

# L'importanza della Seo per il Posizionamento sui motori di ricerca

Avere un Sito Web, per ogni professionista che abbia un business da monetizzare, è di estrema importanza. Nell'articolo "Come creare un sito web" ti ho spiegato quali sono tutte le componenti che possono decretare il successo o meno del tuo Sito Internet. In questo nuovo articolo invece, ti spiego come cercare di ottenere un ottimo posizionamento sui motori di ricerca, attraverso una mirata attività seo, che possa incrementare la tua acquisizione di contatti profilati (Leads e Prospect) e, in alcuni casi, aumentare le vendite, anche se non sei un esperto. Cioè potrai o dovrai comunque rivolgerti a un consulente seo ma sarai in grado di valutare attentamente il suo operato.

Prima di continuare però gradirei che tu non mi dia del presuntuoso. Mi permetto di darti questi consigli per alcuni semplici motivi:

1. Lavoro in questo settore da quasi 10 anni
2. Sono un Seo Specialist Certificato
3. I miei insegnanti sono stati Luca Catania, Elena Farinelli, Giorgio Tave (in realtà seguo e studio e applico i consigli di tanti esperti seo italiani, a fine articolo te ne suggerisco un paio)
4. Diffida da tutti quelli che ti GARANTISCONO a priori di farti diventare primi sui motori di ricerca

Puoi dare, se ti va, uno sguardo più approfondito al mio profilo professionale su LinkedIn. Ora andiamo avanti.

## Posizionamento sui motori di ricerca: che cos'è la seo?

La SEO (acronimo che sta per Search Engine Optimization - Ottimizzazione per i motori di ricerca) è la strada per ottenere un buon posizionamento sui motori di ricerca. Ma cosa vuol dire essere posizionare un sito su Google?

Avere un corretto posizionamento sui motori di ricerca vuol dire farsi trovare nel momento stesso in cui un utente digita il nome del tuo prodotto o servizio su Google, o è in cerca della soluzione al problema che il tuo prodotto o servizio risolve.

Dunque non vuol dire essere in prima pagina con il nome della tua ragione sociale o per parole che in realtà nessuno cerca!

Se ad esempio hai una "ferramenta online", non avrà nessun senso posizionarsi per la parola chiave "Ferramenta Italia". Ci siamo intesi?

Nota!

È importante capire prima di tutto se effettivamente la gente cerca il tuo prodotto o servizio oppure ricerche correlate ad essi. Ma ti spiego come fare poco più avanti, continua a leggere.

# Posizionamento sui motori di ricerca: perché è così importante?

Ormai internet è sempre più alla portata di tutti. Pensa solamente che, milioni di persone, ogni giorno, cercano sul web - che è il più grande mercato del mondo - attività come la tua.

**Un sito internet ti da l'opportunità** di essere visibile 24 ore su 24, e 365 giorni l'anno.

Già dal 2014, 62 italiani su 100 erano connessi a internet con un trend di crescita costante. Stando ai dati di World Bank, **entro i prossimi 10 anni, TUTTI gli italiani saranno connessi a internet**. La stessa ISTAT conferma il trend in crescita (Fonte Istat).

**Tutto ciò deve portarti a riflettere sul fatto che, se ci sono così tante persone che navigano su internet e che aumentano di giorno in giorno, non credi che tra queste siano presenti anche i tuoi potenziali clienti?**

E secondo te, i tuoi potenziali clienti, cosa cercano su internet?

**Cercano attivamente informazioni per risolvere i loro problemi!**

Quindi se il tuo prodotto/servizio risolve un particolare problema e dai le giuste informazioni cercheranno proprio te!

Ma entriamo subito nel concreto!

## Posizionamento sui motori di ricerca: guida alla SEO

Nei prossimi paragrafi ti fornirò una vera e propria consulenza seo cosicché tu possa fin da subito applicare tutte le tecniche seo necessarie per tentare di posizionare il tuo sito su google.

