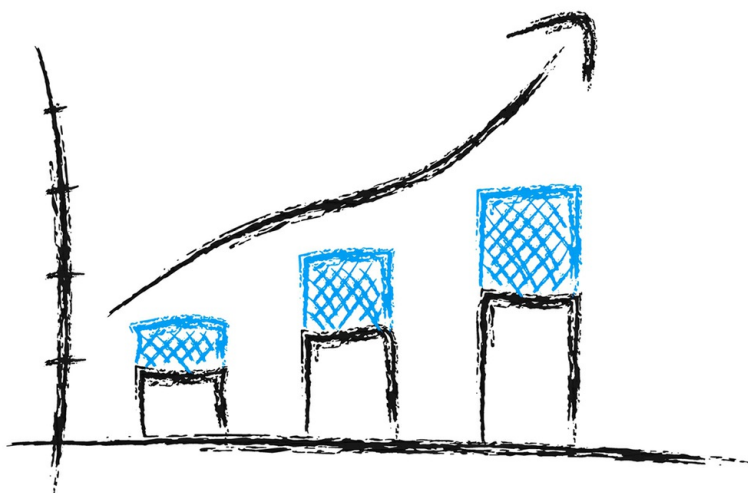


Roberto Di Molfetta

SEO

Search Engine Optimization



**SEO - Come ottimizzare
una singola pagina Web**

**Manuale pratico
per principianti**

ROBERTO DI MOLFETTA

SEO - Come ottimizzare una pagina Web

UUID: 229a70d8-57a1-11e6-8bc9-0f7870795abd

Questo libro è stato realizzato con StreetLib Write
(<http://write.streetlib.com>)
un prodotto di Simplicissimus Book Farm

Indice dei contenuti

INTRODUZIONE	2
CAMPAGNE SEO	5
LA KEYWORD: STRATEGIE	8
RICERCA DELLE KEYWORDS	10
RICERCA DELLE KEYWORDS: STRATEGIE PER OBIETTIVI	12
SEO: FATTORI DI INTERVENTO	15
SEO ON PAGE: CONSIDERAZIONI GENERALI SULLA PAGINA WEB	20
LA FASE DI TEST COME RISORSA	26
ASPETTI PRATICI DEL BUON SEO	29
TESTI CONSIGLIATI	31
SITOGRAFIA - BIBLIOGRAFIA	32
CHI È L'AUTORE	33

INTRODUZIONE

La mia passione per l'informatica ha radici lontane. Già a 10 anni, di fronte ad un'offerta di computer ancora agli albori commerciali e tecnologici, mi cimentavo con un ZX Spectrum, uno dei più semplici Home Computer^[1], per cercare di passare un poco di tempo giocando.

Ma è chiaro, che giocando si può imparare. E difatti, al tempo si poteva e doveva giocare programmando in BASIC, non fosse altro per la mancanza di periferiche adeguate, da cui caricare i giochi, quando il budget familiare per questi giocattoli avanzati era limitatissimo.

E proprio giocando, e scrivendo in BASIC, che i ricordi da appassionato di informatica hanno inizio e dignità storica personale, costituendo un *initium*, un battesimo del fuoco per i futuri interessi nell'informatica che vadano oltre il discorso puramente strumentale.

La storia personale è continuata, più avanti negli anni con le tappe fondamentali del primo corso di informatica, qualifica professionale di operatore EDP (trattamento elettronico dei dati) della Regione Lazio del 1998, e dell'acquisto del primo vero personal computer, un Epson IBM compatibile, ciò che avrebbe permesso, grazie all'apposito hardware, il primo accesso alla Rete Internet, tappa fondamentale per poter distribuire contenuti selezionati o costruiti personalmente,

come accadrà dal 2004, anno di nascita del mio primo sito Web.

E proprio da questo sito Web ha inizio la mia avventura, passo dopo passo, come esperto SEO. All'inizio quasi sorpreso del traffico Web proveniente al mio primo sito dai motori di ricerca, in particolare dal trafficatissimo Google, ho man mano appreso che ricevere visitatori dalle ricerche Web non è solo possibile su vasta scala, ma un'arte con dei presupposti scientifici. La conoscenza di come ottimizzare una pagina Web per ricevere visite possiede alcuni punti fermi, che ho appreso negli anni, sia come esperienza che leggendo articoli, blog, e soprattutto ottimi libri.

I risultati di ricerca dei motori come Google, d'ora in poi SERP (Search Engine Results Page), sono un elenco di pagine Web considerate rilevanti per l'algoritmo del motore per determinate parole chiavi digitate dall'utente.

