliorare l'ottimizzazione OnPage delle pagine web esistenti;
- avere a disposizione un set di keywords per lo sviluppo di strategie di Link Building e per lo sviluppo di un piano editoriale.

SEO AUDIT

se il progetto è già esistente o dobbiamo progettare un re-design

Con SEO Audit si fa riferimento a un'attività molto specifica volta a scansionare, revisionare e valutare le prestazioni di un progetto online esclusivamente da un punto di vista SEO.

Si tratterà di un'analisi proattiva dove si vanno ad analizzare tutte le criticità che il sito web in questione attualmente presenta, proponendo Soluzioni alle problematiche riscontrate.

La SEO Audit ci permette di mettere in evidenza tutti gli aspetti tecnici e contenutistici che hanno influenza sulle performance del sito e sul suo posizionamento sui motori di ricerca.



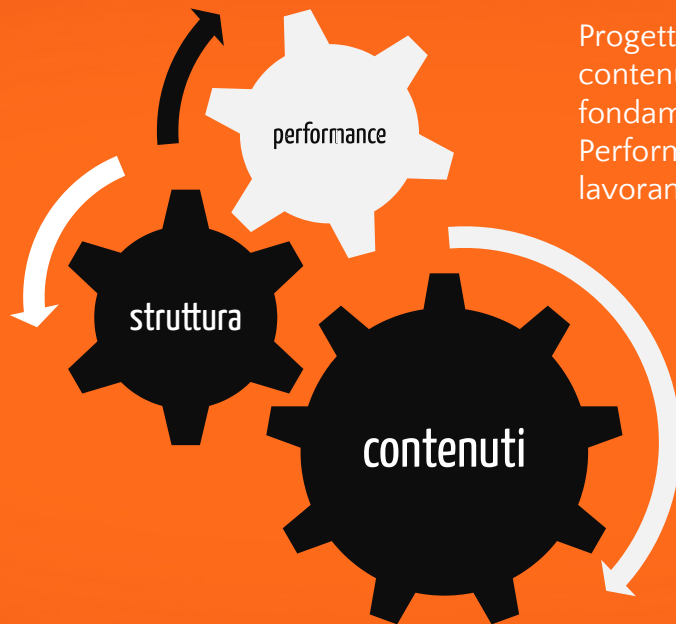
3. PROGETTAZIONE: COSA PESA?

PERFORMANCE

Assicurarci di fornire un caricamento rapido delle risorse.

STRUTTURA

Pensare all'esperienza utente e al contempo valorizzare le pagine fondamentali per il posizionamento,



Progettare la struttura del sito e dei suoi contenuti in base alle query individuate è fondamentale.

Performance, struttura e contenuti lavorano insieme per il posizionamento.

CONTENUTI

Ottimizzare i testi in base alle keywords selezionate e redigere un piano editoriale pertinente in caso di blog.

4. FASE OPERATIVA: REALIZZAZIONE



Strumenti Operativi

Dobbiamo scegliere gli strumenti operativi da utilizzare in base all'entità del nostro progetto, perché questi impatteranno sulle performance SEO. Una volta acquisiti gli strumenti, possiamo concludere la fase operativa.

5. MONITORAGGIO E MIGLIORAMENTI

Obiettivi

- Risolvere tempestivamente Problematiche OnPage
- Presidiare le Keywords Profittevoli
- Migliorare il Posizionamento ottenuto delle singole pagine web

Azioni

- Monitoraggio Posizionamenti
- Individuazione di opportunità e migliorie contenutistiche e loro implementazione
- Aggiornamenti su Update e Nuovi Fattori di Ranking



MONITORAGGIO DELLE PERFORMANCE

è fondamentale misurare, ottimizzare e monitorare le performance, e assicurarci di fornire un caricamento rapido delle risorse .

Secondo Google, la probabilità che un visitatore lasci una pagina senza interagire aumenta del 32% se il tempo di caricamento della pagina passa da 1 secondo a 3 secondi. la probabilità che un visitatore lasci una pagina senza interagire aumenta al 90% quando il tempo di caricamento della pagina passa da 1 secondo a 5.