Tutto ciò attraverso tre fasi fondamentali:

1. Scegliere le corrette parole chiavi
2. Ottimizzare il sito per renderlo più "appetibile" ai motori di ricerca
3. Strategie di link

### Passo 1 - Configurazione delle parole chiavi - in gergo tecnico keywords

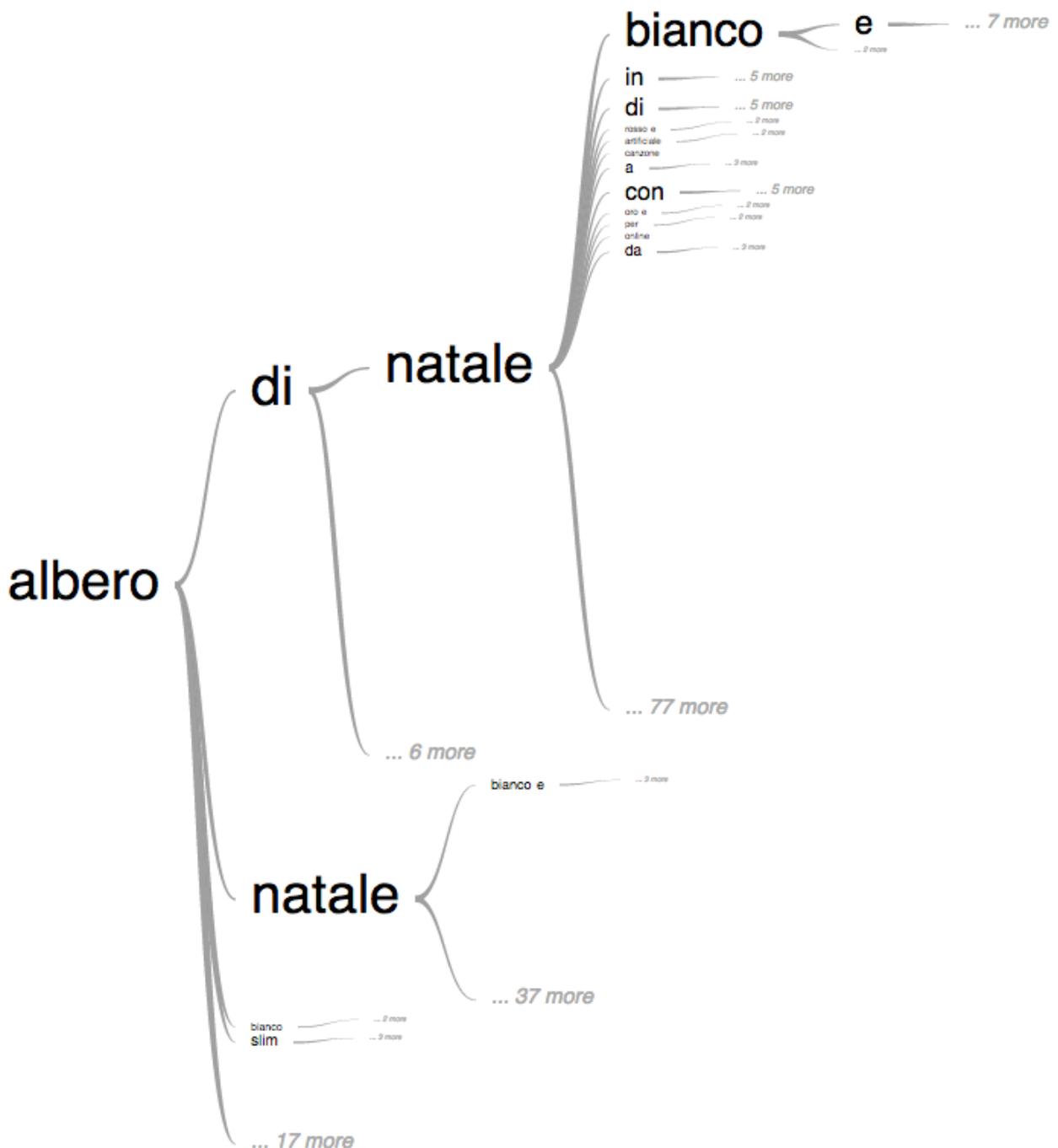
Come ti ho detto qualche riga fa, se hai una ferramenta online, posizionarti per la parola chiave "Ferramenta Italia" non ha alcun senso. Piuttosto dovresti tentare di posizionarti per la categoria o lo specifico articolo che vendi sul tuo e-commerce.

Dunque, come devi configurare correttamente una keywords per il tuo sito internet? Prendi carta e penna e inizia a buttare giù una lista dei prodotti o servizi che offri.

