

Roberto Di Molfetta

WordPress SEO – Come ottimizzare un articolo

Ai miei genitori

Sommario

1. I BLOG	7
COSA SONO I BLOG	7
COSA SERVE PER CREARE UN BLOG	10
2. LA SEO	12
3. LA PIATTAFORMA WORDPRESS	14
UNA REALTÀ BEN RIUSCITA	14
ASPETTI E FUNZIONALITÀ DI WORDPRESS	16
4. LA KEYWORD PER L'OTTIMIZZAZIONE	18
LA STRATEGIA SEO	19
5. OTTIMIZZARE UN ARTICOLO SU WORDPRESS	22
CENNI PRELIMINARI	22
LA STESURA DELL'ARTICOLO	24
LA CHECKLIST DELL'OTTIMIZZAZIONE	25

6. ANALISI DEI FATTORI SEO DI UN ARTICOLO	27
ORIGINALITÀ	27
QUALITÀ	27
TITOLO	28
TESTATA H1	29
TAG H2...H6	29
RIPETIZIONE KEYWORD	30
SINONIMI	30
GRASSETTO	31
LUNGHEZZA	31
IMMAGINI / ALT IMMAGINI	32
LINK IN USCITA	33
LINK INTERNI	33
URL	34
VIDEO	35
PULSANTI SOCIAL MEDIA	35

DESCRIZIONE	36
ABOVE THE FOLD	37
UNO SGUARDO D'INSIEME	38
7. CONCLUSIONI	40
CHI SONO	44
CONTATTI	44

INTRODUZIONE

Di libri sull'ottimizzazione di un sito Web per i motori di ricerca Internet cominciano a trovarsene un buon numero, anche di discreto di livello, se non ottimo. Parlo dell'Italia. Ma WordPress, la piattaforma per la gestione dei contenuti di successo ed uso planetario, una delle più diffuse, non dispone di molti titoli originali in lingua italiana sullo specifico tema di questo volume elettronico.

Per la stesura di questo libro sulla SEO di WordPress, nello specifico degli articoli di un blog, ho preso spunto da un videocorso di Marco Ronco, ottimo SEO italiano molto chiaro nello spiegare nel filmato la checklist ideale per spingere al massimo un articolo su nelle SERP di Google.

Vorrei il più possibile che queste righe di studio abbiano un valore concreto, da manuale pratico, per voi che leggete: non mi

aspetto di definire nuove frontiere del settore, ma solo di farvi conoscere il modo migliore o almeno che credo migliore nell'ottimizzare un articolo. Ovviamente, dato che la forma dell'articolo di un blog fa assomigliare tra di loro i CMS almeno nelle grandi linee, questo libro può essere fonte di interesse anche per altre piattaforme. Buona lettura.

2. LA SEO

Cos'è la SEO ? La parola SEO deriva dall'acronimo Search Engine Optimization, cioè ottimizzazione per i motori di ricerca, argomento che già di per sé ha creato una mole impressionante di articoli, blog, libri e specialisti del settore.

La SEO appartiene alla SEM, il Marketing dei motori di ricerca, e l'insieme di queste strategie che riguardano i motori di ricerca sono appartenenti al marketing digitale o Digital Marketing.

L'obiettivo della SEO non è semplicemente posizionare pagine Web ai primi posti di Google, ma in caso di società che investono nel sito per un profitto, cercare di ottenere tramite click sui risultati di ricerca delle conversioni, cioè la trasformazione del semplice visitatore in persona cliente o possibile cliente, che compie delle azioni specifiche desiderate, come può essere riempire un modulo o scaricare un catalogo.

Nella SEO non esistono regole assolute sempre valide: ricordiamoci che Google custodisce gelosamente le regole che soggiacciono al proprio algoritmo per la presentazione dei risultati di ricerca. Questo significa che è l'esperienza e il sapere condiviso dagli esperti che ci devono guidare a conquistare sempre nuovi traguardi, in quella che possiamo definire più un'arte, nel senso artigianale del termine, più che una scienza esatta.

A tutto ciò aggiungiamo che Google modifica continuamente il proprio algoritmo, rendendo vani gli sforzi di regolare il posizionamento di un sito nei risultati di ricerca una volta per tutte. Solo il paziente lavoro di acquisizione di conoscenza, di sperimentazione, di raggiungimento dei risultati permetterà sempre e comunque di rendere la posizione delle pagine del proprio sito Web qualcosa di naturale e ottimale ai nostri occhi e a quelli di Google.

3. LA PIATTAFORMA WORDPRESS

Una realtà ben riuscita

WordPress è un open source Content Management System (CMS) che può essere usato per il vostro blog, per il vostro sito web, o per il vostro negozio online. È stato rilasciato nella sua prima versione nel 2003 da Matt Mullenweg e Mike Little, ed oggi ospita oltre il 46% dei siti esistenti sul web. WordPress è nato come un semplice sistema di blogging, per poi evolversi ed essere usato come un Content Management System completo per siti web.²

² <http://www.sito-wp.it/seo-wordpress/cosa-e-wordpress-perche-usare-wordpress/>

WordPress è nato proprio come sistema per pubblicare contenuti in forma di blog, ma evolvendosi e migliorandosi, grazie ad una ampia ed appassionata comunità, è diventato uno dei migliori sistemi di pubblicazione e gestione per realizzare siti Web.

WordPress è gratuito, flessibile, potente e relativamente facile, almeno nella sua configurazione di base.

Può essere usato per pubblicare notizie, vendere con un e-commerce o per avere la propria galleria fotografica online. La sua versatilità diventa enorme grazie ai famosi plug-in, delle estensioni, gratuite o meno, che permettono di realizzare una varietà enormi di procedure, tali da trasformare la piattaforma in tante piattaforme dagli strumenti e dagli scopi diversi.

Io personalmente realizzato ormai i siti Web solo in WordPress, avendo beneficiato sempre più della sua conoscenza e della sua utilità negli ultimi anni.

Uno dei suoi grandi sostenitori in Italia è Jacopo Matteuzzi, uno dei protagonisti del progetto Studio Samo e ottimo SEO, ai massimi livelli.

Il fatto che si sia così diffuso permette di affrontarne la sfida conoscitiva e operativa con il supporto di migliaia di blogger, e appassionati che in Rete consigliano il da farsi per le infinite possibilità della piattaforma.

Aspetti e funzionalità di WordPress

Il blog su WordPress funziona normalmente in due modalità: il front end ed il back end. Il Front end è il lato pubblico del nostro blog, dove i lettori ci leggono e commentano oppure ci condividono; il Back end, invece, è il lato amministrativo del sito ed è la parte su cui lavorare per personalizzare il sito, per creare nuovi articoli o nuove pagine.

Scrivere un articolo su WordPress, senza tenere in conto aspetti oltre le parole e le regole grammaticali, è facilissimo, grazie ad un editor visuale e alla suddivisione molto chiara, nel back end, della struttura dell'articolo, con categorie di appartenenza, tag (etichette dell'articolo), titolo e modalità di pubblicazione.

Il presente volume vuole invece spiegare le regole da seguire per far sì che, ben ottimizzato per Google e gli altri motori di ricerca, l'articolo si posizioni molto bene, se non addirittura primo, nelle SERP, o pagine dei risultati di ricerca.