In questo volume voglio elargire informazioni su come ottimizzare al massimo per Google e gli altri motori una singola pagina Web: titolo, descrizione, tag e molto altro sono passi fondamentali per convincere Google che la nostra pagina Web è rilevante per determinate parole chiavi che gli utenti ricercano in Internet tramite i motori.

Il posizionamento della pagina dipende anche da altri fattori, alcuni determinanti: la posizione geografica dell'utente, l'importanza generale di tutto il dominio Web, la popolarità tramite collegamento in altri siti. Ma i fattori SEO importanti della singola pagina, cioè i cosiddetti fattori SEO on-page, sono il pilastro su cui fanno perno tutti gli altri fattori di rilevanza.

[1] L'espressione PC, personal computer, designava allora un computer ben più potente e con vocazione professionale, fuori della portata di un bambino alle elementari.

CAMPAGNE SEO

La SEO

“La diffusione su larga scala dei motori di ricerca, strumento fondamentale per le ricerche sul Web, fanno dell’attività SEO (Search Engine Optimization) un punto basilare ai fini della crescita di una qualunque attività Web, in quanto percentuali sempre più alte di utenti iniziano la propria sessione di navigazione consultando questi servizi.

Ogni singola ricerca, anche la più banale, racchiude ragionamenti complessi in base ai quali, in pochi istanti, viene restituito un elenco contenente migliaia di risultati (SERP: Search Engine Results Page), ordinato in funzione dei legami e dell’autorevolezza delle pagine riportate nell’elenco rispetto agli argomenti ricercati.

In particolare, SEO vuol dire acquisire quei flussi di traffico qualificato che identificano il principale obiettivo di una campagna di ottimizzazione rivolta al posizionamento sui motori di ricerca, fornendo un valido aiuto nella promozione dei siti web e facendoli apparire in posizioni di rilievo nei risultati restituiti. Per realizzare ciò un professionista SEO si avvale di validi strumenti di analisi (forniti in alcuni casi dai motori di ricerca stessi, come nel caso di Google), determinanti nell’apportare significativi miglioramenti, in termini di qualità,

dei siti in esame e, più in generale, dell'intero Web. Per riuscire a pianificare una strategia di successo è necessario studiare e comprendere in maniera approfondita le logiche che regolano il funzionamento di un motore di ricerca, in particolare gli elementi che permettono l'indicizzazione delle risorse presenti sul Web e il conseguente processo di ricerca, in modo che possano risultare determinanti per l'assegnazione di una maggiore visibilità.

L'obiettivo è mostrare le connessioni esistenti tra tecniche SEO e algoritmi di ricerca, ossia in che modo ed in quale misura le tecniche SEO derivino dai principi di funzionamento degli algoritmi. I complicati calcoli effettuati da questi ultimi vengono custoditi in gran segreto, perché uno degli obiettivi dei motori di ricerca è riuscire a fornire risultati in maniera imparziale. Le strategie SEO derivano perciò da profonde analisi ed esperimenti effettuati dagli esperti del settore ma anche, in qualche caso, da essenziali suggerimenti forniti dagli stessi motori di ricerca, ad esempio Google.”^{[1][2]}

In sostanza, dietro la prima posizione di una Home Page nei risultati di ricerca Google si nascondono spesso algoritmi sofisticati, lavoro di ottimizzazione sul sito e fuori dal sito, per cui ciò che agli utenti sembra naturale è in realtà frutto di processi molto articolati ed un lavoro professionale certosino.

L'ottimizzazione per i motori di ricerca, o SEO, è un impegno attento, informato, esperto di una agenzia o singolo professionista sulle pagine e sui links esterni del sito per riuscire a far considerare le pagine del sito stesso rilevanti per determinate parole chiavi.

Senza questa serie di attenzioni, il sito Web, lasciato alla mera programmazione non SEO-oriented, potrebbe posizionarsi male o non posizionarsi affatto o peggio, essere bannato, cioè escluso, dalle SERP di Google, per comportamenti tecnici e di

contenuto considerati non accettabili dal gigante di Mountain View.

Un professionista SEO è sempre aggiornato, perché sa che quello che Google premia oggi potrebbe essere considerato un male in futuro. Nell'aggiornamento, convivono parametri tecnici e di orientamento del proprio lavoro, sempre tenendo conto che spesso quello che conta non sono le visite, ma le conversioni, trasformare cioè in clienti possibili i semplici visitatori del sito Web.