Per rendere al massimo l'esempio ipotizzerò che tu venda articoli per la festa di Natale e che stia pensando di posizionarti per la keyword "Alberi di Natale".

Adesso però non è detto del tutto che TUTTI i tuoi potenziali clienti cerchino sul motore di ricerca esattamente così. Quindi prima di procedere ho da darti il PRIMO PREZIOSO Suggerimento.

Devi sapere che esiste un modo per capire qual è l'intenzione di ricerca dei tuoi utenti e come puoi sfruttare questa intenzione per migliorare le tue keywords e di conseguenza il posizionamento google.



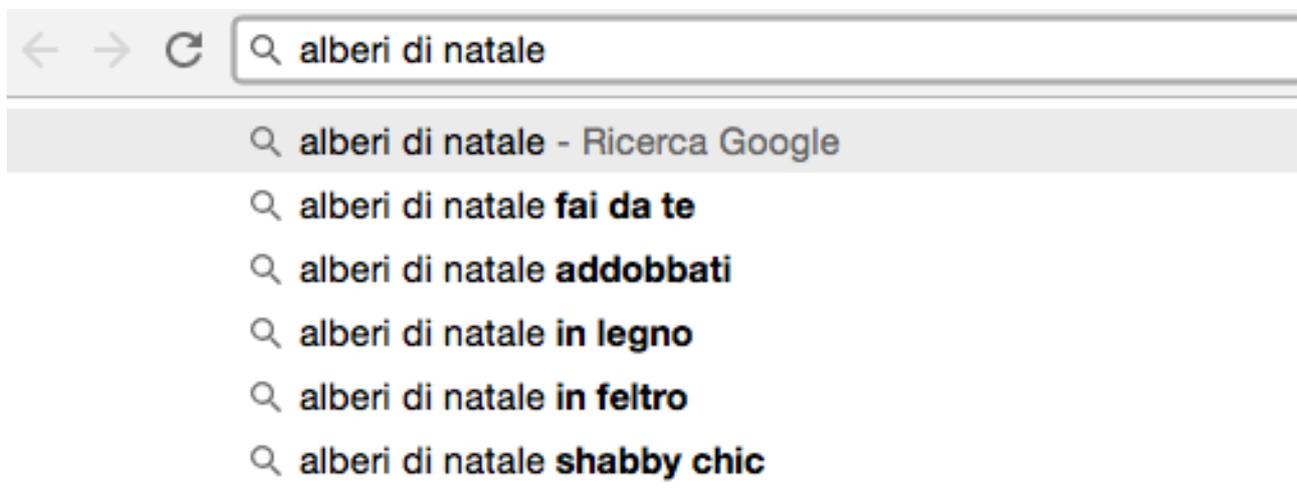
Con intenzione di ricerca voglio dirti che quando tutti noi eseguiamo una ricerca su Google, lo facciamo esclusivamente per 3 motivi:

1. Vogliamo acquistare qualcosa
2. Abbiamo bisogno di informazioni riguardo un tema, un servizio o un prodotto
3. Vogliamo visitare/ritornare sul sito di un'Azienda specifica

Quindi capisci bene che potremmo sfruttare a nostro vantaggio le informazioni acquisite grazie alle intenzioni di ricerca. Come?

1. Vogliamo acquistare qualcosa: mi concentrerò sulle chiavi di ricerca di quel prodotto o servizio specifico
2. Abbiamo bisogno di informazioni riguardo un tema, un servizio o un prodotto: mi concentrerò sulle chiavi di ricerca che quel tema, quel servizio o quel prodotto sviluppano. Potrei anche, attraverso un blog ad esempio, fornire tutte le informazioni necessarie sul tema o sul prodotto/servizio e affrontare in maniera più specifica caratteristiche e benefici.
3. Vogliamo visitare/ritornare sul sito di un'Azienda specifica: farò in modo di farmi trovare nel momento stesso in cui gli utenti digitano sul motore di ricerca il nome della mia azienda. Ti sembra banale o scontato? Ti posso assicurare che nella mia esperienza ne ho viste di tutti i colori.