Perchè per Google sono importanti le performance del sito? Perchè impattano enormemente sull'esperienza utente, e Google ha l'obiettivo di fornire – come risposta all'utente che sta cercando informazioni – la risposta più pertinente (contenuti) e che offre la migliore esperienza utente possibile (velocità e navigabilità).

FOCUS VELOCITÀ

Cosa può rallentare un sito?

- Il servizio di hosting
- Il tema del sito web
- File di grandi dimensioni (uno degli indiziati principali per i siti lenti è JavaScript, il codice usato per creare animazioni e transizioni)
- Codice scritto male
- Troppi plugin e widget
- Immagini e video
- Eccesso di redirect

Come possiamo intervenire?

- Minimizzare JavaScript, CSS e HTML.
- Ridurre i reindirizzamenti.
- Rimuovere JavaScript che blocca il rendering.
- Sfruttare la memorizzazione nella cache del browser.
- Migliorare i tempi di risposta del server.
- Ottimizzare immagini e video.



SEO on-page & off-page

Tecniche di ottimizzazione

SEO ON-PAGE

La **SEO on page** si riferisce alle strategie di ottimizzazione utilizzate direttamente su una determinata pagina del sito. Queste tecniche aiutano (anche) i motori di ricerca a interpretare meglio i contenuti e fanno comprendere agli algoritmi quanto sia utile il contenuto proposto per gli utenti in relazione al loro search intent e ai siti web della concorrenza.

Tra le azioni di **ottimizzazione on-page** abbiamo:

- **realizzazione del contenuto** in base alla **keyword research**
- creazione **tag title** e **meta description** efficaci
- scelta del **permalink**
- inserimento **link interni** coerenti
- aggiunta di **immagini** coerenti e relativi **alt tag**
- **web design** e **user experience**

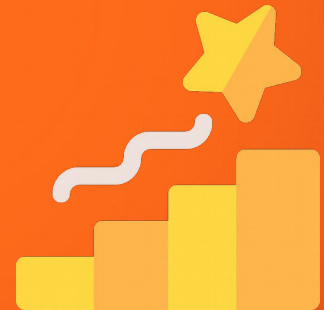


SEO OFF-PAGE

La **SEO off-page** riguarda tutte le tattiche SEO che si svolgono al di fuori del tuo sito Web.

Tra le azioni di **SEO off-page** abbiamo:

- **Link building esterna**
- Citazioni al sito
- Strategia e creazione di **contenuti esterni al sito**
- **Social media marketing**
- Gestione della reputazione online (recensioni)
- Influencer marketing



META TAG

I **meta tag** sono dei metadati HTML che descrivono il contenuto di una pagina web ai fini del suo posizionamento nei motori di ricerca.

```
<title>Cosmetici Professionali di alta qualità - UNI Cosmesi</title>  
<meta name="description" content="Acquista prodotti cosmetici professionali naturali online, integratori e creme di alta qualità su UNI Cosmesi Professionale!">
```

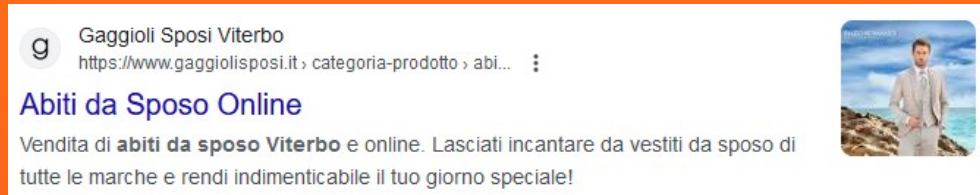


The image shows a search engine result snippet for UNI Cosmesi. It includes the company logo, the name 'UNI Cosmesi', the URL 'https://www.unicosmetics.it', and a blue title 'UNI Cosmesi: Cosmetici Professionali di alta qualità'. Below the title is a description: 'Acquista prodotti cosmetici professionali naturali online, integratori e creme di alta qualità su UNI Cosmesi Professionale!'. To the right of the text is a small image of cosmetic products, including a bottle and a jar.

TAG TITLE

Un **tag title efficace** deve contenere la parola chiave principale e il nome del sito.