[1] Lucarelli Alessio, Tesi di laurea di primo livello “Analisi di tecniche di posizionamento per ricerche su web” del Corso di Informatica, Facoltà di Scienze Matematiche, Fisiche e Naturali presso l'Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”, anno 2010-2011

[i] Lucarelli Alessio, Tesi di laurea di primo livello “Analisi di tecniche di posizionamento per ricerche su web” del Corso di Informatica, Facoltà di Scienze Matematiche, Fisiche e Naturali presso l'Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”, anno 2010-2011

LA KEYWORD: STRATEGIE

“Una parola chiave o KEYWORD (o semplicemente chiave) è nella maggior parte dei casi un insieme di almeno due parole che indentificano un ambito di ricerca specifico e circoscritto. Una keyword solitamente intercetta traffico di ricerca organica, cioè non a pagamento, da parte di utenti che interrogano il motore di ricerca su quello che gli interessa conoscere”^[1].

Perché due parole e non una parola ? Perché normalmente una parola è troppo generica per le ricerche degli utenti, e ottimizzare per una singola parola, oltre ad essere in alcuni casi un’impresa ardua e dispendiosa, è anche inutile a livello di ricerca delle conversioni e della clientela: infatti con due parole spesso l’ambito è più pertinente per offrire una soluzione commerciale e di informazione, e alla fine paga molto di più un’ottimizzazione più specifica. “Hotel Roma” è meglio di “Hotel” per la SEO, anche se ai meno esperti sembra una sfida importante da fare, quella di posizionarsi per la parola chiave singola.

Spesso con tre parole si può trovare un vero e proprio filone d’oro di clienti, semplicemente intervenendo in una nicchia possibile di keywords performanti in termini di conversioni ed attenzioni da parte dei ricercatori Web di informazioni e offerte.

[1] Francesco Margherita, Manuale di SEO Gardening, WebBook

RICERCA DELLE KEYWORDS

Cercare le keywords può essere un problema. Quante idee, quanti ragionamenti solo per arrivare a poche manciate di parole chiave. Per fortuna ci vengono in aiuto, partendo da poche parole che definiscono il tema da trattare, strumenti automatici come il Keyword planner tool di Google:

<https://adwords.google.it/KeywordPlanner>

Una volta avuto accesso, basta inserire termini di base per trova idee per parole chiave e si ha la possibilità di avere elenchi di keywords più specifiche, con tanto di ricerche mensili per keyword.

Ricordarsi una regola generale: non è detto che le ricerche siano l'unica cosa da guardare. Alle volte l'elevata concorrenza, la difficoltà di posizionamento, la parola chiave troppo generica posso rendere una ottimizzazione molto difficile, al punto che è meglio concentrarsi nell'ottimizzare keywords con meno ricerche, ma più fruttuose per il nostro business o per quello dell'azienda per cui lavoriamo.

Personalmente, quando ottimizzo una pagina per Google, tendo sempre più a preferire le keywords che sono suscettibili di trasformarsi in perfette per discorsi di reperimento di clientela. Esistono nel discorso di marketing approccio legati

all'informazione e approcci legati all'approccio commerciale.

Se i nostri obiettivi sono commerciali, è sempre meglio preferire ricerche Google che portino clienti qualificati. Magari keywords con meno visitatori potenziali venuti da Google, ma più suscettibili di acquistare beni o servizi dell'azienda nostra committente.

L'ottica è quella della SEO conversion. La conversione è l'obiettivo principe per aziende committenti per esempio con fini commerciali. Parole nelle keywords come offerte, promozioni, suonano già con finalità commerciali, e ottimizzare per chiavi inclusive di queste vuol dire già lasciarsi alle spalle l'ottica di avere tanti visitatori ma inutile. Come si dice, meglio pochi ma buoni... se l'ottica è vendere, per esempio. Si parla per esempio, in questo caso, di leads qualificati (un lead può essere un form compilato da un potenziale cliente della nostra azienda di viaggi all'estero).

CHI È L'AUTORE

Roberto Di Molfetta



Roberto Di Molfetta

Roberto Di Molfetta, 1974, nativo di Salerno, da madre romana e padre di Ceccano (Frosinone), ha avuto parecchie città di residenza, anche se deve la sua formazione personale soprattutto al periodo ventennale passato nel centro della Capitale.

Laureato in Comunicazione alla Sapienza di Roma, dove vive, si occupa ormai da anni di Web Marketing, e creazione di siti Web. Non dimentica però la sua passione feconda per la sociologia, dalla quale sono nati alcuni scritti pubblicati in questo volume.

Poeta, sensibile, affezionato oltre ogni limite alla madre, è un eterno Peter Pan affascinato dalla conoscenza e dalla bellezza delle donne, dell'Arte e della Natura, nonché dalla tenerezza degli animali.

Contatti - robertodimo@hotmail.com

Sito Web - www.robertodimolfetta.it

RINGRAZIAMENTI

*Ringrazio i miei genitori per tutto l'aiuto negli anni che mi hanno
concesso*