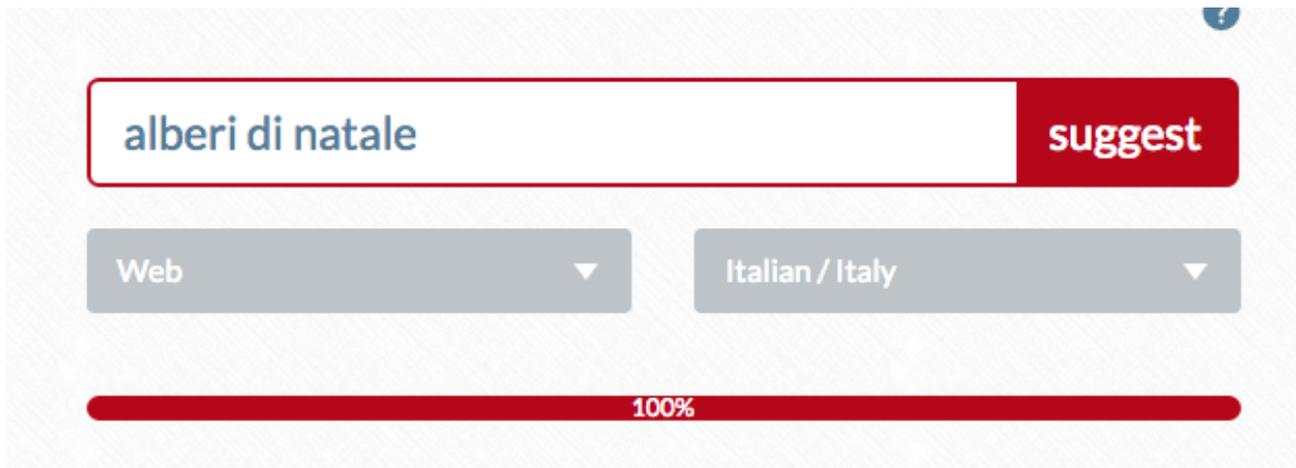
Il primo strumento che puoi utilizzare è Google Suggest (gratuito):



Vai su google.it, inizia a digitare la tua parola chiave nel campo di ricerca e aspetta che Google in automatico ti suggerisca il completamento della frase.

Quel suggerimento non ti viene dato a caso, ma Google analizza le ricerche simili fatte già da altri utenti.

Il secondo strumento che puoi utilizzare è Ubersuggest (gratuito):



Collegati al sito <https://ubersuggest.io>, inserisci la tua parola chiave principale, inserisci la nazione di tuo interesse, premi sul pulsante “SUGGEST” e il software in automatico ti fornirà un elenco di tutte quelle frasi che contengono all’interno la tua parole chiave... fantastico no?! ^\_^

Perché ti ho dato questo prezioso suggerimento? Semplice. Perché te ne sto per dare un secondo e voglio che tu ne capisca a pieno le potenzialità.