In caso di local SEO, è possibile aggiungere il nome della località (ad esempio “Abiti da Sposa Viterbo”)



The screenshot shows a search result for 'Abiti da Sposo Online' from the website 'Gaggioli Sposi Viterbo'. The URL is 'https://www.gaggiolisposi.it › categoria-prodotto › abi...'. The title is 'Abiti da Sposo Online' and the description is 'Vendita di abiti da sposo Viterbo e online. Lasciati incantare da vestiti da sposo di tutte le marche e rendi indimenticabile il tuo giorno speciale!'. There is a small image of a man in a suit on the right side of the result.

META DESCRIPTION

Una meta description coinvolgente deve:

- Far capire all'utente quale sia il contenuto della pagina, in poche parole;
- **Contenere la parola chiave scelta** per la pagina in questione;
- contenere una **Call To Action (CTA)** come: “**scopri**”, “**clicca qui**”, “**leggi di più**”, “**acquista ora**”, per invogliare l'utente a compiere un'azione;
- **risolvere un problema** specifico di una specifica query di ricerca o dare solamente un assaggio di ciò che l'utente andrà a leggere;
- sfruttare i **benefit** se si sta promuovendo un prodotto o servizio scontato, esempio: “**50%**” – “**40%**”, “**sconti**”, “**saldi**”;
- sfruttare il principio della “**scarsità del tempo**”, per dare l'impressione all'utente che manchi poco tempo per approfittare di un determinato vantaggio. La fretta è uno stimolo a compiere un'azione.



Fornace Bernasconi
<https://www.fornacebernasconi.com> › pavimenti-in-c... ⋮

Pavimenti in cotto: formati, tipologie, prezzi

Pavimenti in cotto per interni ed esterni di produzione artigianale. Scopri formati, prezzi e tipologie di un **pavimento in cotto** fatto a mano!



PERMALINK

I **permalink** sono URL permanenti o collegamenti permanenti che puntano a una risorsa specifica su Internet.

Sono composti, in genere, dal **nome dominio + nome della pagina**

Esempio: www.gaggiolisposi.it/abiti-da-sposa/

È importante **scegliere preventivamente il permalink giusto** per una determinata risorsa in base alle parole chiave migliori ed evitare di cambiarlo in futuro.

Questo perché, una volta indicizzata la pagina con il permalink di partenza, potrebbe volerci del tempo prima che Google “digerisca” il nuovo url.

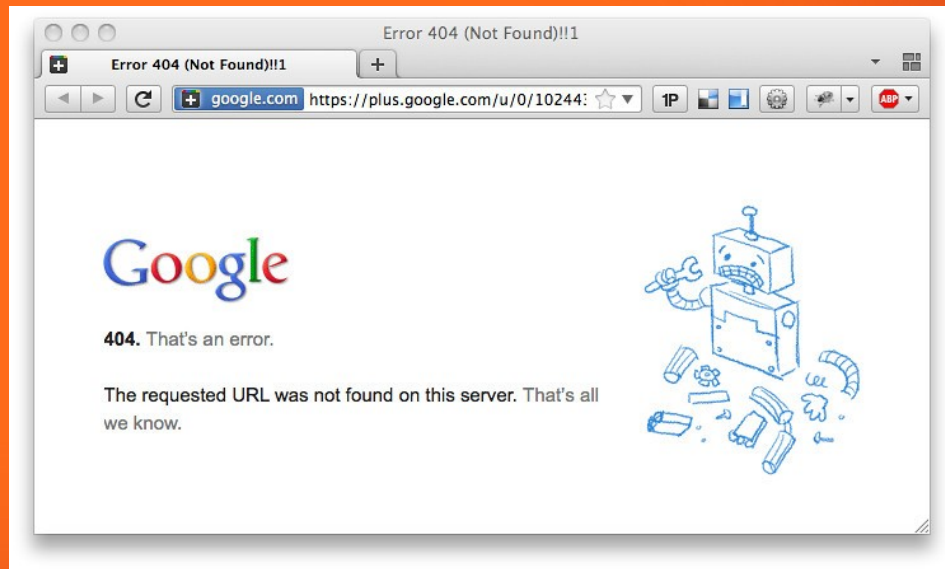
REDIRECT

I **redirect** sono delle tecniche di reindirizzamento utilizzate per cambiare un URL esistente e comunicare ai visitatori e alla Ricerca Google che quella pagina ha una nuova posizione.

Come funziona?