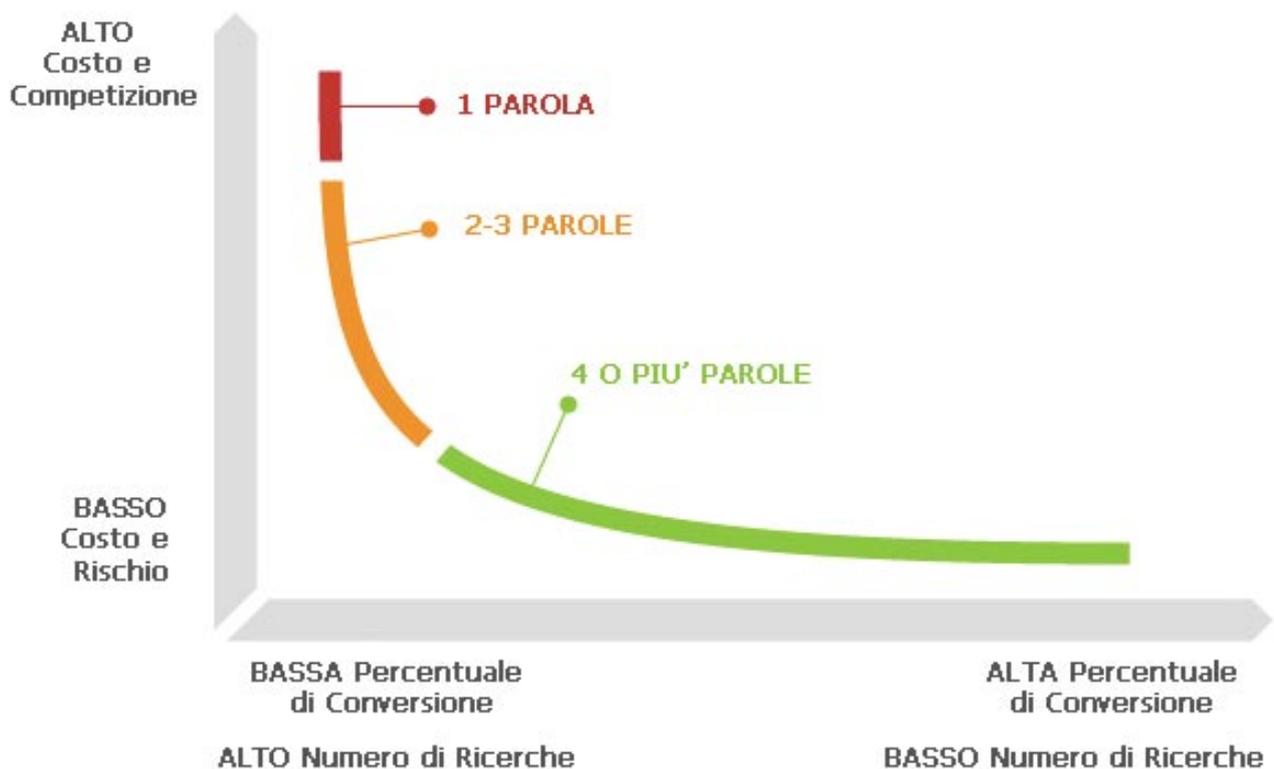
Le keyword composte da più di 2-3 parole, di solito, hanno una concorrenza più bassa rispetto a quelle formate da 1-2 parole.

Con concorrenza voglio dirti che spesso l’IMPORTANTE non è QUANTI sono i tuoi concorrenti ma COSA fanno online per posizionarsi. Se per una keyword la concorrenza dovesse risultare bassa, vuol dire che poche aziende concorrenti, concorrono online per ottenere un posizionamento per la stessa parola chiave, né attraverso la ricerca organica (SEO) né attraverso il ppc (Google AdWords).

Al contrario, se la concorrenza dovesse risultare medio-alta, vuol dire che esiste già qualcun altro che oltre a te sta già competendo online per quella stessa parola chiave. Più è alta la concorrenza secondo il settore, più sarà difficile l’ottimizzazione SEO che dovrai fare. I primi risultati potrebbero arrivare dopo mesi, anni o forse addirittura mai.

Immagina solo di dover competere direttamente con Amazon!

Le keywords composte da oltre 2-3 parole presentano anche un altro vantaggio: spesso hanno un numero medio di ricerche abbastanza elevato da poter giustificare degli sforzi in ambito SEO e inoltre, presentano una percentuale di conversione più alta rispetto a quelle keywords formate da al massimo 1-2 parole. (Teoria delle coda lunga).



Per questo una volta che avrai individuato le corrette keywords, dovrai configurare la tua keyphrase con la quale tentare di ottenere un buon posizionamento sui motori di ricerca.

Passiamo subito a degli esempi pratici.

Es. Sbagliato:

“Ferramenta Italia”

“Alberi di Natale”

Es. Corretto:

“Albero di Natale bianco”

“Albero di Natale in legno”

“Albero di Natale tiffany”

“Albero di Natale in feltro”

“Albero di Natale verde”

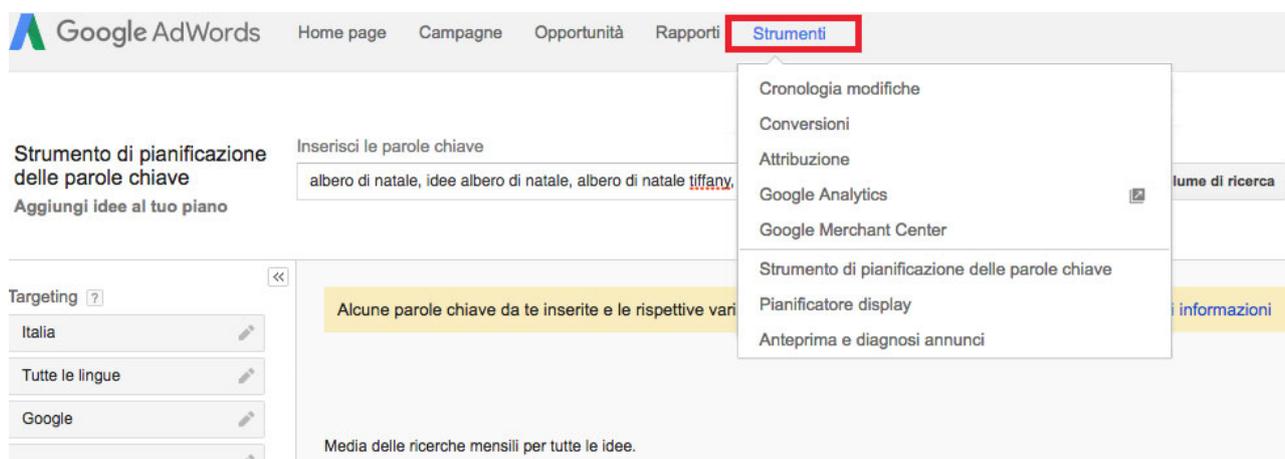
Come fai a capire quindi

- a. se esistono persone che cercano il tuo prodotto o servizio
- b. qual è la keyphrase per la quale tentare il posizionamento sui motori di ricerca

È semplicissimo! Tutto quello che ti serve è un account gmail e il Google Keyword Planner.

Collegati e accedi con il tuo account gmail al sito di Google Keyword Planner.

Dal menu orizzontale in alto seleziona Strumenti e clicca sulla voce di menu “Strumento di pianificazione delle parole chiave”.



Dalla pagina successiva clicca sulla voce “Visualizza i dati e le tendenze del volume di ricerca”



## Strumento di pianificazione delle parole chiave

Dove vuoi iniziare?

### Trova nuove parole chiave e ottieni i dati relativi al volume di ricerca

▶ Cerca nuove parole chiave utilizzando una frase, un sito web o una categoria

▶ Visualizza i dati e le tendenze del volume di ricerca

▶ Moltiplica gli elenchi delle parole chiave per ottenere nuove parole chiave

### Pianifica il tuo budget e ottieni previsioni

▶ Visualizza previsioni di rendimento di clic e costi

In alternativa, [continua con l'ultima sessione](#)

Nel campo Opzione 1 inserisci tutte le parole chiave, una per riga, per le quali vuoi conoscere i punti elencati sopra.

Facciamo degli esempi (ma sei libero di fare la stessa cosa per i tuoi prodotti o servizi) restando sul tema degli alberi di Natale.

Parola chiave "Ferramenta Italia"



Il dato che si evince è che c'è una media di 70 ricerche mensili. Davvero poco. Ma qual è l'intento delle persone che effettuano questa ricerca? Metti in pratica i consigli che ti ho dato precedentemente e scopri tu stesso.

Parola chiave "Albero di Natale"

Parola chiave (per pertinenza)	Media delle ricerche mensili <sup>?</sup>	Concorrenza <sup>?</sup>	↑	Offerta consigliata <sup>?</sup>	Quota impressioni annuncio <sup>?</sup>	Aggiungi al piano
idee albero di natale	1.000 - 10.000	Bassa		-	-	»
albero di natale tiffany	100 - 1.000	Bassa		-	-	»
alberi di natale in feltro	100 - 1.000	Bassa		0,02 €	-	»
albero di natale verde	10 - 100	Bassa		0,07 €	-	»
albero di natale	10.000 - 100.000	Media		0,23 €	-	»
albero natale	1.000 - 10.000	Media		0,23 €	-	»
alberi di natale in legno	1.000 - 10.000	Media		0,10 €	-	»
albero di natale bianco	1.000 - 10.000	Media		0,22 €	-	»
alberi di natale online	100 - 1.000	Alta		0,21 €	-	»
alberi di natale offerte	100 - 1.000	Alta		0,15 €	-	»

Come puoi vedere tu stesso ha molto più senso puntare sul singolo articolo, in questo caso e non sul tipo di attività.

E su quali parole chiavi dovrai tentare il posizionamento? Il mio consiglio chiaramente è quello di puntare su tutte quelle keywords che hanno una concorrenza bassa e presentano un numero medio di ricerche mensili soddisfacenti.