→ Clicco su
<https://www.viterbomarketing.com/realizzazione-e-commerce-viterbo/>

→ Atterro su
<https://www.viterbomarketing.com/realizzazione-e-commerce-cms-viterbo/>



REDIRECT

Cambiare un URL o eliminare una risorsa senza un adeguato reindirizzamento significa portare gli utenti e i motori di ricerca a un indirizzo irraggiungibile, che si concretizza nel classico errore 404.

I **redirect** consentono di:

- garantire un **flusso di navigazione fluido** e senza interruzioni per l'utente;
- **non intaccare il posizionamento** che la pagina in questione ha raggiunto nel tempo: con il reindirizzamento, infatti, utenti e crawler sono trasferiti automaticamente a un contenuto correlato a quello richiesto, di cui può mantenere il ranking o ricevere il valore, così da evitare perdite di posizionamento per risultati non raggiungibili.



LINK BUILDING INTERNA

Link interni navigazionali

I **link navigazionali** in genere costituiscono la struttura di navigazione principale di un sito web. Sono spesso implementati in tutto il sito e hanno lo scopo principale di aiutare gli utenti a trovare ciò che desiderano, semplificando la user experience.

Li trovi nel **menu**, nel **footer** o nella **barra laterale**.



LINK BUILDING INTERNA

Link interni contestuali

I link interni contestuali vengono generalmente inseriti nel contenuto del corpo principale di una pagina.

Un collegamento interno contestuale chiaro ed evidente, con un testo di ancoraggio naturale può mostrare contemporaneamente la pertinenza tra le pagine e passare il PageRank se la pagina di origine ha autorità.

Il terrazzo è uno spazio prezioso, un'oasi di relax e socializzazione posto all'esterno della casa che merita una cura particolare, nell'arredamento e nella scelta dei materiali. Proprio per questo motivo, è importante scegliere il miglior pavimento per terrazzo e acquistare arredi resistenti ed eleganti.

Tra i tanti materiali presenti sul mercato, il **cotto fatto a mano** emerge come una scelta classica e senza tempo, in grado di conferire eleganza e calore all'ambiente esterno. Questo materiale è perfetto sia per **pavimenti rustici** che per **pavimenti moderni**, offrendo la possibilità di rivoluzionare lo stile del terrazzo in un secondo momento.

Pavimento per terrazzo in cotto: resistenza ed estetica

Un **pavimento in cotto** per il vostro terrazzo rappresenta una scelta di grande eleganza e raffinatezza. La sua bellezza intramontabile, la resistenza alle intemperie e la versatilità nel design fanno del cotto la soluzione ideale per trasformare il vostro spazio esterno in un luogo di tranquillità e stile. Sia che desideriate un'atmosfera rustica o un look più moderno, il cotto si adatta alle vostre esigenze, offrendo un pavimento di qualità superiore che si distinguerà per la sua bellezza senza tempo.

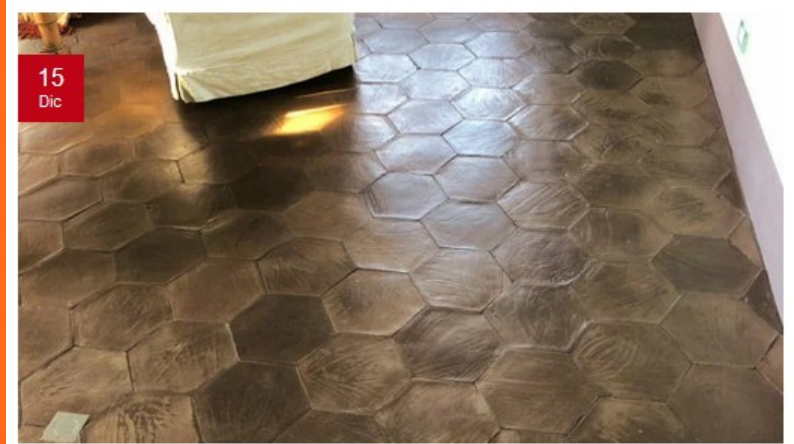
Il cotto, un materiale naturale dalle origini millenarie, ha dimostrato la sua durabilità e bellezza nel corso dei secoli. Essendo un prodotto completamente **artigianale**, è possibile personalizzare la forma e la **finitura**, per risultati unici nel loro genere. Le sfumature naturali si sposano perfettamente con l'ambiente esterno, creando un'atmosfera accogliente e affascinante.