## Passo 2 – Ottimizzazione sito web - in gergo tecnico ottimizzazione On Page

Adesso che hai la tua bella lista di Keywords o Keyphrase, inizia il lavoro di ottimizzazione del tuo sito web, quindi l'ottimizzazione On Page.

Sinceramente in questa fase ti consiglio di affidarti a un consulente SEO o a un tecnico specializzato nelle ottimizzazioni, se non hai dimestichezza con CMS, Css, Html e PHP e non sei uno smanettone.

In questa fase la cosa più importante per te, secondo me, è aver individuato tutte quelle parole chiavi che hanno un buon potenziale in termini di visite profilate verso il tuo sito web e verificare, nel caso tu ti sia rivolto a un seo specialist, che abbia selezionato le keywords in maniera sensata e non a pene di segugio.

Quindi in questo paragrafo non mi spingerò molto nel tecnico ma, ti fornirò comunque una linea di massima da seguire se vuoi ottenere ottimi risultati nel posizionamento sui motori di ricerca per il tuo sito web.

L'algoritmo di Google è segreto, esattamente come la formula della Coca Cola. Non sono del tutto noti, e forse non lo saranno mai, quei fattori che influenzano il posizionamento di un sito web. Se ne conoscono solamente alcuni grazie a tutti quelli che lavorano, testano e studiano ogni giorno seriamente l'ambito della SEO.

Inoltre non esiste nessun strumento in grado di poterti aiutare o garantire di poter ricevere determinati risultati. Gli strumenti e più in generale i software, sono di grande aiuto per il tracciamento automatico nelle SERP (search engine result page – risultati delle pagine sul motore di ricerca) e solo per alcuni suggerimenti di ottimizzazione.

La SEO può essere fatta solamente da una figura esperta, con costanza e dedizione, ricerca, test e sviluppo.

### **Come ottimizzare un sito web per il posizionamento sui motori di ricerca**

I fattori a cui dovrai prestare attenzione o dovrai affidare a un tecnico sono i seguenti:

- Dominio
  - Non sto dicendo che il dominio deve contenere la parola chiave strategica, anche perché non è più un fattore determinante per il posizionamento. È sempre meglio usare un dominio brandizzato, possibilmente corto e primo di trattini tra una parola e l'altra.
- Hosting

- Un buon hosting deve permettere un decente caricamento delle pagine, dev'essere abbastanza snello e veloce. Certo non dipende sicuramente tutto dall'hosting, ma è comunque un aspetto fondamentale. Devi sempre puntare a migliorare l'esperienza utente. Puoi utilizzare GTMetrix per verificare le performance del tuo sito web e capire come puoi migliorare.
- Menu di navigazione e mappa del sito
  - Credo di aver già parlato di questo argomento in maniera abbastanza dettagliata in un mio precedente articolo: "Come creare un sito web".
- Ottimizzazione del testo
  - Dovrai sviluppare i tuoi testi inserendo strategicamente le keywords che hai selezionato in fase di analisi e configurazione. La cosa importante è che la tua keywords sia presente almeno nel titolo della pagina, nelle intestazioni di paragrafi e nel primo paragrafo della pagina. Attento a non ripeterla troppe volte altrimenti potresti incorrere nel Keyword Stuffing. Il mio suggerimento è quello di utilizzare anche keywords correlate alla principale, simili o sinonimi.
- Aspetti prettamente tecnici
  - Qui, se non hai competenze specifiche, è meglio che ti affidi a uno specialista, a un consulente seo oppure a un tecnico. In questa fase dovrai ottimizzare tutti quegli elementi elencati nelle best practices seo di Google.

## Passo 3 – Strategie di link – in gergo tecnico link building

Innanzitutto permettimi di correggermi immediatamente: chiamarla link building è sbagliato.

Questa strategia prevede di ricevere dei link in ingresso da parte di altri siti web. Nel senso pratico della cosa è quando un'altra persona inserisce sul proprio sito web un link che rimanda al tuo.

E perché mai un link in ingresso dovrebbe influenzare il tuo posizionamento?

L'unico scopo di Google è quello di essere il motore di ricerca leader al mondo. Per far ciò la sua mission dichiarata è quella di DOVERE fornire la MIGLIOR risposta a una DOMANDA.

Cioè il miglior risultato secondo una ricerca avviata da un utente.

Se qualcun altro "linka" il tuo sito web o una pagina specifica equivale a dire ai propri lettori "Ti raccomando anche di leggere o visitare questo sito o questa pagina".

Se molte persone "linkano" il tuo sito web o una tua pagina specifica, per Google, è sinonimo di valore. Cioè molte persone ritengono che i tuoi contenuti siano di valore e quindi preziosi per gli utenti.

Solo che questa pratica è stata molto abusata da sedicenti SEO, anche attraverso tecniche scorrette di SEO che prende il nome di Blackhat SEO.

A causa di ciò adesso, Google, con l'introduzione di alcuni aggiornamenti, penalizza tutti questi siti che adottano questo tipo di pratica scorretta.

Come comportarsi dunque?

Nessun trucco magico, la strada è tanto semplice quanto difficile allo stesso tempo.

Semplice perché l'unica cosa che dovrai fare è creare contenuti di valore per i tuoi utenti. Non semplici contenuti in cui spieghi semplicemente chi sei, cosa fai e quanto sei bravo.

Devi prendere un problema nello specifico e aiutare i tuoi utenti a risolverlo. Devi diventare l'eroe di qualcuno... semplice no?!

Difficile perché trovare qualcuno disposto a "consigliare/linkare" i tuoi contenuti è un risultato che arriva col tempo. Quando i tuoi articoli sono ben posizionati sui motori di ricerca e quando ti sei fatto conoscere come SPECIALISTA nel tuo settore.

Quindi gli utenti iniziano a vederti come un punto di riferimento.

Un'altra strada che potresti percorrere è quella del Guest Post Marketing che consiste nello scrivere articoli per altri portali a nome tuo (quindi farai pubblicità al tuo nome) all'interno dei quali potrai inserire il link verso il tuo sito web (quindi un altro sito sta consigliando il tuo).

È importante però che i link (in gergo tecnico backlink) che riceverai in ingresso, provengano sempre e solo da portali con argomenti tematici tra loro e correlati ai tuoi.

Se vendi alberi di Natale, ricevere un backlink da un portale che tratta ricette di cucina sarà sicuramente e potenzialmente dannoso per il tuo posizionamento.

Ecco perché a me (e a molti altri professionisti) piace chiamarla **link earning** e non Link Building.

Puoi approfondire questo argomento sul blog di Francesco Margherita.

Posizionamento sui motori di ricerca: conclusioni

A questo punto avrai

1. Selezionato le parole chiavi strategiche per il tuo posizionamento
2. Ottimizzato il sito ed averlo reso Google-Friendly e User-Friendly
3. Avviato la tua strategia di link earning

Non ti resta che selezionare un ottimo software per tenere traccia dei tuoi risultati nelle serp e monitorarne i miglioramenti o i peggioramenti.

Ricordati che dovrai fare molta Analisi e stare attento ai più piccoli cambiamenti se vuoi apportare le corrette modifiche che ti aiuteranno a migliorare i tuoi risultati.

Posizionamento motori di ricerca: (gli esperti che seguo personalmente)  
Sicuramente ce ne saranno anche altri, ma di seguito elenco quelli – non per ordine di importanza -, che ho avuto modo e piacere di “scoprire” nel mio lungo percorso formativo e che ti consiglio di fare lo stesso se vuoi migliorare in questa disciplina.

1. Elena Farinelli
2. Luca Catania
3. Adriano De Arcangelis
4. Francesco Margherita (Esperto di SEO Semantica)
5. Ivano Di Biasi (ti consiglio anche la sua ottima suite Seozoom)
6. Emanuele Vaccari
7. Maurizio Palermo (Specializzato in SEO per il cms Joomla, ma non solo)
8. Giorgio Tave
9. Marco Ronco

Se vuoi rimanere aggiornato e entrare a far parte del nostro gruppo social dedicato agli imprenditori ecco come devi fare:

► SE USI PRINCIPALMENTE FACEBOOK:

<https://www.facebook.com/groups/digitalmarketingefficace/>

► SE USI PRINCIPALMENTE LINKEDIN:

<https://www.linkedin.com/groups/8530430>

Che la forza sia con te.

Angelo Loizzo,  
Web Marketing Specialist della Rocket Marketing