BLOG & LINK BUILDING INTERNA

Il **blog** è una parte molto strategica per posizionare il tuo sito per **keyword correlate alle tue parole chiave principali** e potenziarne la “**popolarità**” agli occhi di Google.



Pavimento per terrazzo in cotto



Pavimento in cotto scuro e arredamento moderno

BLOG & LINK BUILDING INTERNA

Esempio di articolo di blog posizionato per la keyword scelta



The image shows a Google search interface with the query "gambe a fragola rimedi". Below the search bar, there are tabs for "Immagini", "Video", "Prodotti", "Siti comparativi", "Notizie", "Libri", "Maps", "Voli", and "Finanza". The search results show approximately 167,000 results in 0.38 seconds. The first result is from UNI Cosmesi, with a snippet that reads: "Le gambe a fragola possono essere trattate efficacemente con l'ausilio dei giusti prodotti cosmetici. Ad esempio, l'acido salicilico risulta piuttosto efficace per questo tipo di inestetismi. Più in particolare, questo elemento può essere reperito sotto forma di siero, lozione e crema." The date "18 mag 2022" is shown below the snippet. The full title of the article is "Gambe a Fragola: cosa sono e come si curano - UNI Cosmesi". At the bottom of the snippet, there are links for "Informazioni sugli snippet in primo piano" and "Feedback".

Google

gambe a fragola rimedi

Immagini Video Prodotti Siti comparativi Notizie Libri Maps Voli Finanza

Circa 167.000 risultati (0,38 secondi)

Le gambe a fragola possono essere trattate efficacemente con l'ausilio dei giusti prodotti cosmetici. Ad esempio, l'acido salicilico risulta piuttosto efficace per questo tipo di inestetismi. Più in particolare, questo elemento può essere reperito sotto forma di siero, lozione e crema. 18 mag 2022

UNI Cosmesi
<https://www.unicosmetics.it/gambe-a-fragola-cosa-sono...>

Gambe a Fragola: cosa sono e come si curano - UNI Cosmesi

Informazioni sugli snippet in primo piano Feedback

BLOG & LINK BUILDING INTERNA

Prodotti inseriti all'interno dell'articolo

Scopri i prodotti migliori per le gambe a fragola:



DETERSIONE ESFOZIAZ...
PEELING ALL'ACIDO
MANDELICO AL 50%



24,00€ - 54,00€
IVA incl.



CORPO
CREMA CORPO
ALL'ESTRATTO DI
VITE ROSSA



25,00€ IVA incl.



BAGNO E DOCCIA
OLIO DI VINACCIOLI
PURO



18,00€ IVA incl.



CORPO
SCRUB CORPO
LEVIGANTE
21,00€ IVA incl.

CANNIBALIZZAZIONE KEYWORDS

La **cannibalizzazione delle keyword** è un fenomeno che si verifica quando, all'interno dello stesso sito web, esistono due o più pagine che **cercano di posizionarsi per la stessa parola chiave**, contendendosi il posizionamento all'interno della SERP.

Quando un sito è vittima di cannibalizzazione delle keyword si espone a una serie di rischi come:

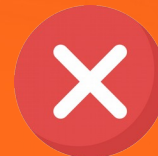
- **Calo nel posizionamento delle pagine** interessate nelle SERP
- Conseguente **calo delle visite** al sito
- Interpretazione del **contenuto** come di **bassa qualità da parte di Google**, che potrebbe portare a un calo in termini di ranking.



Conclusioni



- Crea contenuti utili per l'utente, non per i motori di ricerca
- Rendi le pagine facilmente fruibili da parte dell'utente e comprensibili
- Non trascurare la keyword research
- Mantieni una struttura semplice e intuitiva
- Lavora con costanza sul posizionamento per scalare la SERP



- Usare le stesse parole chiave in tutto il sito
- Usare titoli e meta description duplicati
- Creare permalink complicati, lunghi e poco comprensibili
- Non sfruttare nel modo giusto le categorie negli e-commerce



GRAZIE PER L'ATTENZIONE!

Dott.ssa Alice Collura e Giulia Guidi – **Viterbo Marketing**

